

NEO

LE MAGAZINE POUR LES FRITURISTES ET LES PROPRIETAIRES DE SNACK-BAR

EDITEUR RESPONSABLE: RIK VYNCKE, AAN DE LINDE 1, 9030 MARIAKERKE



SOMMAIRE

- 2** Friterie Els
- 5** News
- 8** Dossier Huiles et graisses
- 10** News
- 12** Friterie 't Dorp
- 14** La pomme de terre
- 17** News
- 18** Friterie den Broekkant
- 19** News
- 22** Partenaires

Téléchargez l'app MyB'eats pour vous faciliter la vie !





Friterie Els / Westende

Pour cette friterie au littoral, innovation permanente signifie succès permanent

Els Sinnesael et Dirk Mortier sont déjà actifs dans le métier depuis 1999. Els rêvait depuis des années de pouvoir gérer son propre commerce, de préférence une friterie. Quand elle était gamine, elle s'amusait en jouant « la petite friterie » avec son frère : les frites qu'elle vendait à son comptoir virtuel, étaient en réalité les pinces à linge jaunes de maman.

A un certain moment, une friterie mobile était à vendre à Westende. Malgré le fait que ce n'était pas tout de suite le grand rêve de Dirk, son épouse, Els, s'est rendue sur place. Et comme les conditions étaient favorables, elle a su convaincre Dirk et elle a pu démarrer son activité de frituriste.

En son temps, le régime du congé sans solde était la solution idéale quand on voulait tester si une activité indépendante pourrait être couronnée de succès. Ce régime permettait en fait un retour à l'emploi précédent. Au moment de démarrer leur activité indépendante, Els et Dirk étaient tous les deux salariés dans le secteur privé. L'employeur de Els n'avait aucun problème avec le choix qu'elle avait fait. Dirk a continué à travailler dans le secteur du métal, mais, aux moments où il était disponible, il



venait assister Els.

Au début, cette combinaison fonctionnait très bien mais chaque frituriste qui lira ce texte, se rendra compte que cette situation ne peut pas être maintenue pendant des années.

En 1999, un gérant de friterie mobile pouvait encore obtenir une autorisation pour un emplace-

ment sur une des places communales, mais la situation avait déjà commencé à basculer. De plus en plus de concessions étaient terminées et les frituristes en question ont commencé à chercher un autre emplacement. Els, de son côté, a commencé à chercher un bâtiment adéquat.

Six ans après le lancement de la

friterie mobile, elle a trouvé la solution. A ce moment, un nouvel immeuble à appartements était en train d'être construit à la place communale de Westende. Els était convaincue que le rez-de-chaussée serait l'endroit idéal pour sa friterie. En discutant un prêt avec sa banque, elle a par hasard su que la banque avait des projets d'exten-

sion de son infrastructure et voulait installer ses bureaux au rez-de-chaussée du nouvel immeuble. Mais la banque a aussi proposé une solution : « Vous pourriez installer votre nouvelle friterie dans notre ancienne succursale. »

Un plan idéal, mais qui comportait aussi des travaux de réaménagement importants car, à l'heure actuelle, les succursales de banque sont spacieuses et facilement accessibles. Par le passé, ce n'était pas du tout le cas. Le bâtiment en question était situé un peu plus loin de la place communale mais, en soi, l'emplacement était bon. La configuration interne était bien typique d'une succursale de banque : des espaces petits, les anciens guichets, la petite salle des coffres-forts, ... Quasiment tous les murs devaient être éliminés afin de créer un espace grand : frituur Els.

Une friterie autoconstruite

Quand vous devez sous-traiter la totalité du travail, vous allez bien évidemment dépenser une fortune. Mais Dirk est un homme très habile et, ensemble avec quelques membres de sa famille, il a réussi à transformer l'ancienne succursale de banque en friterie. Ce projet leur a à peine pris six mois et le résultat était très satisfaisant. Pendant cette période, Dirk pouvait s'y consacrer à temps plein, ce qui était certainement un avantage important.

L'aménagement a été conçu et élaboré jusqu'au dernier détail. Une friterie dans un bâtiment n'est en rien comparable à une unité de friterie mobile mais, dès le départ, ils avaient des idées très claires quant à l'aménagement intérieur. Septembre 2011 : le lancement de la friterie « Els » nouvelle mouture est un fait. Et elle était un grand succès depuis le premier jour. Les gérants ont évidemment dû s'habituer à cette situation nouvelle surtout caractérisée par un



Colofon

→ REGIE PUBLICITAIRE ET EDITEUR

Rik Vyncke

Aan de Linde 1 - B-9030 Mariakerke

Tél : + 32 (477)30 21 32

Fax: + 32 (9)219 97 85

info@snackblad.be - www.snackblad.be

→ REDACTION

Caroline Blyaert

Tél : + 32 (477)37 39 64 - Fax: + 32 (50)39 39 02

caroline.blyaert@telenet.be

Veronique Vromant (VV), Rik Vyncke (RV),

Koen Vanderpoorten (KV)

www.snackblad.be

Editorial

Le printemps est dans l'air. Dans les dernières semaines, on a déjà à quelques reprises pu profiter de températures agréables, mais les averses et les changements de météo rapides tellement typiques des mois de mars et d'avril, nous mettent régulièrement des bâtons dans les roues.

Mais cela va changer ... à partir de maintenant, les journées plus chaudes et plus belles vont arriver et on pourra profiter à fond des nombreuses terrasses que notre pays compte.

En même temps, le secteur des friteries se prépare pour une saison plus active après les mois de janvier et de février, souvent considérés comme des « mois pour dormir ».

Pour le reportage réalisé dans le cadre de la série « La friterie du mois », nous sommes allés au littoral. A ce moment de l'année, les gérants de friterie y trouvent encore un peu de temps pour une interview. En été, il ne faut pas leur demander, ils ont beaucoup trop de boulot pour pouvoir donner une interview.

Els et Dirk, les gérants de Frituur Els, nous ont raconté toute l'histoire de leur friterie. Et cette histoire chouette, vous la découvrirez dans cette édition. Els et Dirk sont des frituristes qui ne savent pas rester assis, ils se rendent compte du fait qu'il faut évoluer constamment et qu'il faut donc oser investir. Un message qu'on voudrait faire passer dans cette édition.

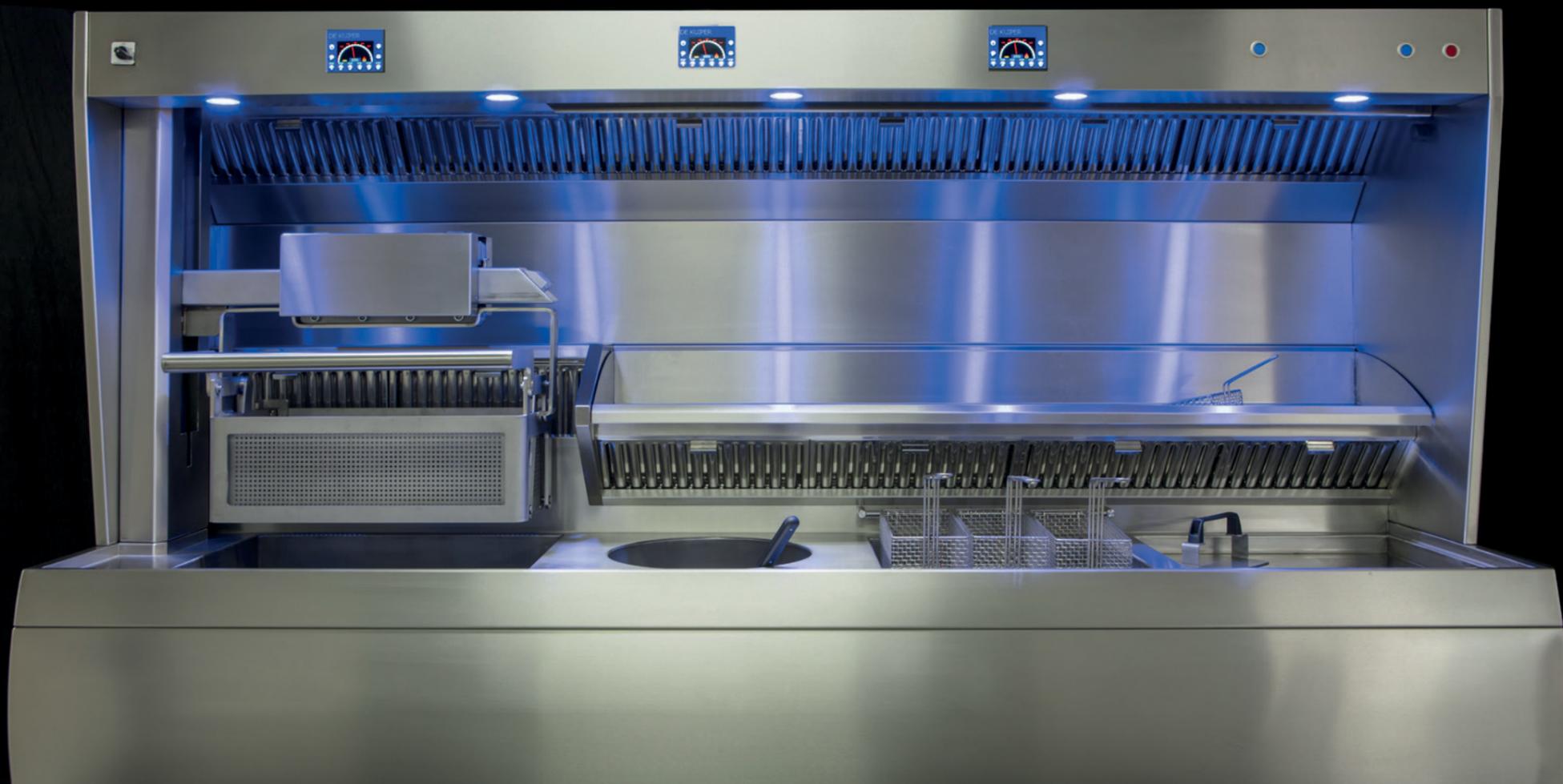
A côté de leur histoire, vous trouverez toute une série d'autres reportages, un dossier relatif aux huiles et graisses, un dossier relatif aux pommes de terre, les nouvelles de l'association professionnelle, les informations sur les « flexijobs » dont le secteur discute autant, des tuyaux concernant des livres qu'il faut absolument lire, des nouvelles sur les produits et les sociétés et plein d'autres informations qui vous garderont toutes et tous réveillés.

Bonne lecture.



La Friteuse du future

DMFryer



-  Distributeur officiel Oranda
-  Nous vous garantissons la meilleure qualité au meilleur prix
-  Haut rendement sur tous nos chaudières
-  Service 7j sur 7 ... 24 heures sur 24



-  Propre département technique
-  Disponible 7 sur 7

Horecamaterialen De Meester NV
Eckelaerthof 6 | 9111 Belsele
info@demeesternv.be
03 772 73 54

www.dmfryer.be



-  20 000m² Salle d'exposition
-  Une équipe solide



Plus de 18 ans d'expérience dans le matériel horeca professionnel !



nombre de clients beaucoup plus important. Il faut savoir que leur nouvel établissement offre 28 places assises, alors qu'avant, ils avaient à peine deux places ou l'on pouvait manger debout. A côté de la gamme traditionnelle « frites et snacks », ils ont commencé à commercialiser un éventail assez large de plats. De ce fait, leur friterie est également devenue une mangerie et pouvait donc attirer plus monde.

Les immenses travaux de réaménagement et le démarrage du nouvel établissement n'était cependant certainement pas la fin des changements. Els et Dirk ont récemment procédé à quelques travaux de rafraîchissement et d'adaptation pour que la clientèle se retrouve dans un établissement nouveau. Et la clientèle l'apprécie ! Au moment de l'interview, la chaussée à laquelle la friterie est située faisait l'objet de travaux importants mais les clients sont néanmoins prêts à s'y rendre. Et à l'issue des travaux de voirie, l'extérieur de la friterie sera encore embelli. Un look extérieur nouveau aura certainement un effet plus que positif sur la perception de l'aménagement intérieur. La façade sera en fait munie d'un crépis adéquat et un nouvel éclairage sera installé.

Le 10 février, la friterie gérée par Dirk et Els a de nouveau ouvert ses portes avec un nouvel aménagement intérieur et une nouvelle friteuse. Els et Dirk sont très satisfaits des changements apportés. La fermeture a pris moins d'un mois et ils en ont profité pour intégrer leur congé annuel. Les clients n'ont presque pas dû chercher ailleurs et leurs réactions face au réaménagement sont vraiment très positifs.

Pour que les clients existants et quelques clients nouveaux puissent connaître la friterie renouvelée, des affichettes ont

été distribuées à Westende et à Lombardsijde. Au total, 4000 affichettes se sont retrouvées dans les boîtes à lettres locales. Le message est clair : « Une portion de frites gratuite par transaction ». Les clients ne voulaient pas rater cette occasion. Certains sont déjà venus chercher des frites avec leur talon. Pour que les occupants des appartements qui ne sont à la mer que pendant les weekends et congés, puissent profiter de leur action, Els et Dirk ont décidé que les talons restent valables jusqu'au 1er mai. Pendant les vacances de Pâques, beaucoup de clients saisiront encore l'occasion pour visiter leur friterie renouvelée.

Ce réaménagement a de nouveau été géré par les gérants même et on voit tout de suite qu'ils ont de chouettes idées pour en faire un « établissement branché ».

Une de ces chouettes idées : des tables qui ressemblent à plusieurs tables séparées, mais qui, en réalité, sont une grande table. Elles sont très faciles à entretenir et il ne faut pas tout le temps les bouger pour les remettre dans leur position initiale. Les chaises mi-hautes sont un choix parfait.

Les éléments de bois donnent une ambiance agréable. Les teintes des murs sont aussi très légères et agréables. En plus, on peut facilement modifier la teinte quand on a envie de mettre un autre accent. Les murs ont été peints par 'Hiele & Defreyne', une société de peinture et de décoration qui a fait un travail superbe et avec qui la collaboration était vraiment agréable. Un élément qui attire l'attention : le comptoir qui nous montre toute la gamme offerte.

Il faut aussi mentionner l'idée que Dirk a eu pour réussir à bien intégrer les poubelles dans cet environnement propre.

Un changement structurel apporté concerne la configuration de l'entrée. En fait, la porte était si-

tuée du côté où les gens attendent leur commande, ce qui provoquait pas mal de bouchons dans la friterie. La porte a été déplacée et se trouve maintenant au milieu. De ce fait, le client va automatiquement avancer plus en direction du comptoir pour y passer commande. Ceci libère le chemin de ceux qui veulent rentrer ou sortir. Pour pouvoir installer la nouvelle friteuse HR, il fallait en tout cas enlever la fenêtre. Une belle opportunité car Els et Dirk en ont donc profité pour renouveler et adapter la face avant du bâtiment et l'entrée.

Excellent matériel

Etant donné qu'il y a 11 ans, Dirk et Els ignoraient encore l'impact de leur friterie située dans un bâtiment, ils n'avaient pas opté pour une friteuse HR chère. Mais ils s'en sont rendus compte entre-temps et ils ont donc opté pour une paire de cuisson de chez De Meester. Et ce à leur grande satisfaction. Au début, ils ont dû s'habituer à la nouvelle friteuse, mais le gain de temps et l'amélioration de la qualité sont vraiment considérables. Aux heures de pointe, cette friteuse fera vraiment la différence car elle est beaucoup plus performante et elle a un panier supplémentaire pour les snacks (trois au lieu de deux).

Cet appareil est aussi un confort supplémentaire pour son utilisateur. Le remplacement de la graisse demande moins de travail manuel. La graisse est pompée dans une cuve via des tuyaux. Une société spécialisée vient alors chercher la graisse usée. Heureusement, Els et Dirk ont pu faire appel au service impeccable de la société De Meester qui offre un excellent service après-vente. Toutes leurs questions y ont immédiatement trouvé une réponse. La commune de Westende compte beaucoup de campings et, en été,

on reçoit parfois des commandes du type « on voudrait des frites pour 30 personnes ». Quand il faut préparer à l'aide d'une friteuse ordinaire, une telle commande risque de faire attendre beaucoup plus longtemps les autres clients. Avec la nouvelle friteuse, c'est fini. En plus, la qualité des frites est meilleure. Elles sont moins grasses car la température de la graisse est beaucoup plus stable ce qui va automatiquement améliorer la qualité de cuisson.

Une chouette équipe performante

Dans une friterie, il faut être capable de gérer les heures de pointe. Il faut donc en tout cas une équipe qui fonctionne à merveille. Et c'est certainement le cas dans cet établissement.

Els et Dirk sont évidemment une équipe bien rodée, mais ils peuvent aussi compter sur Jana Maertens, qui travaille chez eux depuis des années et qui est parfaitement au courant.

Dirk s'occupe principalement de la première cuisson et des plats à préparer et à finaliser en cuisine. Entre-temps, il assiste quand il faut débarrasser et il effectue d'autres tâches.

Els et Jana prennent les commandes, elles les préparent et elles servent aussi les plats commandés.

En été, l'équipe s'agrandit grâce aux collaborateurs temporaires. Il s'agit principalement de nièces d'Els. Jana est d'ailleurs une de ces nièces qui, à la grande satisfaction des gérants, a continué à venir travailler chez eux.

Les atouts pour les clients

Le client qui entre, se retrouve dans une friterie plus que propre. L'hygiène est un aspect qu'il ne faut jamais négliger. Ils le savent et cet aspect est soigneusement

appliqué par tout le monde. Il ne faut pas avoir un œil entraîné pour le constater au premier regard. Le système de dosage des sauces installé dans la zone des hamburgers est un appareil assez particulier de la société Verbo. Il est top au niveau hygiénique et, en plus, un seul appui sur le bouton suffit pour obtenir une portion de sauce parfaite sur un hamburger ou un sandwich. Un beau gadget qui colle bien avec la vision d'une hygiène parfaite.

Il est évident que les clients prennent également en considération la qualité des mets et la qualité du service. Ce sont les deux piliers suivants qui est à l'origine du succès de la friterie.

Tous les plats et toutes les frites de l'éventail très large sont préparés avec beaucoup d'amour pour le métier. Les frites de 11 mm sont toujours fraîches et elles sont cuites dans la graisse fraîche, ce qui est certainement bénéfique pour la santé.

Grâce à la friteuse HR, le client peut se réjouir d'un service rapide. Les clients qui souhaitent consommer sur place, peuvent le faire dans un espace bien aménagé et équipé de meubles confortables.

En été, la friterie est ouverte six jours sur sept (uniquement fermée le jeudi). Les clients sont les bienvenus de 11 h 30 à 14 h et, en soirée, jusque 22 h 30. En hiver, la friterie est fermée le mercredi.

En guise de conclusion : Frituur Els vaut certainement une visite. La saison la plus dense y est imminente.

Nous remercions Els et Dirk de l'accueil chaleureux, de l'interview et nous souhaitons beaucoup de succès à toute l'équipe pour la prochaine saison estivale.

Frituur Els
Westendelaan 329
8434 Westende



8 PME sur 10 n'emploient pas de personnel et préfèrent rester petites

De plus en plus de PME n'emploient pas de personnel. Cette constatation a été faite après une analyse sur base des chiffres du SPF Economie. Entre 2008 et 2015, le nombre de PME sans personnel a augmenté de 19 pourcent, alors que le nombre total de PME qui emploient du personnel, n'a qu'augmenté de 1,3 pourcent lors de cette même période. « De plus en plus de PME préfèrent rester petites, elles ne veulent pas grandir et ne veulent pas employer du personnel ». « Ceci est dû au coût salarial qui est encore trop élevé dans notre pays, les tracas administratifs qui sont liés à la gestion du personnel et les nombreux droits acquis dont disposent les travailleurs. Aussi la suppression de la période d'essai entrave le recrutement. »

A la fin 2015, 863.165 PME de moins de 50 travailleurs, étaient actives dans notre pays. Il s'agit de 99,3 pourcent de toutes les entreprises dans notre pays. D'après les chiffres du SPF Economie, 8 PME sur 10 n'emploient aucun travailleur. Au total, il est question de 687.511 PME qui se trouvent dans cette situation. Il s'agit d'une forte augmentation de 19,3 pourcent par rapport à l'année 2008, où 576.172 PME sans travailleurs étaient actives. Lors de cette même période, le nombre de PME comptant des travailleurs, n'a augmenté que de 1,3 pourcent.

Malgré que le nombre total de PME avec 0 à 50 travailleurs a augmenté de 15,1 pourcent entre 2008 et 2015 (de 749.541 en 2008 à 863.165 en 2015 pour être exact), cette augmentation est entièrement à attribuer à l'augmentation du nombre de PME sans personnel. Cette évolution s'explique partiellement par la crise économique qui a débuté en 2008 et pris fin en 2013. A cette époque, le recrutement était très restreint. D'un autre côté, on constate que les PME souhaitent décidément rester petites et que la croissance auprès d'une majeure partie d'entre elles, n'est absolument plus un must. Auprès des professions libérales, la formation d'association augmente sensiblement, ainsi des avocats et médecins lancent leur propre cabinet et chacun d'entre eux se charge d'une partie des tâches de sorte que du personnel externe ne soit plus nécessaire.

Malgré les efforts pour diminuer le coût salarial, celui-ci reste encore trop élevé, ce qui freine bien évidemment le recrutement. Tout comme les tracas administratifs liés à la gestion du personnel et ce de l'engagement jusqu'au licenciement. Les nombreux droits acquis dont disposent les travailleurs, dissuadent également les employeurs. Citons quelques exemples : le mois d'incapacité de travail qui doit entièrement être pris en charge par l'employeur, mais aussi les longs délais de préavis et les indemnités de rupture à l'avenant, ou les procédures de reclassement professionnel obligatoires pour les travailleurs âgés de 45 ou plus ou pour ceux qui ont un préavis d'au moins 30 semaines.

La suppression de la période d'attente suite au statut unique, n'est pas favorable non plus pour un premier engagement ou des engagements supplémentaires. « Il existe une demande élevée pour la réintroduction de la période d'essai venant des indépendants et PME ». « Ceux-ci ne comprennent pas pourquoi la période de préavis a doublé pour une personne qui vient d'être engagée, comparée à l'époque où la période d'essai existait encore. » Le ministre fédéral des Indépendants et PME, Willy Borsus (MR) avait introduit vers l'automne dernier une proposition de réintroduction de la période d'essai, mais plus de nouvelles depuis. Dans

sa proposition, Borsus propose une période d'essai de minimum 15 jours et maximum 6 mois pour ceux qui gagnent moins de 66.441 euros et une période d'essai d'un an pour ceux qui gagnent plus que ce montant. Une proposition équitable qui ne peut finir aux oubliettes.

Report de la réduction de l'impôt des sociétés: pas sérieux !

La réduction promise, et tant attendue, de l'impôt des sociétés n'entrera qu'en vigueur à partir de 2018 au plus tôt, d'après les milieux gouvernementaux. Pourtant, ce gouvernement fédéral de centre-droit promet, depuis 2014, de se charger au plus vite de la réduction de l'impôt des sociétés. Un nouveau report entrave les investissements que veulent réaliser les PME. Une étude a démontré que 75 pourcent des entreprises ne pourront effectuer plus d'investissements (notamment en personnel, machines et expansion) que si l'impôt des sociétés est réduit à 20 ou 25 pour-

cent. Depuis longtemps, on plaide pour un impôt des sociétés plus simple et plus équitable face auquel toutes les entreprises, petites ou grandes, sont égales devant la loi et afin que les grandes entreprises ne puissent plus 'l'échapper belle' en faisant usage de technologie de pointe sur le plan fiscal et de régimes préférentiels exorbitants. La réduction planifiée de l'impôt des sociétés et les divers scénarios qui ont été proposés, résonnaient comme une douce musique aux oreilles.

Aujourd'hui, il semblerait que cette réduction serait introduite en 2018

au plus tôt. Ce nouveau report est néfaste pour l'économie, parce que l'impôt des sociétés actuel, qui est élevé (33,99 pourcent), entraverait les investissements. D'un sondage effectué par l'organisation des indépendants vers la fin de l'année dernière et auquel 940 chefs de sociétés ont participé, il ressortait que trois quarts des entreprises n'effectueraient des investissements (e. a. en personnel, machines et expansion) que si l'impôt des sociétés est réduit à 20 ou 25 pourcent. « L'impact de cette réduction de l'impôt sera, en d'autres termes, particulièrement élevé.

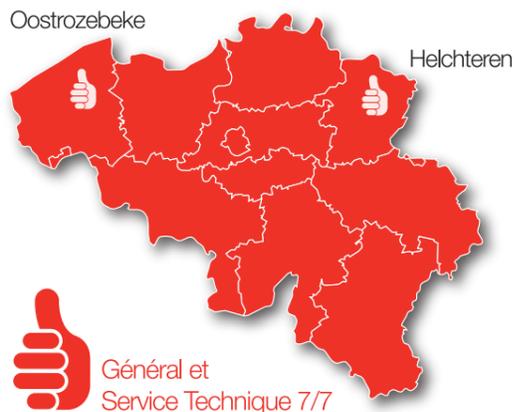


Pour une cuisson
"Perfect"



Perfecta Frituurinstallaties bvba
Perfecta technics bvba
Wantestraat 10, 8780 Oostrozebeke
T. +32 (0) 56 70 24 86
F. +32 (0) 56 70 05 64
info@perfectafrit.be
www.perfectafrit.be

Oostrozebeke



Helchteren



Général et
Service Technique 7/7



Perfecta Frituurapparatuur bvba
Scholteshofstraat 3, 3530 Helchteren
Algemeen en service 7/7
T. +32 (0) 11 57 16 57
F. +32 (0) 11 45 23 93
info@perfecta-friteuses.be
www.perfecta-friteuses.be

VANREUSEL INTRODUIT UN NOUVEAU CONCEPT DE SNACK POUR L'HORECA: Mad ROOSTERS

La société Vanreusel introduit un concept tout à fait nouveau pour le secteur horeca qui, plus que jamais, est à la recherche d'opportunités qui lui permettent de se distinguer. La société Vanreusel lui offre maintenant un concept de snack qui permet d'attirer des clients nouveaux. En quoi consiste le concept des Mad ROOSTERS ? Un design bucket qui contient des lamelles de viande de poulet ultra croquantes accompagnées de trois sauces accompagnantes: les sauces sélectionnées à cet effet, sont la sauce BBQ, la sauce HOT et la sauce Mad ROOSTERS spécifiquement développée dans le cadre de ce projet.

Grâce à Mad ROOSTERS, les entrepreneurs du secteur horeca peuvent faire évoluer leur chiffre d'affaires en s'adresser aux consommateurs qui, auparavant, se rendaient souvent dans un établissement de restauration rapide. Le concept est soutenu par un immense package promotionnel qui contient, entre autres, un totem haut de 1,90 m. Les Mad ROOSTERS sont disponibles via tous les grossistes du secteur horeca qui sont actifs dans le Benelux. Comme tous les produits de Vanreusel, les Mad ROOSTERS seront commercialisés exclusivement dans le secteur horeca.



MyB'eats : scanner pour être récompensé

Les fidèles clients reçoivent déjà de temps en temps un peu plus d'oignons Bicky dans leur hamburger. Izico offre elle aussi un petit plus aux gérants de friteries les plus loyaux. La maison mère des marques Bicky et Beckers a, pour ce faire, créé MyB'eats : une plateforme numérique visant à soutenir les clients avec des produits gratuits, des promotions attirantes et l'assistance nécessaire.

Nothing beats the real thing

Vic Dresen d'Izico : « Quiconque a déjà mangé un Bicky pourra le confirmer : Nothing beats the real thing. Avec MyB'eats, nous souhaitons encourager les clients à servir de véritables Bickys : avec un vrai pain et une vraie viande, les sauces authentiques et des oignons croquants, le tout de préférence dans une boîte Bicky. Celui qui vend les véritables produits Bicky et Beckers recevra des avantages supplémentaires. »

B'eats et bonus

Izico a créé une plateforme numérique pour les clients qui veulent devenir partenaires : MyB'eats. Comment ça marche ? C'est très simple : lorsque vous achetez des produits Bicky ou Beckers, scannez le code QR figurant sur l'emballage avec l'application. De cette manière, vous épargnez des points, ou B'eats, et rassemblez des bonus. Vous avez épargné suffisamment de B'eats ? Vous pouvez alors vous faire plaisir gratuitement dans le vaste catalogue MyB'eats..

Un soutien optimal

Vous êtes intéressé par une boîte gratuite d'hamburgers Bicky, un grille-pain pratique ou un paquet de boîtes à hamburger ? Alors n'attendez plus et scannez ! Vous avez besoin d'un peu d'aide ?



Dans ce cas, avec MyB'eats, vous êtes à la bonne adresse si vous voulez organiser une promotion, mettre votre établissement en avant, peaufiner la déco de votre intérieur avec des articles Bicky...

L'app MyB'eats, un jeu d'enfant

MyB'eats offre à chacun le soutien dont il a besoin : un soutien sur mesure grâce à la nouvelle MyB'eats App. Elle vous permet de scanner vos produits, de compter vos B'eats, d'encaisser vos bonus, tout en restant informé des actions, promotions et nouveautés de Bicky et Beckers. Vic Dresen d'Izico : « L'application MyB'eats est une sorte de scanner avec laquelle nous encourageons les frituristes à scanner autant que possible, car plus ils scannent, plus ils recevront d'avantages. Vous n'avez donc pas d'excuse pour ne pas scanner... »

McDonald's lance un menu végétarien

La chaîne de restauration rapide McDonald's souhaite se lancer sur le marché végétarien et introduit un certain nombre de produits préparés à base d'alternatives à la viande.

A base de lait écrémé

McDonald's ne propose pas de nouveaux hamburgers, mais adapte certains produits – dont les trois wraps au poulet et le McChicken – pour les végétariens, en remplaçant le poulet par des alternatives à la viande à base de lait écrémé. Grâce à ce nouvel assortiment McDonald's Belgique dit vouloir « répondre au mieux à la demande du consommateur ».

Les variantes végétariennes seront vendues au même prix que les recettes originales des burgers et des wraps et seront disponibles dans les 76 restaurants belges de McDonald's. Mais il n'y pas qu'en Belgique que la chaîne s'adresse aux végétariens : aux Pays-Bas par exemple un burger 'spécial veggie' est déjà au menu depuis un certain temps.



Snacks : le paradoxe de la santé

Les Belges ne demandent qu'à manger sainement, mais ne le font pas toujours pour autant. De plus, la perception est souvent tout aussi importante que le produit même.

Dans ce deuxième volet de la grande enquête sur les snacks, nous nous penchons sur la problématique de la santé. Cela semble l'évidence même : quand on demande aux consommateurs s'ils aiment manger sainement, 80% répondent par l'affirmative. Et 75% déclarent aimer les fruits.

41% admettent néanmoins qu'en réalité, ils ne mangent pas si sainement que cela. 49% tentent tout de même de manger des aliments sains lorsqu'ils optent pour un en-cas, et 62% affirment prendre le temps pour un bon petit déjeuner. Cela dit, il y a souvent un fossé entre les bonnes résolutions et la réalité.

Comment les Belges font-ils pour rendre leur alimentation plus saine ? 64% essaient d'éviter les en-cas rapides ou les plats à emporter. Pour eux, la consommation de snacks a donc une connotation plutôt négative, même s'ils se laissent souvent tenter.

Seuls 29% font très attention à leurs calories quotidiennes. Le sucre est une préoccupation plus prégnante : 54%

tâchent d'en manger le moins possible. 49% s'efforcent de ne consommer qu'un minimum de sel. 23% boivent beaucoup de boissons rafraîchissantes ou énergisantes. 66% des personnes interrogées affirment qu'elles mangent plus sainement qu'avant, et 50% pensent manger plus sainement à l'avenir. Les chiffres indiquent néanmoins une tendance fondamentale : l'excellent potentiel des snacks sains sur le marché. Les fournisseurs qui parviendront à commercialiser des produits savoureux et pratiques satisfaisant, de surcroît, aux attentes du consommateur en matière de santé auront le vent en poupe. Pensez, par exemple, à la forte croissance de Starmeal/The Foodmaker, avec un assortiment de salades saines, de wraps et de repas riches en légumes. Les fabricants sont également réceptifs à la demande du consommateur, qui souhaite des produits plus sains. Depuis 2000, par exemple, la quantité de sucre dans les boissons rafraîchissantes a diminué de 25%.

"Food in Mind cite une expérience positive dans le secteur des biscuits, où un producteur mise résolument sur l'aspect santé et laisse ses concurrents derrière lui en se focalisant sur le bio ainsi que les produits pauvres en gluten et en lactose. Aujourd'hui, cette entreprise ne parvient plus à suivre la demande nationale ni internationale", déclare Eddy Bovijn.

"Une récente évolution nous apprend que les entreprises alimentaires peuvent également se développer via un changement technologique, par exemple en misant sur le frais au lieu de produits secs ou congelés. C'est ainsi que se forment de nouveaux segments.



Etterbeek: Le pavillon circulaire de la friterie Antoine vit ses dernières heures

Le pavillon de la célèbre friterie Antoine sera détruit afin de pouvoir faire place à une friterie flambant neuve. Dans le cadre du réaménagement de la place Jourdan en semi-piétonnier, le pavillon circulaire de la Maison Antoine sera détruit. Dès demain, les frites, hamburgers et autres fricadelles seront servis dans un camion situé à quelques mètres à peine de l'actuelle friterie. Le pavillon sera ensuite vidé de ses meubles avant d'être rasé dans le courant de la semaine prochaine. Propriétaire du bâtiment, la Régie

Foncière d'Etterbeek assurera dans la foulée la construction d'un tout nouveau comptoir pour un montant de 301.654€. "La friterie new look conservera, à quelques mètres près, son emplacement actuel. Son architecture contemporaine et son agencement permettront d'améliorer considérablement le service à la clientèle. Les clients disposeront d'un comptoir supplémentaire pour passer leur commande et pourront se réfugier sous un auvent en cas d'intempéries. Côté coulisses, le bâtiment abritera une cuisine

avec chambre froide et des sanitaires pour le personnel", indique le bourgmestre Vincent De Wolf (MR) dans un communiqué.

Selon la commune d'Etterbeek, la Maison Antoine devrait pouvoir accueillir les premiers clients dans ce nouvel espace lors de la prochaine rentrée scolaire.

Outre la friterie Antoine, c'est l'ensemble du quartier qui va connaître une profonde mutation. Porté par Beliris, le fonds fédéral pour l'embel-

lissement de Bruxelles, le projet de réaménagement prévoit une place en semi-piétonnier avec davantage d'espace pour les terrasses, des nouveaux arbres et des fontaines. Un parking couvert de 70 places en cours de construction sous le parc Jo Heyne devrait compenser la perte d'emplacements de parking en surface.



Miam, des frites qui ont poussé sur Mars!

Des frites en provenance de Mars ? Cela sera peut-être un jour possible puisque le tubercule arrive à pousser dans des conditions atmosphériques semblables à celles de la planète rouge, selon une première expérimentation menée au Pérou.

"Les résultats préliminaires sont encourageants", a indiqué vendredi le Centre international de la pomme de terre après une expérimentation menée entre le 14 février et le 5 mars dans ses installations à Lima.

"Si les tubercules peuvent tolérer les conditions extrêmes auxquelles nous les exposons ici, cela offre une bonne opportunité pour qu'elles poussent sur Mars", estime Julio Valdivia Silva, astrobiologiste péruvien lié à l'agence spatiale américaine.

"Le fait qu'il y ait une croissance possible dans des conditions comme celles de Mars est une phase importante de cette expérience", a-t-il ajouté.

Les pommes de terre en question, issues d'une sélection d'une centaine d'espèces péruviennes, ont été cultivées sous un dôme, baptisé CubSat, où a été reproduite une atmosphère confinée censée être équivalente aux conditions atmosphériques en vigueur sur Mars.

La terre dans laquelle il a poussé à l'aide de fertilisants a été extraite du désert de la Pampa de la Joya, dans le sud du Pérou, où le sol est similaire à son homologue martien.

La pomme de terre est semée abondamment au Pérou, et pousse même à des altitudes de 4.000 mètres.

Cette expérimentation du Centre international de la pomme de terre est prévue pour durer cinq ans.

Dans les prochaines années, la NASA envisage de construire dans la Pampa de la Joya un centre d'expérimentations martiennes, comme il en existe déjà aux Etats-Unis, en Antarctique et en Russie.

Son paysage visuellement très ressemblant à celui de la planète rouge, avec ses dunes et ses formations rocheuses, pourrait parfaitement accueillir une base martienne avec les mêmes éléments, radiations et sol que sur la planète rouge.

Le Centre international de la pomme de terre est un des laboratoires majeurs dans le monde dans le secteur des tubercules. Il possède une banque de données de plus de 4.000 variétés de pommes de terre

BORNAPACK
Le specialist pour le friturist!

0478 277 267

www.bornapack.be

PROPRE 24 HR SERVICE!

TESTER? FAIT UN RENDEZ-VOUS 0478 277 267

ORANDA BORNAPACKHR Belgique

Nouveau transfer

BORNAPACK DEALER OFFICIEL DE L'ORANDA FRITEUSE

info@bornapack.be
0478 277 267



Avant de pouvoir regarder les détails des graisses de friture, il faut d'abord se demander ce qu'il faut entendre par la «friture». Le procédé de cuisson en friture est depuis longtemps utilisé pour préparer des aliments. Il s'agit d'un processus qui prépare différents produits pendant un laps de temps court en utilisant des températures relativement élevées. L'intérieur du produit doit être cuit. L'extérieur du produit doit être croustillant. Traditionnellement, on utilisait surtout de la graisse de boeuf et des graisses dures. Dans les dernières années, la part de marché des graisses dures a diminué et seul le blanc de boeuf est encore utilisé. En plus, on constate une évolution vers des graisses plus liquides.

Cette évolution a évidemment plusieurs raisons, mais la raison principale est le fait que les graisses liquides sont plus saines. De ce fait, la graisse et l'huile utilisées pour la friture, attirent de plus en plus souvent l'attention du consommateur. Une autre raison pour cette évolution consiste dans le fait que le marché offre de plus en plus de produits qui sont basés sur une panoplie croissante de matières premières. Il peut s'agir de matières premières existantes et disponibles depuis longtemps, mais qui n'étaient par exemple jamais utilisées pour la friture. Pensons à la plupart des huiles liquides qui étaient surtout utilisées dans les sauces et dressings. En outre, de nouveaux types d'huile ont été développés, p.ex. un nouveau type d'huile de tournesol appelé huile de tournesol haut oléique.

Quelles sont les différences?

Les différences se situent surtout dans l'état du produit à température ambiante. On vient de le dire: jusqu'il y a peu de temps, on n'utilisait que des graisses dures sur la base de blanc de boeuf ou sur la base d'huiles durcies. Toutes ces graisses ont une caractéristique commune: un taux relatif élevé en acides gras saturés et en acides gras trans. Ces derniers sont un type d'acides gras qui se crée comme forme intermédiaire pendant le processus de durcissement, c.-à-d. le processus de transformation des huiles en graisses. Il faut tout d'abord mentionner qu'il y a principalement quatre types d'acides gras: les acides gras trans, les acides gras saturés, les acides gras mono-insaturés et les acides gras poly-insaturés. Nous les avons classés dans l'ordre de santé croissant.

De nos jours, beaucoup de produits mentionnent ces informations sous forme d'un tableau de la valeur nutritive inséré après le taux de graisse.

Chaque type d'huile ou de graisse a un rapport spécifique entre les 4 types de gras acides repris ci-dessus. Les huiles naturelles telles que l'huile de palme, de navette et de tournesol, ne contiennent quasiment pas d'acides gras trans et elles contiennent donc des combinaisons des trois autres types de gras acides. Et les différences entre ces huiles sont importantes. L'huile de palme a une teneur en acides gras saturés d'environ 40 %. Avec l'huile de tournesol, cette teneur est de seulement 11 %, sa teneur en acides gras poly-insaturés est par contre assez élevée (environ 55 %). L'huile de tournesol haut oléique a une teneur en acides gras mono-insaturés de 70 %. On peut globalement dire que, ces dernières années, on a assisté à un passage régulier vers plus de graisses de friture qui, à température ambiante, sont semi-liquides ou liquides. Elles se composent essentiellement d'acides gras mono-insaturés et poly-insaturés.

Mais faites attention !

Dans notre secteur, il est essentiel de ne pas se limiter à regarder la composition d'une huile / graisse au départ. Il faut également vérifier comment elle se développe dans un «environnement naturel de friterie», c.-à-d. réchauffement de longue durée / répétitif).

Les acides gras insaturés souffrent plus que les autres types d'acides gras face aux températures élevées utilisées pour frire étant donné que les acides gras insaturés sont relativement sensibles pour l'oxydation. Il s'agit de réactions avec l'eau qui provient des produits à frire et avec l'oxygène ambiant qui font en sorte que la graisse commence à oxyder. La conséquence: la qualité de la graisse diminue.

Cela a des répercussions sur le goût du produit fini et ce goût est partiellement déterminé par la teneur en graisse libérée lors de la friture. La meilleure solution semble être un bon équilibre entre les différents types d'acides gras, pour que la graisse ne se détériore pas rapidement.

Sur le plan légal, des conventions ont été prises pour que cette oxydation ne puisse plus continuer de façon illimitée

dans la graisse utilisée. A côté de l'odeur et du goût qui diminuent, la couleur de la graisse change. Ce qui est plus difficile à constater: la densité de la graisse change. La couleur de la graisse devient plus foncée à cause des particules polaires qui, tout doucement, se carbonisent suite à l'exposition constante à la chaleur. La solution la plus efficace pour constater le vieillissement, consiste à mesurer. Le commerce offre plusieurs outils de mesure qui indiquent une valeur limite pour que la graisse puisse être renouvelée à temps.

Cette oxydation doit donc être contrecarrée. Le température de cuisson joue un rôle important. A l'heure actuelle, on n'utilise plus des températures supérieures à 175 degrés. Cette valeur limite de la température a aussi été créée après une discussion sur une substance qui se crée pendant la cuisson, l'acrylamide. Il s'agit d'une substance qui se crée au moment que les produits qui sont frits, changent couleur. La teneur de cette substance doit être la plus basse possible. Internet offre suffisamment de littérature sur cette substance et les possibilités de la limiter.

Plusieurs tuyaux

Un filtrage régulier est une autre méthode pour contrecarrer le vieillissement de la graisse. Toutes les particules qui circulent dans la graisse et qui sont alors filtrées, déterminent la couleur de la graisse, mais elles participent également au processus d'oxydation. On peut également limiter l'oxydation en réduisant la quantité d'humidité sous forme de givrage sur les produits (congelés) et en évitant le sel dans la graisse (ne pas réintroduire des frites salées dans les bacs afin de les réchauffer). Les fabricants de friteuses ont évidemment continué à développer leurs produits. Les méthodes pour la transmission de la chaleur, les différentes directives relatives au réchauffement et les réglages en stand-by sont des sujets importants. Mais la mise à disposition de appareils de mesure meilleurs et plus rapides contribuent à un processus de friture plus sain et meilleur. Si vous Sur le site néerlandais www.verantwoordfrituren.nl, vous trouverez des idées supplémentaires.



De par le fait qu'on a le choix entre différents types d'huile avec des compositions différentes, la recherche continuera en permanence, d'une part afin de trouver des huiles plus saines, d'autre part afin de trouver des produits qui perdurent plus longtemps et qui résistent donc mieux à l'oxydation. Le goût continuera à jouer un rôle et l'utilisation du blanc de boeuf est un autre facteur permanent.

Pendant combien de temps peut-on utiliser la graisse ou l'huile?

Cela dépend de beaucoup de facteurs, tels que par exemple le type d'huile ou de graisse, le type de produit à frire, la température utilisée et le filtrage de la graisse ou de l'huile.

Pourquoi ne faut-il pas dépasser une température de 180°C ?

Quand la température est trop élevée, la couleur extérieure change déjà, alors que le produit n'est pas encore cuit à l'intérieur. Quand la température est trop basse, le temps de cuisson est trop long. En outre, les produits enrobés de chapelure ne seront pas croustillants. A ce moment-là, le produit absorbe une quantité relativement élevée de graisse. Il est essentiel que l'huile ou la graisse NE dépasse JAMAIS la valeur maximale légale de 180°C.

Dans ce sens, il est préférable de respecter, par précaution, une valeur maximale de 175 °C, même si la température utilisée peut encore être plus basse à condition que la friteuse soit de bonne qualité et réagisse rapidement sans variations de température importantes.

Est-ce que les produits frits sont gras?

Si vous respectez les règles du jeu, la quantité de graisse est encore acceptable. L'extérieur du produit est rapidement brûlée et le temps de cuisson est court afin d'éviter qu'une quantité trop importante de graisse puisse être absorbée. Cette quantité est fonction de plusieurs facteurs:

- la surface: les frites plus fines absorbent plus de graisse que les frites plus épaisses;
- la température: si elle est inférieure à 175°C, il faut plus de temps pour fermer la surface des frites ou snacks et ils absorbent donc plus de graisse;
- les portions: si la portion de frites insérée dans le bac est trop grande, la température diminue fortement et les frites absorbent plus de graisse.

Renouveler l'huile ou la graisse

- Etant donné que la qualité de la graisse se détériore dans le temps, elle doit être remplacée à temps. Mais comment pouvez-vous constater que le moment est venu? Vous pouvez le voir et sentir et goûter:
 - la couleur change, la graisse est de plus en plus foncée
 - la viscosité augmente
 - la création de mousse est différente: une nouvelle graisse produit des bulles grandes qui disparaissent rapidement. Quand la graisse vieillit, les bulles sont plus petites et disparaissent plus lentement.
- Le goût et l'odeur des frites ou snacks frits changent. Un goût rance qui est souvent reconnu quand les produits sont refroidis, indique la présence de produits de décomposition dans une graisse (trop) longtemps utilisée
 - le développement des fumées.
- Beaucoup de frituristes renouvellent la graisse sur la base de leur expérience. L'expérience est à vérifier régulièrement en utilisant un appareil de mesure. Il faut en outre demander un avis personnalisé à votre fournisseur de graisse.
- Nettoyez régulièrement les appareillages en respectant le mode d'emploi. La graisse / l'huile de friture doit toujours être remplacée dans sa totalité.

Problème Remède possible

- Perte de qualité précoce:
 - Température de cuisson trop élevée
 - Réchauffement de longue durée de la graisse



- Résidus non pas éloignés
- Contact avec des métaux colorés

• **Consommation de graisse trop élevée:**

- Température de cuisson trop basse
- Quantités trop importantes dans le panier
- Trop d'humidité contenue dans les produits
- Egouttage insuffisant du panier

• **Création trop importante de mousse:**

- Les produits contiennent trop d'humidité
- Quantités trop importantes dans le panier
- Graisse utilisée trop longtemps
- Résidus des produits de nettoyage ou de l'eau dans la graisse

• **Création de fumées:**

- Température de cuisson trop élevée
- Graisse utilisée trop longtemps

• **Mauvais goût:**

- Température de cuisson trop élevée
- Graisse utilisée trop longtemps
- Résidus carbonisés contenus dans la graisse

• **Difficulté d'obtenir des produits dorés:**

- Temps de cuisson trop court
- Température de cuisson trop basse
- Quantités trop importantes

• **Forte coloration de la graisse de friture:**

- Température de cuisson trop élevée
- Graisse utilisée trop longtemps
- Résidus carbonisés contenus dans la graisse

• **Eclaboussures:**

- Les produits contiennent trop d'humidité

• **Déterminer le moment du remplacement:**

- Mesurez la qualité de votre graisse avec un appareil test.
- Remplacez la graisse quand la durée de vie ultime est atteinte.

• **Odeur forte (vérifier votre hotte):**

- Température de cuisson trop élevée
- Graisse utilisée trop longtemps
- Résidus carbonisés contenus dans la graisse

• **Produit pas suffisamment croustillant:**

- Graisse de friture utilisée trop longtemps
- Quantités trop importantes dans le panier
- Temps de cuisson trop court
- Température de cuisson

GRAISSES ET HUILES

Ni les chefs étoilés ni les frituristes chevronnés sont capables de déterminer quelle huile ou graisse est la meilleure solution quand on veut préparer des meilleures frites les plus croustillantes comme elles font partie de notre patrimoine culturel. Le choix entre un produit végétal ou un produit animal n'est pas le seul objet de discussion. La fréquence de renouvellement de l'huile ou de la graisse et sa température sont autant d'éléments qui peuvent influencer le goût des frites.

A l'heure actuelle, environ un tiers des frituristes utilise de l'huile végétale, un tiers utilise du blanc de bœuf et l'autre tiers utilise un mélange des deux.

Certains utilisent de l'huile végétale pour la première cuisson et du blanc de bœuf pour la deuxième. D'autres utilisent un mélange des deux. Tout le monde travaille selon son inspiration personnelle.

Demander ce qui donne le meilleur résultat, c'est comme demander si le vin rouge est mieux que le vin blanc. Ils sont tous les deux bons, tout dépend des préférences personnelles.

A la fin, c'est le consommateur qui choisira sa friterie préférée, en dehors de tous les concours et de toutes les remises de prix. Une des particularités de notre culture des frites consiste dans le fait que deux frituristes situés dans le même village vendront chacun des frites dont le goût est différent et que les clients respectifs vont tous dire que les frites de «leur friterie» sont les meilleures. Il est important que cela ne change pas.



Découvrez notre gamme d'huiles en Bag-in-Box de 15L!

Le format idéal, la qualité optimale

FRITURE

- Pour la cuisson d'aliments à haute température
- 12 utilisations en friture
- 100% végétal
- sans colorant ni agent conservateur



FRITURE

- Pour la cuisson d'aliments à haute température
- 12 utilisations en friture
- 100% végétal
- sans colorant ni agent conservateur



**FRITURE
ARACHIDE
TOURNESOL
COLZA
SOJA**

- Pour la cuisson d'aliments ou l'assaisonnement
- 12 utilisations en friture
- 100% végétal
- sans colorant ni agent conservateur





Les femmes indépendantes prennent leur pension plus tard que leurs homologues masculins

En 2016, les femmes indépendantes ont pris leur pension à l'âge de 64,65 ans en moyenne. Les hommes indépendants ont pris leur pension plus tôt, à 63,84 ans en 2016. Cette prise de pension plus tardive pour les femmes indépendantes n'étonne pas le SNI. « De nombreuses femmes qui prennent leur pension ont mis leur carrière entre parenthèses pendant un moment pour pouvoir s'occuper de leur famille et n'atteignent

donc pas la durée de carrière professionnelle requise pour pouvoir prendre leur pension ». D'autres facteurs jouent également un rôle : les femmes indépendantes sont plus actives dans des secteurs moins lourds physiquement et gagnent quasi la moitié en moins de ce que les hommes indépendants perçoivent. 64,65 ans, c'est l'âge moyen auquel les femmes indépendantes ont pris leur pension l'an dernier, selon les chiffres de l'INASTI, l'Institut National d'Assurance Sociale pour Travailleurs Indépendants. C'est plus tard que les hommes indépendants qui ont pris leur pension à 63,84 ans en moyenne. Et c'était la même chose les

cinq années précédentes. Cet âge plus tardif pour la prise de pension est dû à différents facteurs. En premier lieu, la condition de carrière pour ouvrir le droit à la prépension. En 2016, il était possible de la prendre à 60 ans après une carrière professionnelle de 43 ans, à 61 ans pour une carrière professionnelle de 41 ans et à 62 ans pour une carrière professionnelle de 40 ans. De ces femmes qui prennent leur pension, une partie a mis sa carrière professionnelle entre parenthèses pour pouvoir s'occuper des enfants. Cela justifie la nécessité de travailler plus longtemps pour bénéficier d'une pension suffisante. « C'est une bonne chose que la génération actuelle le fasse moins et continue à travailler, même si l'on parle de bébés et jeunes enfants. De toute façon, cela rapporte en matière de pension ». Une autre explication est relative aux secteurs dans lesquels les femmes indépendantes sont actives. Elles sont surtout actives dans les soins de beauté, le petit commerce et certaines professions libérales : pharmacienne, dentiste, avocate et médecin. Les hommes indépendants sont par contre plus actifs dans des secteurs plus durs comme la construction, le transport, la mécanique automobile, mais ces jobs sont souvent lourds physiquement et poussent à un arrêt plus précoce des activités. Enfin, il y a aussi les revenus limités des femmes indépendantes qui les obligent à rester plus longtemps au travail. En moyenne, en 2015, les indépendantes ont gagné 15.796 euros par an. Leurs homologues masculins ont gagné en moyenne 54 pourcent en plus, soit 24.273 euros par an. Il va de soi que la personne qui gagne un salaire moins élevé restera au travail plus longtemps pour après pouvoir profiter un maximum de ses vieux jours.

Le développement d'un webshop donne droit à une déductibilité supplémentaire de 13,5 pourcent

Le développement d'un webshop est un investissement numérique. C'est important car ce type d'investissement donne droit à une déductibilité supplémentaire de 13,5 pourcent au lieu de 8 pourcent pour les investissements 'normaux'.

Le but est de stimuler l'investissement dans des systèmes digitaux de paiements, de facturation et dans la protection des informations et des technologies de communication.

Qui est pris en compte ?

Les personnes physiques et petites entreprises sont prises en compte pour les investissements numériques. Cela implique que l'un des critères suivants ne doit pas être dépassé :

- moyenne annuelle du nombre de membres du personnel : 50 travailleurs
- chiffre d'affaires annuel moyen TVA comprise : 9.000.000 d'euros
- total du bilan : 4.500.000 euros

La procédure

les formalités à accomplir diffèrent en fonction des catégories. Après les avoir accomplies, vous pourrez déduire 13,5 pourcent de vos bénéfices imposables de vos impôts.



WE LOVE TO SHARE GOOD TASTE WITH YOU



VASTE CHOIX

Sauces délicieuses

Pains à hamburger
surprenants

Graisses qualitatives
pour un résultat raffiné



Le frais et les snacks sont les moteurs de croissance du marché FMCG

L'an dernier l'alimentation fraîche et les snacks & friandises ont généré 61% de la croissance du marché FMCG (Fast Moving Consumer Goods) en Europe de l'Ouest, indique un nouveau rapport de Nielsen. A noter que les grands fabricants de marques sont à la traîne.

Croissance de 0,9%

En 2016 les consommateurs de neuf pays d'Europe occidentale ont dépensé 4,3 milliards d'euros de plus en produits FMCG comparé à 2015, ce qui représente une croissance de 0,9%. L'alimentation fraîche a généré 1,6 milliard d'euros, soit 38% de la croissance totale ; les friandises et les snacks 1 milliard d'euros (23%) ; et les boissons alcoolisées 849 millions d'euros (20%). Ces trois

catégories réunies ont donc généré 80% de la croissance des dépenses alimentaires en 2016.

La croissance de l'alimentation fraîche et des friandises s'explique par le fait que les consommateurs ont acheté davantage de produits, alors que la croissance des boissons alcoolisées est due essentiellement aux prix plus élevés, indique Olivier Deschamps, Senior Vice President Retailer Services Western Europe, Canada & Pacific chez Nielsen.

Focus sur le frais

La croissance significative de l'alimentation fraîche est un constat intéressant, estime-t-il : « Visiblement les retailers se focalisent sur le frais, afin d'attirer les clients et améliorer

leur image. En examinant les sous-catégories, il apparaît que les repas frais, la bière, les fruits et légumes frais et l'eau minérale ont le plus contribué à la croissance de la catégorie food. »

En Belgique la croissance est attribuable avant tout aux repas frais, aux boissons rafraîchissantes pétillantes, à la bière, à l'eau minérale et au lait de longue conservation. Par contre on note une baisse pour le fromage frais, les jus de fruits de longue conservation, le whisky, les desserts frais et la margarine.

Augmentation des promotions

A noter que les fabricants qui ne font pas partie des dix plus grands acteurs ont réalisé

70% de la croissance sur le marché FMCG en Europe de l'Ouest, alors que les labels privés ont généré les 30% restants. En revanche les fabricants du top 10 ont vu reculer les dépenses des consommateurs de 430 millions d'euros. Les fabricants ne faisant pas partie du top 10 détiennent actuellement une part de marché de 46,6%, suivis des labels privés (36%) et du top 10 (17,4%).

La moitié de la croissance sur le marché FMCG (2,2 milliards d'euros) est attribuable aux produits en promotion. Les retailers ont eu davantage recours aux promotions afin d'inciter les consommateurs à acheter plus de produits. L'augmentation des promotions a été un facteur de croissance important pour le secteur

Pour des fenêtres toujours propres

Avoir beaucoup de grandes fenêtres permet évidemment d'apporter beaucoup de lumière naturelle dans la maison et donc d'avoir un intérieur lumineux et chaleureux, mais les nettoyer prend du temps. Et lorsque le soleil brille à travers les vitres fraîchement nettoyées, dont le résultat n'est pas satisfaisant, cela peut être très frustrant. Avec son Window Vac, Kärcher propose un appareil qui permet d'éliminer la saleté et les traces sur les surfaces lisses. Le Window Vac WV 5 est plus endurant que les séries précédentes et dispose de détails pratiques qui permettent de nettoyer rapidement de grandes surfaces sans laisser de traces.

Avec sa batterie optimisée, cet appareil compact offre une autonomie de 35 minutes. En moyenne, cela permet de faire briller 105 m², ce qui correspond à environ 35 fenêtres. Et ce n'est pas tout : le WV 5 est équipé d'une batterie amovible. Dès que l'énergie baisse, vous pouvez continuer de nettoyer en installant simplement une batterie de rechange disponible comme accessoire. Plus besoin d'interrompre votre travail pour recharger la batterie. Grâce aux 3 témoins lumineux à LED, l'utilisateur peut à tout moment voir l'état de charge de la batterie Propreté sans traces jusqu'au bord. Lorsque l'on passe sur les fenêtres avec le racloir, il reste souvent des traces ou des lignes inesthétiques près des bords en mastic ou en silicone. Pour cela aussi, le WV 5 a une solution : une cale entretoise garantit que le caoutchouc du WV 5 ne se plie pas contre les bord de la fenêtre, ce qui causerait un peu d'eau restante. Il suffit de tourner la molette et de régler la distance en fonction de la fenêtre. Cela permet de nettoyer parfaitement chaque fenêtre jusqu'aux bords. La poignée caoutchoutée offre un confort supplémentaire et permet une prise en main agréable et sûre, même en cas d'utilisation prolongée.



RAFFINADERIJ-RAFFINERIE
BAETEN & C°
SINCE 1815

**SIMPLICITE.
GOUT.
QUALITE.
STABLE.
DURABLE.
TRADITION.**

Ne vous contentez pas de n'importe quelle graisse de bœuf pour vos graisses de friture, exigez la référence depuis longtemps. Basée sur une sélection rigoureuse des meilleures matières premières. C'est la base idéale pour la frite. Jour après jour, la qualité est garantie.

Depuis 7 générations.

- . 100 % produit naturel
- . Graisse de boeuf raffinée
- . Durable en utilisation
- . Stable à cuisson
- . Sans colorant, sans agent conservateur
- . ne contient pas de graisses hydrogénée ou raffinée chimiquement
- . Disponible en:
 - 4 x 2,5 kg
 - 5 kg
 - 10 kg
 - 12,5 kg

BAETEN & C° N.V.
Belgium

Fortstraat 28
B - 9290 Overmere

T +32 (0) 9 367 79 96
F +32 (0) 9 367 83 53

E info@baetennv.be
W www.baetennv.be

Ma friterie, c'est mon septième enfant



Cathy Van Laethem (52) est originaire de Menin (Flandre occidentale), mais l'amour l'a fait atterrir en Flandre orientale. En 2004, elle a démarré une friterie à Baardegem, une fraction de la ville d'Alost. La friterie porte le nom 't Dorp [Le village]. Cathy a six enfants, l'aîné ayant 33 ans, les cadettes ayant 14 ans. Cathy rit quand elle dit : « Et ma friterie est mon septième enfant. » Et elle rit souvent. Elle a un humour qui est contagieux car elle aime vraiment le travail dans la friterie : « En tant que gamine, je rêvais déjà de la possibilité d'ouvrir une friterie. Et voilà, depuis presque 13 ans, je vis ce rêve. A un certain moment, elle était à un doigt de devoir mettre fin à son rêve. Il y a trois ans, Cathy a dû être réanimée lors d'une kermesse. « Pendant une période de trois mois, je n'ai pas pu travailler, un vrai enfer ... car j'aime mon travail et je ne peux tout simplement pas imaginer une vie sans friterie ! »

Baardegem

Comment est-ce qu'une jeune ouvrière du secteur textile qui habite Menin, entre en contact avec un beau jeune homme qui habite Teralfene? « A la mer. On était à la mer quand il y a eu l'étincelle ... » Cathy a suivi son mari dans sa région à la frontière entre le Brabant et la Flandre orientale. « J'avais 14 ans quand j'ai commencé à travailler dans l'industrie textile. Du travail dur. Les chefs contrôlaient notre rythme de travail avec un chronomètre. La charge de travail était énorme. Je suis heureuse que nos enfants doivent aller à l'école jusqu'à l'âge de 18 ans. » Et après son mariage, Cathy a continué à travailler dans le secteur textile. Jusqu'au moment où elle pouvait réaliser son grand rêve. Ils ont pu acheter une maison qui avait hébergé une friterie pendant un certain temps. Ils ont rénové la totalité de l'éta-

blissement et leur friterie située au coin de Baardegem-Dorp et de la Margrietstraat a ouvert ses portes, le nom « Margriet » (Marguerite) faisant référence à la sainte patronne de la paroisse de Baardegem. La friterie est située tout près de la splendide église romane construite au 13e siècle. Cathy reçoit régulièrement des cyclistes ou des promeneurs qui se servent des sentiers de la région. Les communes de Baardegem, Meldert, Moorsel et Herdersem sont effectivement le poumon vert de la ville d'Alost. Baardegem est également le lieu de naissance et de sépulture de Frans Vonck, un des moteurs de la Révolution brabançonne (1789-1790). Une plaquette commémorative installée dans le mur de l'église attire l'attention des promeneurs et cyclistes sur ce partisan de la démocratie.

Luc Alloo

Le jeudi 16 mars, le téléphone de Cathy n'arrêtait pas de sonner. Tout le monde lui posait la même question : « T'as vu ? » A sa grande stupéfaction, en regardant l'émission de la chaîne VTM sur la vie dans les prisons étrangères, Cathy remarquait un T-shirt avec une publicité pour 'Frituur 't Dorp' dans la prison de Kananga (Congo). Cathy a immédiatement reconnu les T-shirts qu'elle sponsorise pour l'équipe de foot de Baardegem. Mais elle n'a toujours pas compris comment ce T-shirt est arrivé en Afrique. Mais elle aime

bien l'idée. Cathy rit : « Eh bien, c'est une chouette publicité. En plus, j'ai vraiment une fibre sociale. Il y a quelque temps, je voulais sponsoriser des personnes qui ont peu de moyens financiers, mais la loi sur la vie privée ne me le permettait pas. La ville d'Alost ne pouvait pas me donner les adresses dont j'avais besoin pour pouvoir inviter ces gens. »

Réanimée

Chaque année, la commune de Baardegem connaît deux grandes fêtes : l'évènement régional appelé Pikkeling qui a lieu en juillet et la kermesse des Faubourgs qui a lieu au mois d'août. Les groupes (qui sont comparables aux troupes dans le Carnaval) suivent tout un parcours au centre de Baardegem et dans les faubourgs d'Alost. La kermesse des Faubourgs est un évènement impressionnant mais, il y a trois ans, elle a presque eu une fin dramatique pour Cathy. « Au moment que j'allais ouvrir la porte de la friterie, toutes mes lumières se sont éteintes. » Elle a eu la chance qu'une amie était présente et a donc immédiatement pu commencer la réanimation. Les services de secours sont arrivés très rapidement et, après l'avoir stabilisée, ils l'ont amenée à l'hôpital. Tout le monde était choqué, Cathy encore plus que les autres. Pendant trois mois, elle n'a pas pu travailler. « Quand je pouvais de nouveau travailler, j'étais heureuse comme un enfant. Les problèmes cardiaques sont dans les gènes de notre famille. Malheureusement... Mais heureusement, mes enfants et mon mari ont, pendant 3 mois, tout fait pour que friterie puisse continuer à ouvrir ses portes. »

Du frais et rien que du frais

« Nous servons plusieurs plats faits maison : entre autres, des carbonnades, des boulettes en sauce tomate, des brochettes, de la sauce spaghetti. La qualité et la propreté sont essentielles pour moi. Et par propreté, je n'entends pas seulement la propreté de l'établissement en général, mais surtout la propreté de la graisse dans laquelle on cuit. Quand on remplace à temps la graisse, on n'aura jamais une plainte comme quoi les frites sont « difficiles à digérer ». Et il faut servir les gens avec un sourire. Aucun problème pour Cathy car elle a en permanence un sourire sur son visage. Les clients fidèles le savent très bien car ils fréquentent la friterie au moins une fois par semaine, certains viennent même tous les jours. « Très

souvent, je connais leur nom, surtout des enfants, car j'aime tous les enfants. »

Ina

A ce moment-là, la petite fille de Cathy arrive. Ina a un an, s'amuse bien avec mamy Cathy et aime bien les frites croustillantes. Assise tranquillement sur le bras de sa grand-mère, elle en grignote une. Ses yeux montrent qu'elle aime bien. Ina n'a pas encore de souhaits particuliers. Certains clients en ont par contre. A côté des fricadelles, des boulettes spéciales et des viandelles, certains clients lui demandent « une portion de guerre » : des frites, des carbonnades, des boulettes, de l'oignon cru, de la sauce pili-pili et des cornichons. « La composition peut varier, mais devant certaines commandes, on pourrait froncer les sourcils. Mais le client reçoit bien évidemment ce qu'il demande. Parfois, on est confronté à un client réellement exigeant. Prenons l'exemple d'un homme qui me demandait une boulette « coupée en tranches d'un demi centimètre ». C'est ce qui était marqué sur le petit papier avec la commande. »

Vous pouvez être sûr

Est-ce qu'une femme qui travaille dur et qui a six enfants, trouve encore du temps pour les loisirs ? « Tout à fait, une fois par mois, je vais chercher une amie qui habite Baasrode, et on se rend à Anvers pour y jouer au bingo. C'est chouette et relaxant. Le bingo n'est pas un jeu pour les seniors. J'y vois beaucoup de jeunes. »

« Mon grand rêve ? Je voudrais élargir mon établissement. Mais cela ne se fera pas tout de suite. On dispose bel et bien de l'espace, mais mon frère est célibataire, vit à côté de la friterie et je ne veux certainement pas le chasser. A choisir entre un établissement plus grand et mon frère, le choix est vite fait. D'autre part, je ne voudrais certainement pas perdre ma friterie. Un jour, quelqu'un voulait acheter ma friterie, mais je n'y songe même pas. Ah oui, j'ai encore un autre rêve : avoir un diplôme de cuisinière. J'aime bien cuisiner, pas seulement préparer des frites. Malgré tout, il y a aussi une vie à côté de la friterie : j'aime les chevaux, j'en ai deux et ils me donnent beaucoup d'amour. Une de nos filles fait du jumping. »

Le moment est venu, il faut ouvrir le volet. Les premiers clients étaient déjà en train d'attendre et ils rentrent. Cathy commence à les servir et les toutes premières dorées sont accompagnées d'une belle portion de boulettes en sauce tomate. Cathy dit : « Bon appétit » et aussitôt, elle reçoit la réponse : « Vous pouvez être sûr. »

**Frituur 't Dorp,
Baardegem-Dorp 33, 9310 Aalst**



HAKTO

Friteuses Installation friterie



technologie moderne et
fiabilité démontrée

Rubbens

La qualité a un nom



+32(0)3 887 33 41
service 7/7 j

Antwerpsesteenweg 55
2630 AARTSELAAR
(A12) Antwerpen - Boom



Agence Tournai : France et Wallonie Tél : 0491/36 33 91
info@nys-machinery.be www.nys-machinery.be

La transformation belge de la pomme de terre clôture l'année record 2016 et continue à investir dans l'avenir

2016 a été une année record absolue pour le secteur belge de la transformation de la pomme de terre. Telle est la conclusion de Belgapom, qui représente le négoce et la transformation belges de la pomme de terre.

Le fait que ce secteur de l'industrie alimentaire qui se distingue par sa forte expansion ait transformé 4,4 millions de tonnes de pommes de terre (+11% par rapport aux 3,97 millions de tonnes en 2015), fixant ainsi un nouveau record, n'a rien d'étonnant en soi, mais jamais la hausse n'a été plus importante par rapport à l'année calendrier précédente.

La production de frites surgelées (1,68 million de tonnes, +14,3% par rapport à 2015) a connu la plus grande progression, mais la production de frites réfrigérées (234.700 tonnes, +3,5 %) et d'autres produits (chips, produits à base de purée, flocons, ... 468.513 tonnes, +1,7%) a également progressé.

La hausse du volume des frites surgelées n'est pas surprenante sachant que la transformation belge de la pomme de terre exporte 80% de sa production totale, dont une partie croissante s'exporte vers des pays tiers partout au monde.

Par ailleurs, ce secteur qui a réalisé un chiffre d'affaires de 1,55 milliards d'euros en 2016 occupe 4.115 travailleurs, ce qui représente également une augmentation considérable par rapport à 2015 (3.537 travailleurs).

La confiance en l'avenir du secteur s'exprime clairement dans les investissements qui ont atteint des valeurs record depuis le début des observations annuelles en 1995 : pas moins de 310 millions d'euros (+85% par rapport à l'année record précédente 2015) ont été investis en innovations quantitatives et qualitatives au sein du secteur, composé principalement d'entreprises familiales.

Croissance durable

En 2014, le secteur belge de la pomme de terre a lancé un projet de 'croissance durable' : en concertation avec l'ensemble de la filière et en collaboration avec plusieurs institutions de recherche belges, différentes innovations ont été introduites en vue d'une production durable de pommes de terre et de produits à base de pommes de terre. L'outil 'watchITgrow', qui vient d'être lancé, offre une assistance aux producteurs et aux acheteurs leur permettant d'augmenter la production de pommes de terre d'une manière durable.

Conjointement avec le SPF Santé publique et l'AFSCA, différents projets sont mis en œuvre dans le but d'éviter ou, le cas échéant, de lutter contre les organismes nuisibles.

Nous continuons également à travailler intensivement à d'autres projets tels que Bintje Plus et Reskia, visant une réduction de l'utilisation de produits phytosanitaires.

La récente mise à jour de l'étude BAT (meilleures techniques disponibles en matière de mesures environnementales dans le secteur PFL en Flandre) ainsi que la révision actuelle de l'étude BREF (BAT européennes) démontrent que nos entreprises belges servent d'exemple au niveau mondial.

Menaces

Malgré son essor, notre secteur est également confronté à des menaces.

'Small country, great food', tel est le slogan de la campagne Food.be qui entend stimuler l'exportation des produits alimentaires belges.

Celle-ci est cependant menacée par des réflexes protectionnistes qui prennent le dessus partout dans le monde. La filière belge (et européenne) a ainsi été confrontée, à tort, aux mesures anti-dumping décrétées par les autorités sud-africaines et brésiliennes. La Commission européenne, compétente en la matière, avait pourtant détecté de nombreuses lacunes dans la procédure. Apparemment, le mandat et les moyens dont dispose la Commission s'avèrent insuffisants que pour intervenir d'une manière adéquate dans les procédures de l'OMC.

Il nous semble prioritaire que la filière belge (et européenne) de la pomme de terre soit prise au sérieux par les départements compétents de la Commission européenne afin de permettre une défense plus efficace des intérêts du secteur.



Force est de constater que la culture de la pomme de terre évolue de plus en plus d'une 'culture complémentaire' vers une 'culture principale' pour une grande partie des agriculteurs européens.

Les chiffres récents du secteur de l'agro-fourmure démontrent également que les entreprises actives dans la filière de la pomme de terre sont devenues des acteurs de premier plan. Raison de plus pour Belgapom de poursuivre ses efforts par rapport à la croissance durable dans l'intérêt de l'ensemble de la filière de la pomme de terre, sans oublier de saisir chaque opportunité pour faire la promotion de la culture de la pomme de terre dans les pays émergents.

Promotion des 'Belgian fries' en Asie du Sud-Est

Il y a quelques années, Belgapom a lancé le personnage de James Bint (with a licence to fry). Dans sa qualité d'ambassadeur par excellence des 'Belgian fries', il fait la promotion de la frite belge au niveau mondial, ainsi que de la culture du 'fritkot' – reconnue comme patrimoine immatériel par les communautés flamande et française.

Le VLAM lancera prochainement une campagne de promotion au Vietnam, en Malaisie, en Indonésie, en Thaïlande et aux Philippines afin d'y introduire les 'Belgian fries'. Ces pays connaissent principalement les 'French fries' servies par les chaînes de fast food nord-américaines. Cette campagne a pour objectif d'y faire apprécier les 'original Belgian fries from the heart of Europe' par la classe moyenne toujours croissante. Cette campagne dotée d'un budget de 3 millions d'euros répartis sur trois ans est soutenue par la Commission européenne et l'APAQ-W. Elle sera organisée en collaboration avec 5 fabricants belges de produits à base de pommes de terre.

La petite histoire de la pomme de terre

Apparu dans la langue française à la fin du XVIe siècle, le terme « patate » vient de l'espagnol batata, patata, emprunté à l'arawak, une langue indienne d'Haïti. Il désigna d'abord la patate douce puis, sous l'influence de l'anglais potato, la pomme de terre. Quant au nom « pomme de terre », il est apparu au milieu du XVIIe siècle et a d'abord désigné le topinambour avant de faire référence à notre solanacée.

La pomme de terre est originaire des Andes péruviennes et colombiennes, ainsi que du Chili. Son centre de diversité génétique s'étend de la pointe de l'Argentine au sud-ouest des États-Unis. Dans ce vaste territoire où tous les climats se retrouvent, il existe plus de 200 espèces sauvages de Solanum, la région du lac Titicaca (Pérou et Bolivie) étant le réservoir le plus riche. C'est sans doute dans cette région qu'elle fut domestiquée il y a 7 000 à 10 000 ans, à partir de 2 espèces sauvages.

La pomme de terre traverse l'Atlantique vers l'Europe aux environs de 1570, par 2 filières : l'une espagnole et l'autre anglaise. Pendant longtemps, on se contenta de cultiver la plante comme curiosité ou pour sa beauté, refusant de consommer son tubercule. Les autorités finirent par reconnaître sa très grande productivité et ses propriétés nutritionnelles. Mais elles mettront du temps à convaincre le peuple de l'adopter comme aliment. Ce sont les guerres et les famines qui réussirent là où les encouragements, quand ce n'est pas la coercition, n'avaient rien donné. C'est que la pomme de terre peut se conserver dans le sol, ce qui la met relativement à l'abri du pillage et des incendies provoqués par les armées en maraude. D'autre part, dans les mauvaises années, elle est nettement plus productive que les céréales.

En France, elle ne sera vraiment adoptée qu'au XIXe siècle. En effet, le peuple demeurait très attaché à son pain qu'il pouvait tremper dans l'incontournable soupe qui constituait l'essentiel de son « souper ». Une fois bien acceptée, elle prendra toutefois de plus en plus de place dans l'alimentation, au point de constituer, dans certaines cultures, pratiquement l'unique aliment. C'était le cas dans l'Irlande du milieu du XIXe siècle.

D'ailleurs, certains chercheurs n'hésitent pas à lui attribuer l'explosion démographique qui a entraîné la révolution industrielle dans son sillage. D'abord parce que, grâce à elle, les famines jusqu'alors fréquentes avaient disparu. Ensuite, parce que sa production à grande échelle a entraîné des surplus. Cela a permis de nourrir un nombre accru de bouches, tant dans les campagnes que dans les villes, en plus de constituer une excellente nourriture pour le bétail et la volaille.

Aujourd'hui, la pomme de terre est, après le blé, le riz et le maïs, la culture la plus importante sur la planète. La création du Centre international de la pomme de terre au Pérou, dans les années 1970, a permis de mettre au point de nombreuses variétés. Des techniques de culture adaptées à divers climats ont été élaborées, notamment pour les tropiques humides de l'Afrique et de l'Asie. Résultat : on cultive désormais la pomme de terre dans des régions où il n'était pas envisageable de le faire auparavant. Elle représente, pour les paysans de ces pays, un revenu non négligeable. Ce qui contribue encore à améliorer leur qualité de vie. En plus, s'ajoute à leur menu un aliment très digeste, riche en nutriments. Par contre, dans nos contrées, la consommation de pommes de terre fraîches ne cesse de diminuer au profit de celle de produits dérivés. Les croustilles et les frites sont nettement moins nutritives et beaucoup plus grasses.

Snacks

voor de frituur

pour la friterie

*Verras uw klanten met deze unieke producten,
speciaal gemaakt in België.*

Proef het ambacht in uw frituur.

Wij laten uw klanten graag genieten!

Contacteer ons voor uw promotiemateriaal.

+32 572 801 77 / cscbelux@aviko.nl

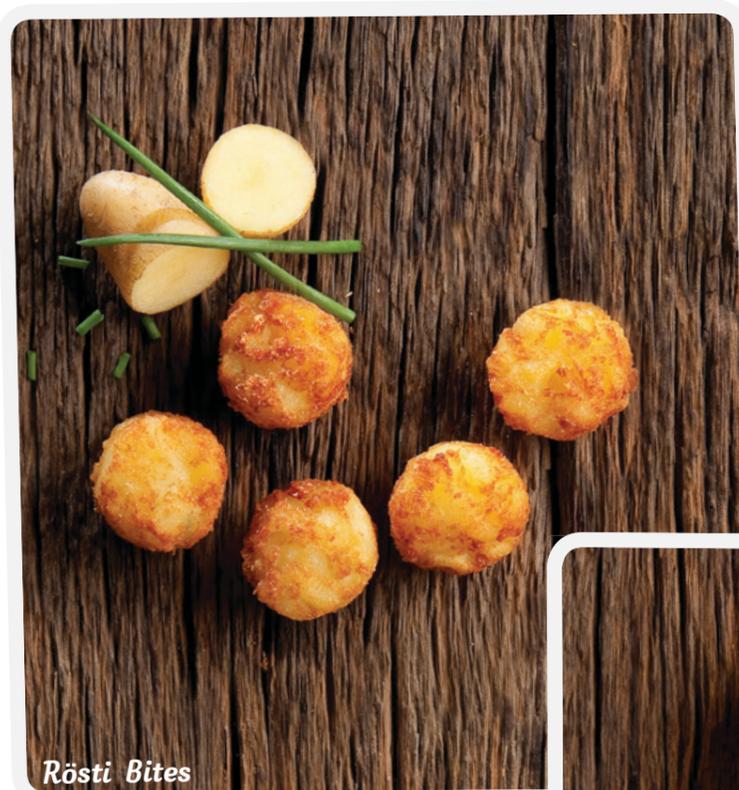
*Surprenez vos clients avec ces produits uniques
produites spécialement pour vous en Belgique.*

Goutez l'artisanat dans votre

Nous aimons faire plaisir à vos clients!

Contactez-nous pour votre matériel promotionnel.

+32 572 801 77 / cscbelux@aviko.nl



Rösti Bites



*Veggie Burger
Burger aux légumes*



*Artisanale garnaalkroket
Croquettes aux crevette artisanales*



*Artisanale kaaskroket
Croquettes de fromage artisanale*



Mozzarella Fingers

www.aviko.be

Aviko B.V. T. +32 572 801 774 cscbenelux@aviko.nl

AVIKO[®]

Altijd meer / Toujours plus !

LA POMME DE TERRE

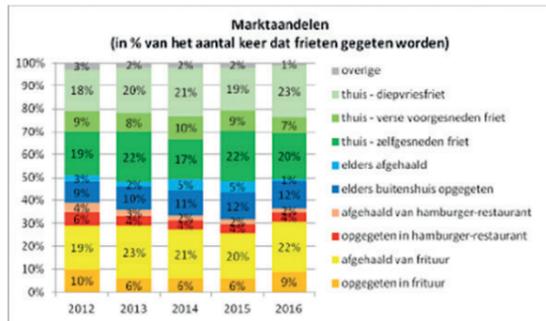


La moitié des flamands connaît la Semaine de la frite

Pour bien conclure la Semaine de la frite et afin de pouvoir évaluer le résultat, VLAM a procédé à la traditionnelle enquête auprès de 400 flamands âgés entre 15 et 65 ans. Cette enquête veut mesurer la notoriété, l'appréciation et l'impact de la campagne ainsi que l'attitude général des flamands vis-à-vis des frites et des friteries. Voici les résultats les plus importants.

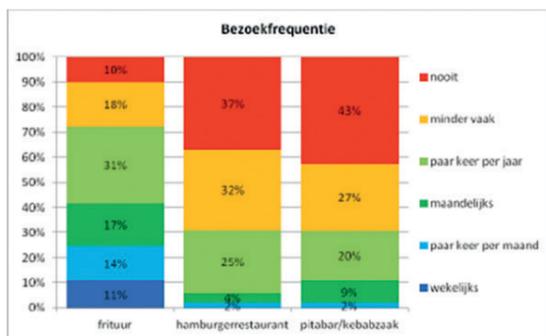
Le flamand et ses frites de la friterie

90 % des flamands mangent au moins une fois par mois des frites. Quand on mange des frites, elles viennent dans 31 % des cas d'une friterie. Les frites congelés consommés à la maison ont une part de marché de 23 % et les frites coupées et faites maison représentent 20 %.



Source: iVox ; étude commissionnée par VLAM (décembre 2016)

42 % des flamands se rend au moins une fois par mois dans une friterie. Ce résultat est nettement supérieur à celui des établissements similaires tels que la restauration rapide (6 % au moins une fois par mois) et les établissements pita et kebab (11 % au moins une fois par mois). Les jeunes hommes sont les visiteurs les plus fréquents des friteries.



Source: iVox ; étude commissionnée par VLAM (décembre 2016)

À côté du fait que la friterie fait vraiment partie de notre culture et, pour ainsi dire, de notre ADN, on apprécie les friteries pour leur proximité, goût, gentillesse, horaires d'ouverture, rapidité et gamme. D'autre part, les flamands trouvent que les friteries n'ont pas beaucoup de publicités intéressantes. En matière de prix et d'ambiance, les avis sont partagés. Comparé à 2007, les friteries ont surtout pu améliorer leur score en matière d'hygiène et de rapport qualité-prix. Le flamand est d'ailleurs assez fidèle à sa friterie car 70 % déclarent qu'ils fréquentent toujours la même friterie.

Quels sont les résultats de la Semaine de la frite?

La campagne 2016 de la Semaine de la frite n'est certainement pas passée inaperçue. Tout d'abord, en ce qui concerne le concept même. En Flandre, ce concept est vraiment de notoriété publique et ce grâce au fait que la campagne se faisait pour la 17e fois. Chaque année, entre 45 et 65 % des gens connaissent le concept. En 2016, le résultat était de 48 %. En plus, 23 % des répondants connaissent l'annonce publicitaire utilisée à la radio et 11 % connaissent le petit film utilisé en ligne. Tout compte fait, cette campagne 2016 nous a permis d'entrer en contact avec 61 % des flamands.

Ceux qui ont reconnu la campagne, ont donné un score de 7,5 sur 10 au film et de 7,3 sur 10 au spot radio. On est donc légèrement au-dessus de la moyenne de 7 sur 20. La campagne est appréciée car les gens apprécient le fait que l'on met dans les spots un produit typiquement belge et une tradition typiquement belge, notre fierté nationale. Le public a bien reconnu cette sensation des « premières frites après le retour des congés » et l'approche amusante. Dans la catégorie de ceux qui reconnaissent la campagne, elle donnait dans 57 % des cas envie des frites de la friterie. Dans 38 % des cas, la campagne a positivement influencé l'avis sur les frites de la friterie. La campagne a surtout été appréciée par la tranche d'âge et 15 et 29 ans, moins dans la tranche d'âge entre 50 et 65 ans et plus chez les visiteurs fréquents de friterie. Pour finir, pendant la Semaine de la frite, 37 % des flamands ont effectivement visité une friterie.

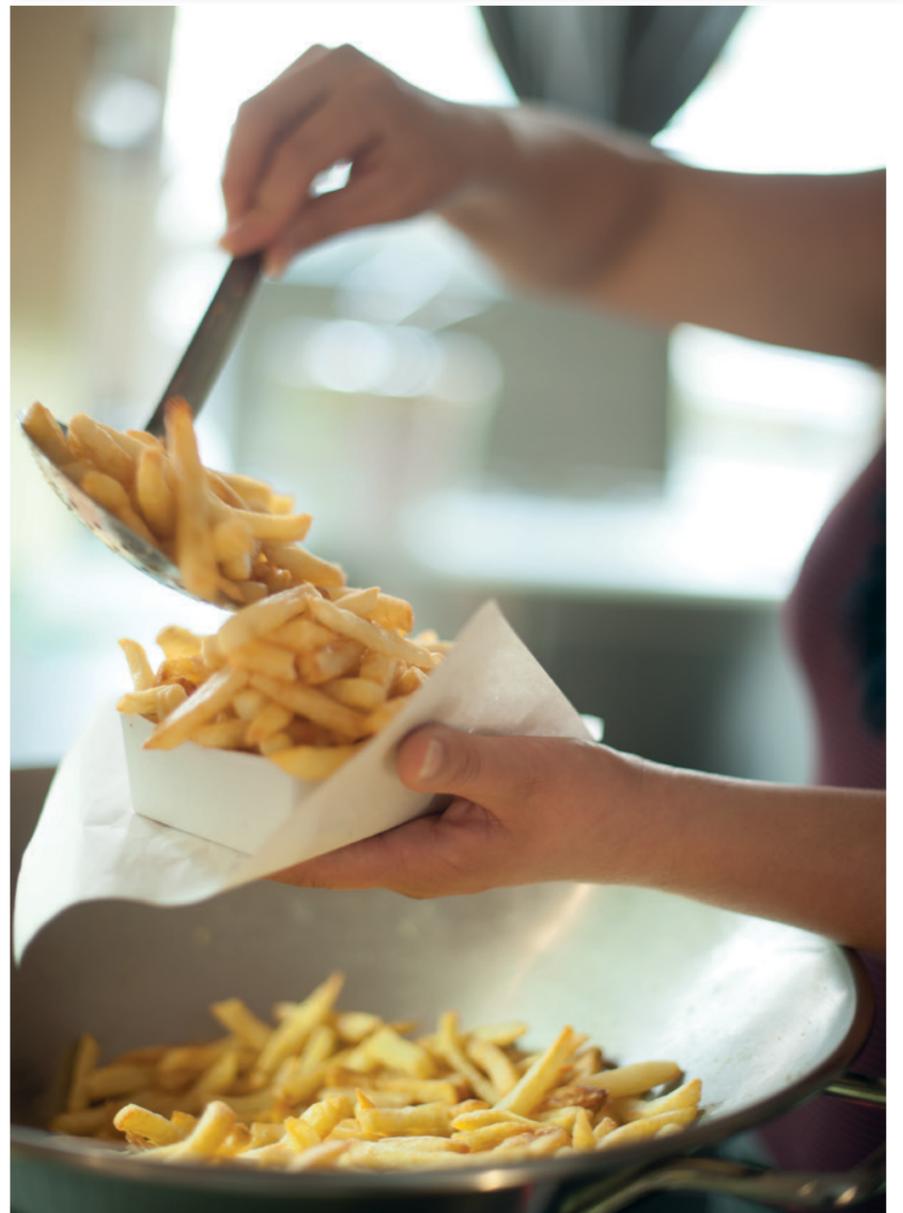
Les producteurs flamands de pommes de terre veulent conquérir le marché asiatique

Le secteur flamand des pommes de terre se rend en Asie et il y amène une friterie mobile qui doit convaincre la population locale des qualités des « vraies frites belges ». A l'heure actuelle, les consommateurs vietnamiens, thaïlandais et indonésiens, qui constituent un marché énorme, mangent surtout des frites fines telles qu'on les connaît du secteur de la restauration rapide. Romain Cools, secrétaire-général de Belgapom, nous dit : « En fait, nous sommes convaincus qu'ils vont apprécier davantage nos vraies frites belges, les frites originales. »

Le secteur belge des pommes de terre vient de clôturer une année record. Malgré ce record, ils sont déjà en train de regarder d'un œil intéressé un nouveau marché énorme : le sud-est de l'Asie. Hier, il a été communiqué qu'après l'été, une campagne de grande envergure destinée à promouvoir les « frites belges originales » sera lancée dans des pays comme le Vietnam, la Thaïlande, l'Indonésie et les Philippines.

Romain Cools de la fédération sectorielle Belgapom nous explique : « Il s'agit d'une région qui est très peuplée. Nombreux sont donc les jeunes qui mangent moins souvent chez eux que leurs parents et qui s'intéressent de plus en plus à l'alimentation occidentale. La conséquence : des chaînes de restauration rapide comme McDonald's et Kentucky Fried Chicken sont devenues très populaires en peu de temps et « avec eux, les frites longues et fines tellement typiques. » C'est ce que les producteurs belges de pommes de terre veulent changer « car l'original sera toujours mieux. Evidemment ! »

Il fallait donc une campagne dans laquelle la Flandre via le Centre flamand pour le marketing des produits agro-alimentaires et de la pêche (Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing ou VLAM) pourra convaincre la population et les entrepreneurs locaux dans ces pays asiatiques des qualités des « frites authentiques » par rapport à « la variante américaine sans goût », mieux connu comme « french fries ». Pour ce faire, VLAM se servira même d'une friterie mobile qui sera présente dans de nombreux salons alimentaires asiatiques.



Fast-food : une question de goût, de prix et de rapidité

Le secteur des restaurants de fast-food et de self-service est dominé par un petit nombre d'enseignes renommées. Les moteurs sont le goût, le rapport prix/qualité et la rapidité.

Trois grandes marques

Dans le secteur des restaurants de fast-food, trois marques tiennent le haut du pavé. McDonald's, Quick et Pizza Hut affichent une notoriété de plus de 90% dans la grande enquête de Food in Mind et iVox sur les snacks. Connue par un consommateur sur trois, Domino's suit à bonne distance. Pas de surprises : McDonald's et Quick sont les plus fréquentés. Seul un consommateur sur cinq n'achèterait, selon lui, jamais quoi que ce soit dans un restaurant fast-food.

Les principales raisons d'opter pour un restaurant de fast-food spécifique : l'offre la plus savoureuse, la possibilité de s'asseoir, le service rapide, la diversité du choix.

Valorisation

"Une enquête menée voici quelques années par Food in Mind dans l'industrie hôtelière à l'échelon du Benelux nous a appris que le client est prêt à payer un peu plus pour une nuitée standard à condition de bénéficier d'un service supérieur", déclare Eddy Bovijn de Food in Mind.

"Formule 1 est alors remplacé par Etaphotel et Ibis Budget, où le visiteur peut bénéficier d'un confort nettement accru pour un montant un peu plus élevé. Un autre exemple est la politique de valorisation menée par McDonalds, d'un restaurant de fast-food traditionnel à un restaurant fast-casual davantage axé sur l'ambiance et le service. L'arrivée de Burger King va encore accélérer cette tendance."

Pas trop cher

Dans le segment des restaurants en libre-service, Lunch Garden et IKEA sont les mieux connus, suivis par Makro et Colmar. Lunch Garden et IKEA sont également les plus fréquentés, avec une nette préférence pour Lunch Garden. Quand on leur demande leurs principales raisons d'opter pour un restaurant familial en libre service, les répondants mentionnent le prix, avec une bonne longueur d'avance. Il ne doit pas être trop cher. Les autres facteurs sont le rapport prix/qualité, le service rapide et le parking.

"Les grandes chaînes de restaurants familiaux affichent aujourd'hui un rendement minimal. L'objectif de tout proposer pour tous les Belges est en effet dépassé," explique Eddy Bovijn. "Pour rajeunir leur image, ils se tournent vers la variation culinaire - une offre de snacks - et une ambiance axée sur des groupes cibles spécifiques. Ici, choisir est synonyme de gagner."

Se former comme Commis de cuisine - Frituriste, c'est désormais possible en Wallonie

Dans le cadre de son partenariat avec l'Association nationale des frituristes Unafri-Navefri, la Fédération HoReCa Wallonie, en collaboration avec le Centre wallon de formation et de perfectionnement du secteur Horeca (Horeca Formation Wallonie) et le FOREM, met en place plusieurs formations à destination de demandeurs d'emploi souhaitant travailler dans des friteries. Articulée sur plusieurs modules, la formation a pour objectif de délivrer les connaissances de base nécessaires pour travailler dans une friterie fixe ou ambulante. Plus précisément, cette formation a pour but de donner au futur travailleur toutes les informations relatives au fonctionnement d'une friterie (autorisations requises, système d'autocontrôle en matière de sécurité alimen-

taire, etc.), à l'utilisation du matériel et des infrastructures et évidemment, au savoir-faire. D'une durée de 256 heures, la formation pratique comprend 7 modules destinés à couvrir l'ensemble des tâches incombant au futur commis de cuisine - frituriste : introduction au métier et description de la fonction de travail (aptitudes requises), notions de nutrition, contrôle à la réception des marchandises et conditions de stockage, préparations des matières premières et auxiliaires nécessaires au travail du jour, aide au service, respect de la propreté du travail et de l'environnement de travail, etc. Enfin, les parties théoriques et pratiques sont accompagnées d'un stage pratique en entreprise comprenant 160 heures. Le stagiaire demandeur d'emploi doit recher

cher lui-même son endroit de stage mais peut aussi s'adresser aux friteries intéressées d'accueillir un stagiaire. La première session de formation, qui s'est déroulée en mars, au Centre de compétences des métiers de bouche « Epicuris » situé à Villers-le-Bouillet, a reçu un franc succès. L'expérience peut certainement être reconduite, dans d'autres régions de Wallonie. La prochaine session de formation Commis de cuisine - Frituriste est prévue pour septembre 2017, au centre technique d'Horeca Formation Wallonie, à Jambes. Si vous souhaitez plus d'informations ou accueillir un stagiaire dans votre friterie, au terme de sa formation, n'hésitez pas à contacter Henri Doumont, Coordinateur d'Horeca Formation Wallonie, par courriel à h.doumont@horeca.be.



The Art of Potatoes

VANDERHAEGEN
P O T A T O E S

VANDERHAEGEN-EECKHAUT BVBA
DORPSSTRAAT 3 . 9667 HOREBEKE . OOST-VLAANDEREN . BELGIË
T +32 55 45 52 66 . F +32 55 45 61 32 . INFO@VANDERHAEGENPOTATOES.BE
WWW.VANDERHAEGENPOTATOES.BE

J'étais chez moi et je voulais travailler, dé préférence dans mon propre commerce



Le mois passé, Karolien Schürmann (28) et Kristof De Saeger (31) ont ouvert leur propre friterie. Elle est située dans la Broekkantstraat à Baasrode (Termonde). Il n'a pas fallu beaucoup de temps pour trouver un nom pour leur nouvel établissement: Frituur Den Broekkant. Den Broekkant est un nom qui fait penser à l'actrice néerlandaise Willeke Van Amelrooy, protagoniste à peine habillée dans le film Mira, réalisé sur la base du roman Le déclin du Waterhoek. En même temps, Den Broekkant (littéralement traduit: le bord du marais) est un quartier de Baasrode qui est situé dans un grand méandre de l'Escaut. La zone entre le quartier dit Broekkant et l'Escaut est un réserve naturelle avec des petits canaux et des plans d'eau. Mais le quartier même est surtout un endroit agréable pour les habitants. Caroline est visiblement contente quand elle nous raconte ceci: « Incroyable comment quasiment tout le monde se salue. Quand on était en train de rénover notre friterie, ils venaient spontanément papoter avec nous et ils nous demandaient s'ils pouvaient jeter un coup d'œil pour voir le progrès du chantier. »

Travaux

Kristof (31) est un homme « qui sait travailler ». Sa mère a, pendant des années, géré la cantine du hall omnisports de la commune avoisinante, Lebbeke. En journée, Kristof travaille comme installateur (entre autres de valves), monteur et soudeur. Il travaille souvent dans le port d'Anvers. Dans un passé récent, il avait encore un magasin de voitures, bateaux, avions et drones radiocommandés. Ce magasin était situé à Peizegem (Merchtem), où Kristof et Karolien vivent encore. En tant qu'amateur passionné de ces « jouets », il trouvait qu'il devait parcourir trop de kilomètres pour trouver un bon magasin. Du coup, il a décidé de lancer son propre magasin: Sagishop. Entre-temps, il a mis fin à son initiative. Un travail à temps plein, un magasin et une friterie: à la fin, la

combinaison n'était plus viable. Son magasin a été offert au marché le 10 novembre 2016 et, le lendemain, il était vendu. Le 30 novembre, Karolien et lui ont acheté la friterie 't Patatje à Baasrode. Eh bien, ils n'ont pas trainé! Karolien, elle aussi, aime bien travailler. Avec son frère et sa sœur, elle avait repris le commerce de viande de ses parents. Ensemble, ils géraient la société Koelariet dans la Broekstraat à Opwijk. Un travail dur avec beaucoup de stress. Trois grossesses ont connu une fin dramatique. Son fils Lars est né six à sept mois plus tard. Entre-temps, il s'entend très bien avec Noa (10 ans), la fille de Kristof et de son partenaire de l'époque. Après avoir quitté Koelariet, Karolien ne travaillait plus. Mais ça lui rendait très nerveuse. Dans un premier temps, elle a commencé à travailler dans un supermarché, mais elle n'a pas tenu pendant plus qu'une semaine. Elle voulait élaborer une activité indépendante. Après la naissance de Lars, la décision a été prise: une friterie. Le 8 août 2016, ils sont devenus les propriétaires du bâtiment qu'ils ont rénovés et réaménagés de leurs propres mains et moyens: nouvelles fenêtres, nouvelles portes, nouvelles toilettes, nouveau sol, nouveau comptoir, nouveaux frigos, ... un investissement important.



Eddy Cooremans

A l'issue de ces travaux de rénovation, ils devaient apprendre comment cuire des frites de qualité. Et ils ont trouvé un excellent prof: Eddy Cooremans. Il habite dans la même commune de Peizegem et il est un « maître-frituriste ». Il a été actif comme frituriste au pavillon belge à l'exposition mondiale de Milan en 2015. Par le passé, Eddy avait une friterie à Humbeek et il achetait ses brochettes chez ... Koelariet à Opwijk. Eddy leur a appris les subtilités du métier.

A quelques reprises, ils ont fait des tests et leur famille a servi de cobaye. Après ces tests, ils étaient prêts pour le jour J. « J'étais vraiment très nerveuse et mes mains tremblaient quand j'ouvrais la porte pour les premiers clients. Le tout premier client était un homme qui nous fréquentait déjà régulièrement dans notre Sagishop à Peizegem. Il avait fait tout le trajet de Londerzeel à Peizegem pour déguster nos premières frites. Une belle surprise et un chouette geste de sa part. »

Gérant chinois

Avant que Karolien et Kristof le transformaient en un établissement moderne et propre, le bâtiment quelque peu délabré hébergeait une autre friterie appelée 't Patatje. Celle-ci avait été reprise par un gérant chinois mais, quelques mois plus tard, le bâtiment était de nouveau vide. « Il a donc vraiment fallu recommencer à zéro. »

Entre-temps, Karolien et Kristof constatent que des clients qui, il y a quelques semaines, sont venus pour la première fois, sont devenus des clients fidèles. Et ils ont également appris qu'en Flandre Orientale, les gens aiment bien les saucisses à base de viande de cheval. Quelques kilomètres plus loin, au Brabant flamand, on les trouvera dans presque aucune friterie. La méga-saucisse au curry est très populaire. A côté d'un large éventail de snacks, Den Broekkant offre aussi les Bicky Burgers, les spaghettis et les boissons froides.

Satisfait

Malgré la charge de travail importante (Le matin, Kristof se levé très tôt le matin. Le soir, il ne va dormir que quand la friterie a fermé ses portes.), Karolien et Kristof sont très satisfaits du succès de la friterie. Karolien dit: « Notre fils dort bien, ce qui nous donne le calme le matin nécessaire pour se remettre des efforts. Mais je me sens parfaitement heureuse de ce que je fais. L'appréciation des nombreux clients est très encourageante. Je dois admettre que j'étais légèrement effrayée devant ce saut dans l'inconnu, mais Kristof est plus courageux. Tandis que moi, je suis plutôt quelqu'un qui calcule et quelqu'un qui est très méticuleux. Pour moi, la perfection n'est pas encore suffisante. » Kristof prépare les frites, Karolien prépare toutes les commandes, elle les sert ou elle les emballe pour être emportées. Karolien et Kristof sont aussi très satisfaits de l'assistance de la société Bosteels (sauces et snacks) qui leur a aidé avec beaucoup de conseils, mais aussi avec beaucoup d'éléments matériels. La publicité du mois de mars (une saucisse gratuite pour toute commande de 10 euros) était un succès. Kristof dit: « Nos clients mangent surtout ce qu'ils aiment bien. Ils profitent de la vie et ils sont prêts à dépenser un peu plus... et je ne peux pas leur en vouloir. Profiter de la vie, on le fait finalement principalement à travers notre estomac. Et tant mieux, s'ils le font avec des frites de notre friterie. C'est notre objectif: des clients satisfaits de la qualité et du service que nous offrons. C'est tout ce qu'il faut. »

Rêves?

On enchaîne avec une question traditionnelle qui, pour Kristof et Karolien, qui viennent de se lancer pourrait s'avérer prématurée: avez-vous encore d'autres rêves? Kristof ne doit pas réfléchir longtemps. « Je voudrais maintenant mon emploi en tant que monteur-installateur pendant un certain temps mais, si possible, à terme, j'opte néanmoins pour la friterie. Je rêve même d'une friterie mobile qu'on pourrait utiliser pour des événements et les fêtes. Ce serait super. Mais attendons un peu et regardons comment Den Broekkant se porte. »

En toute confidentialité, Karolien nous chuchote: « En réalité, on a encore un rêve. On voudrait encore un enfant. Ce ne sera pas facile à combiner avec la friterie, mais même si ce sera dur, on y arrivera. Nous l'avons déjà ressenti et prouvé à plusieurs reprises. » Kristof introduit une belle portion de frites dans la graisse et nous fait un clin d'œil. Pour réaliser ce rêve, il n'aura pas besoin d'assistance d'Eddy Cooremans.

Frituur Den Broekkant
Broekkantstraat 130, 9200 Baasrode

Plus de faillites dans l'horeca et moins de starters pour le commerce de détail à Bruxelles après les attentats du 22 mars

Les attentats sur l'aéroport de Zaventem et la station de métro de Maelbeek ont eu des répercussions pour le secteur horeca bruxellois et le commerce de détail. D'une étude effectuée sur base des chiffres du bureau d'informations commerciales, Roularta Business Information, il ressort que le nombre de faillites et de cessations pour l'horeca bruxellois a augmenté de 13 pourcent et 1,2 pourcent respectivement entre avril 2016 et février 2017. Pour le commerce de détail bruxellois, visiblement moins de starters (-12 pourcent) ont créé leur propre entreprise pendant cette période. « Avec les différentes mesures de soutien, les gouvernements fédéral et bruxellois ont tenté d'éviter le pire pour ces deux secteurs.

Les mois passés n'ont pas été évidents pour le secteur horeca bruxellois et le commerce de détail dans la capitale. Après les attentats sur la station de métro Maelbeek et l'aéroport de Zaventem, beaucoup moins de touristes belges et étrangers se sont rendus dans la capitale. Ceci a eu, bien évidemment, des répercussions pour le secteur horeca et le commerce de détail vu que ces deux secteurs vivent non seulement des bruxellois, mais aussi de clients en dehors de la capitale, des voyageurs d'un jour venant des quatre coins du pays mais aussi des touristes étrangers et des personnes en voyage d'affaires.



Malgré que les attentats aient surtout entraîné une baisse du nombre de clients dans les magasins, cafés, restaurants et hôtels pendant les premiers mois après les attentats, il semblerait que les conséquences pour ces deux secteurs sont toujours lourdes un an après les attentats. Entre avril 2016 et février 2017, il y a eu 13 pourcent de faillites en plus dans l'horeca bruxellois par rapport à la période avril 2015-février 2016. Le nombre de faillites a augmenté de 320 (avril 2015-février 2016) vers 362 faillites (avril 2016-février 2017). Le nombre de cessations dans l'horeca bruxellois a également augmenté lors de cette même période, mais dans une moindre mesure, à savoir 1,2 pourcent. Il y a eu 540 cessations entre avril 2015 et février 2016 par rapport à 547 cessations entre avril 2016 et février 2017. Le nombre de cessations dans le commerce de détail bruxellois (-1,2 pourcent) et le nombre de faillites (-1,5 pourcent) a baissé légèrement, mais c'est surtout le nombre de starters qui s'est écroulé de 11 pourcent dans ce secteur entre avril 2016 et février 2017 par rapport à la même période de l'année précédente. 838 commerces ont été créés entre avril 2015 et février 2016 et 'seul' 745 commerces entre avril 2016 et

février 2017. Moins de gens ressentent le besoin de créer un commerce dans la Région de Bruxelles-Capitale depuis les attentats.

Les attentats ont fortement entaillé l'image de Bruxelles, mais d'autres facteurs jouent également un rôle pour expliquer l'attractivité réduite de notre capitale, à savoir : les bouchons quotidiens dans et aux alentours de Bruxelles, les problèmes fréquents avec les tunnels ou la zone piétonnière qui connaît peu de succès. Ces problèmes nuisent évidemment à l'image de Bruxelles. Beaucoup de Bruxellois et des personnes habitant dans la périphérie s'abs-

tiennent donc de visiter les axes commerciaux importants dans le centre et à l'avenue Louise. Toutefois, la situation aurait pu être bien pire pour les établissements horeca et les commerces de Bruxelles. Les mesures de soutien du gouvernement fédéral et bruxellois ont aidé les entreprises bruxelloises à garder la tête au-dessus de l'eau. Ces mesures ont déjà été prolongées jusqu'au 31 décembre 2016. Sur le plan fédéral, il s'agissait entre autre du chômage temporaire pour force majeure pour les entreprises situées à Bruxelles et dans le Brabant-Flamand et une variante limitée pour d'autres entreprises. Les délais, majorations et intérêts en cas de paiement tardif ont été assouplis temporairement au niveau des coti-

sations patronales, de la TVA et du précompte professionnel. Les établissements horeca et les commerces de Bruxelles et de Zaventem ont également pu obtenir un report d'un an du paiement de leurs cotisations sociales sans majorations.

Le gouvernement bruxellois a aidé les entreprises en difficultés par le biais d'un système de garanties temporaires venant du Fonds Bruxellois de garantie, mais aussi à l'aide de crédits de crise de 20.000 à 200.000 euros qui ont été fournis par la Société régionale d'investissement de Bruxelles (SRIB). Ce large arsenal de mesures a formé un bouclier important face aux problèmes auxquels les entreprises bruxelloises ont été confrontés après le 22 mars 2016.

Nouveau concept global exclusif pour l'horeca



The most crispy chicken in town!



BBQ



Mad Roosters



Hot

**Mad Roosters: 15x3x50g 15 buckets inclus
3 sauces délicieuses, emballées par goût**

Intéressé?

**Mail: sales@vanreusel.be ou contactez votre représentant
Nous avons prévu un lot promotionnel 'Mega'**



Horeca Show

FOOD & MATERIEL

LIÈGE | LUIK
HALLES DES FOIRES

24 - 25 - 26 SEPT. 2017

SALON PROFESSIONNEL DES PRODUITS CULINAIRES ET ÉQUIPEMENTS
VAKBEURS ROND GASTRONOMISCHE PRODUCTEN EN PROFESSIONEEL MATERIAAL



3 JOURS DE RENCONTRES ENTRE PROFESSIONNELS DU SECTEUR.

QUI SONT LES EXPOSANTS?

Les fabricants, producteurs, distributeurs de

- > produits du terroir, produits originaux, produits gastronomiques, produits exotiques, produits de fête ...
- > produits certifiés, produits labellisés, produits bio, produits fermiers...
- > produits à base de pommes de terre
- > produits à base de blé

BOISSONS ALCOOLISÉES ET NON ALCOOLISÉES

Cafés, Thés, Eaux, Softs, Bières, Vins, Champagnes
Alcools, Jus de fruit

CONSISTANT

Viandes, Volailles, Produits de la mer

DESSERTS

Glaces, Chocolats, Produits sucrés

EQUIPEMENT PROFESSIONNEL

Matériel de cuisine, Fours à pain - Fours à pizzas, Comptoirs frigos, Réfrigération, Chambres froides, Machines et matériel d'atelier, Aménagement d'atelier, Installation d'éclairage, Transports, Décorations & art de table, Textiles, Food Trucks, Matériel pour le magasin, Sols et murs, Caisse et systèmes de paiement, Hardware - software, Vêtements professionnels, Mobilier.

SERVICE

Blanchisserie, Hygiène, Textiles, Cadeaux d'entreprise, Cadeaux d'affaires, Société d'interim, personnel extra, institutionnels, formation, presse, Organisme de formation.

EN 2016

UNE PROGRESSION DE 25,5% POUR LA DEUXIÈME ÉDITION DU SALON.

HORECA SHOW 2016 a accueilli

- > 78 exposants
- > 9820 visiteurs professionnels de tous les secteurs de l'Horeca et de l'alimentation, venant de Wallonie, Flandre, Limbourg, Pays-Bas.

PARTICIPER ? PRIX ET FORMULES?

Plusieurs formules sont proposées.

Emplacement nu - stand équipé

IN 2016

EEN GROEI VAN 25,5 % VOOR DE TWEDE EDITIE VAN DE BEURS.

HORECA SHOW 2016 verwelkomde

- > 78 exposanten
- > 9820 professionele bezoekers uit de horeca en de voedingssector, uit Wallonië, Vlaanderen, Limburg en Nederland.

DEELNEMEN? PRIJZEN EN FORMULES?

Er zijn verschillende formules mogelijk.

Naakte standplaats of uitgeruste stand.

Plus d'information / Meer info

Personne à contacter / Contactpersoon



Hugo SCHRYERS

T. +32 496 648 921
hugo@horecashow.be

3 ONTMOETINGSDAGEN TUSSEN VAKLUI UIT DE SECTOR.

WIE ZIJN DE EXPOSANTEN ?

Fabrikanten, producenten en verdelers van

- > streekproducten, originele producten, gastronomische producten, exotische producten, feestproducten...
- > gecertificeerde producten, gelabelde producten, biologische producten, landbouwproducten...
- > producten op basis van aardappel
- > producten op basis van graan

ALCOHOLISCHE EN NON-ALCOHOLISCHE DRANKEN

Koffie, Thee, Water, Frisdrank, Bier, Wijn, Champagne, Sterke drank, Fruitsap

VOOR- EN HOOFDGERECHTEN

Vlees, Gevogelte, Vis en zeevruchten

DESSERTS

IJs, Chocolade, Zoetigheden

PROFESSIELE APPARATUUR

Keukenapparatuur, Brood- / pizza-ovens, Werkbladen en koelkasten, Koeling, Koelcellen, Machines en materiaal voor atelier, Atelierinrichting, Verlichtingsinstallaties, Transport, Decoratie & tafelfkunst, Textiel, Food trucks, Winkelmateriaal, Vloeren en muren, Kassa's en betaalsystemen, Hardware - software, Beroepskleding, Inrichting en meubilair.

SERVICE

Wasserij, Hygiène, Textiel, Bedrijfsgeschenken, Relatiegeschenken, Interimkantoor, extra personeel, Instellingen, opleiding, pers, Opleidingsorganisatie

Les franchisés ont le choix entre Burger King et Quick

Burger Brands Belgium (BBB), l'entreprise qui chapeaute Quick et Burger King en Belgique et au Luxembourg, a dévoilé ses plans concrets. Les deux chaînes continueront d'exister en parallèle et les franchisés pourront choisir eux-mêmes.



Des plans ambitieux

Aujourd'hui, Burger Brands Belgium compte 92 restaurants Quick en Belgique et 9 au Luxembourg, mais souhaite « étendre ce nombre à 120 établissements Quick et Burger King en Belgique et au Luxembourg d'ici cinq ans ». C'est ce que précise le dirigeant Kevin Derycke dans le journal francophone l'Echo. Derycke mise sur une répartition équilibrée : donc un soixantaine d'établissements de chaque enseigne. Toutefois, l'objectif est d'ouvrir les cinq à sept premiers Burger King encore cette année.

« C'est le franchisé qui choisira l'enseigne qu'il souhaitera gérer à l'avenir, mais nous allons poursuivre nos investissements dans l'enseigne Quick. Nous allons d'ailleurs lancer une nouvelle campagne de communication très bientôt », selon le CEO.

Sortez vos calculatrices

Pour choisir, il faudra bien calculer. Chaque enseigne utilise d'autres conditions financières. Les franchisés ont pu les consulter : « Il y a des pour et des contres », explique un franchisé – qui souhaite rester anonyme – au journal l'Echo. Un Burger King réaliserait un chiffre d'affaires de 4,5 millions d'euros, ce qui représente plus du double des ventes d'un Quick. Au niveau organisationnel, le Burger King exige plus de personnel », précise-t-il.

Les royalties pour l'exploitation d'un Burger King sont également plus élevées : sur une échelle de grandeur de 8% du chiffre d'affaires d'un Burger King, par rapport à 5% chez Quick. En ce qui concerne l'immobilier, Burger King est plus cher : 12% du chiffre d'affaires des franchisés Quick est destiné à payer le loyer, pour les franchisés Burger King, ce pourcentage s'élève à 13%. « Mais ils nous ont dit que les franchisés Burger King doivent moins contribuer aux dépenses marketing », peut-on lire dans le journal économique. Chez Quick, il s'agit de 5,25% du chiffre d'affaires.

Le Belge aime son petit pain

Les Belges sont friands de petits pains fourrés, de préférence fraîchement préparés. Panos est la chaîne la plus populaire, mais le Belge préfère encore acheter ses produits auprès d'une sandwicherie indépendante.

Le lunch ou snack le plus populaire pour le consommateur belge ? D'après la grande enquête sur les snacks de Food in Mind et iVox, c'est toujours le petit pain fourré. Et de préférence préparé sur place, sous les yeux du client. Pas moins de 77% manifestent une nette prédilection pour les petits pains préparés sur place. Ils sont ressentis comme plus frais que les pains préemballés ou préparés à l'avance.

Les sandwicheries sont légion. Parmi les chaînes, Panos est de loin la plus connue, suivie à bonne distance par Délifrance et Le Pain Quotidien. Panos est en outre préférée aux autres chaînes dans environ la moitié des cas.

Cela dit, le consommateur se rend plus souvent chez l'indépendant local que dans une chaîne. L'indépendant reste donc le fournisseur numéro 1 pour les petits pains fourrés. Les principales raisons d'opter pour une sandwicherie spécifique ? La bonne qualité, la préparation toute fraîche, la variété et la facilité d'accès.



L'exemple d'Exki

L'un des partenaires de la grande enquête sur les snacks de Food In Mind et iVox est Exki, une chaîne à succès qui mise sur la santé et le goût dans un environnement agréable. Quelques promesses de la marque Exki : "moins de gras, moins de sucre, plus de goût" et "produits végétaux du pays".

L'accueil est un atout complémentaire. Un bon exemple est l'implantation d'Exki à la porte de Namur à Bruxelles, où l'on peut savourer une délicieuse tasse de café équitable dès 7h30 dans une ambiance chaleureuse. Vous pouvez y lire le journal et planifier votre travail loin de la cohue.

Coca-Cola investit 1,9 million d'euros à Anderlecht

Coca-Cola va investir 1,9 million d'euros dans le centre d'innovation d'Anderlecht. Une nouvelle ligne de production y sera installée pour la fabrication de nouvelles boissons à petite échelle.



Automatisation

Le centre d'innovation de Coca-Cola à Anderlecht est l'un des principaux au monde. La plupart des boissons du groupe, excepté Coca-Cola et ses variantes, sont développées dans le département de recherche (R&D). Les boissons qui y sont produites sont commercialisées dans 122 pays, ce qui représente environ deux milliards de consommateurs.

Avec cet investissement Coca-Cola souligne une fois de plus l'importance de son ancrage local en Belgique. La nouvelle ligne de production remplacera une partie de l'ancienne installation et permettra d'écourter le processus de production, qui ne prendra plus que 4 heures, soit trois fois moins. En outre la ligne est entièrement automatisée et peut produire différentes sortes de boissons. Même le nettoyage des bouteilles avant l'embouteillage et le conditionnement du produit fini sont automatisés.

Mieux tester

« Grâce à cet investissement nous pouvons offrir à nos panels de consommateurs une expérience globale. Afin de comprendre les préférences des consommateurs au niveau du goût et de l'emballage, il est important de leur offrir une expérience gustative aussi réaliste que possible. Ce feedback est crucial afin de corriger la boisson ou la variante de goût si nécessaire, avant que nous prenions la décision stratégique de lancer le produit sur le marché. En ce sens la ligne pilote en Belgique est une étape importante et logique dans les ambitieux projets d'innovation de Coca-Cola », explique le directeur R&D Jean Christophe Lombard.

Ces dernières années de nombreuses nouvelles boissons ont été développées à Anderlecht, notamment la boisson énergisante Nalu, le soda Finley et l'eau aromatisée Chaudfontaine Fusion. En outre le centre se charge d'adapter certaines boissons existantes, afin d'en réduire la teneur en sucre.

HEGRO

VOS FRITURES DE BON CŒUR, UN CHOIX PLEIN DE BON SENS

Téléphone (central et support):

+32 (0) 11/41.42.46

info@hegrofriteuse.be

www.hegrofriteuse.be

FRITEUSES
PAROIS DE CUISSON
LIGNES DE CUISSON
PROFESSIONNELLES



TOUT POUR LE FRITURISTE

AD VAN GELOVEN /MORA SPRL
Berkebessenlaan 1
2400 Mol
T: 014/82.97.30
F: 014/82.97.52
www.mora.be - info@mora.be

AIGREMONT SA
(Margarine)

4400 AWIRS
T: 04 273 71 00
www.algremont.be

ANDA SA
(Belgian Quality Sauce)
Laarstraat 43
3190 Boortmeerbeek
T: 016/60.61.44
F: 016/60.58.15
www.andasaucuses.be

ARTIFRIT SPRL
(Spécialiste de frites fraîches)
Kwakenbeekstraat 21
1755 Gooik
T: 02/532.55.44
GSM: 0475/97.62.28

AVIKO B.V.
(Produits de pomme de terre)
Postbus 8 -
7220 AA Steenderen Nederland
T: 0031/575.458218
F: 0031/575.458380 - www.aviko.be

AVENO SA
(oils & fats)
Rostockweg 15 - Quat 312
2030Antwerp
T +32 3 544 18 17 - F +32 3 544 18 19
www.aveno.be - www.delizio.eu

IZICO Belgium N.V.
(Snackproducten)
Goolderheideweg 23
3950 Bocholt
T: +32 89 460 302
F: +32 89 460 301

APPARATENFABRIEK BEREILA BV
uw dispenserspecialist!
Industrieweg 7a, 9781 AC Bedum
Postbus 13, 9780 AA Bedum, NL
T: 0031(0)50.30.122.97
F: 0031(0)50.30.150.74
info@bereila.nl - www.bereila.nl

BEST FRIT
Moerbroek 26
2770 Herenthout
T: 014/22.67.66

BOSTEELS SPRL
(Snacks & sauces-grossiste)
Nijverheid - Begijnmeers 22
1770 Liedekerke
T: 053/66.81.72
T: 056/37.00.16

CALIS PROJECTS SPRL
(Installation frigorifiques et intérieur)
Nijverheidslaan 3
8940 Geluwe
T: 056/51.80.00
info@calis.be - www.calis.be

SA THEO COERTJENS INT.
(produiten: stoofvlees -
vol au vent - goulash - worsten)
Kleine Veerle 101 - 2960 Brecht
T: 03/313.07.00 - F: 03/313.74.68
www.coertjens.be

FREE FOODS sa
(Grossiste horeca)
Beversesteenweg 572
8800 Roeselare
T: 051/21.15.02
F: 051/24.33.53

FRIETMUSEUM
Vlamingstraat 33
8000 Brugge
T: 050/34.01.50
info@frietmuseum.be

GOOD 'n FOOD (MASSAFRIT sa)
(Grossiste)
Generaal De Wittelaan 12
2600 Mechelen
T: 015/29.02.55
F: 015/29.02.56

HOFKIP sprl
(Snacks au poulet)
Industrielaan 31
8930 Menen
T: 056/521.421
F: 056/521.420

HOVICON INTERNATIONAL B.V
DISTRIBUTEURS en INOX et en PLASTIQUE
de haute qualité.
P.O.Box 40-2140 AA Vijfhuizen Nederland
T: 0031-235581988
F: 0031-235583606
Sales@hovicon.com
www.hovicon.com

JOFA VERPAKKINGEN
Emballage pour la friterie
Aartrijkestraat 95
8211 Aartrijke
T: 050/200.453
F: 050/208.923 - info@jofa.be

K & F DE PAUW
(Grossiste)
Karnemelkstraat 8
9060 Zelzate
T: 09/344.36.02 - F: 09/343.01.81

**KIREMCO CATERING
EQUIPMENT BELGIUM**
(Installations de friteries)
Driesskouter 1- 8375 Tiegem
T: 056/66.76.53 - F: 056/66.54.96
info@kiremko.be - www.kiremko.be

LA WILLIAM SA
(Sauces)
Blauwenhoek 41
1840 Londerzeel
T: 052/30.96.70 - F: 052/30.99.51
www.lawilliamprofessional.be - info@lawilliam.be

Legrand
alle verse aardappelproducten

LUTOSA
Lutosa w - T (056) 622 780
Moerbosstraat 50 - 8793 Sint-Eloois-Vijve
www.lutosa.com - vanelo@lutosa.com

MAKADY BVBA
Itterbeeksebaan 69 - 1700 Dilbeek
Tel. 02/463 24 24 - Fax 02/ 463 55 09
www.makady.be
info@makady.be

MANNA
(Sauces)
Industriezone Den Hoek
Blijkhoevlaan 24 - 2110 Wijnegem
T: 03/327.32.80 - F: 03/327.32.84
info@manna.be - www.manna.be

MC CAIN FROZEN FOOD DIV.
(Frites, spécialités de pommes de terre, ...)
Nijverheidsstraat 2
2280 Grobbendonk
T: 014/50.82.11
F: 014/50.03.01

MESSIAEN
(Grossiste produits pour friture)
Nijverheidstraat 37
9040 Gent
T: 09/228.21.09
F: 09/228.76.02

NOYEZ HORECA SPRL
(Produits pour friture)

Menesteenweg 232
8940 Wervik
T: 056/31.14.54

Nys Machinery Equipment
Antwerpsesteenweg 55 2630 AARTSELAAR
Tel +32(0)3 887 33 41 Fax +32(0)3 887 33 57
info@nys-machinery.be www.nys-machinery.be

FLORIGO HAKTO
FRYING EQUIPMENT BELGIUM FRYERS

N'Fryers Europe
AGENCE TOURNAI - FRANCE
Rue du vieux comté, 57 7500 TOURNAI
Tél/Fax +32(0)69 56 24 04 Gsm +32(0)491 36 33 91

Pauwels
Les sauces Pauwels,
un vrai régal!

Pauwels NV
Vaartstraat 176
2520 Oelegem
www.facebook.com/pauwels-sauces
www.pauwels-sauces.com
catering@pauwels-sauces.com

PERFECTA FRITURAPPARATUUR BVBA
Nijverheidspark 42/E, 3580 Beringen
T: 011/57.16.57 en F: 011/45.23.93
info@perfecta-friteuses.be
www.perfecta-friteuses.be

PERFECTA FRITURINSTALLATIES BVBA
Wantestraat 10, 8780 Oostrozebeke
T: 056/70.24.86
info@perfectafrit.be

QUATRA (Atravet - Olio - Biorecup)
(Graisses pour friteries)
Mosten 17
9160 Lokeren
T: 09/336.13.36 F: 09/336.13.37
www.quatra.be - www.oliobox.be

REMOFRIT SPRL
(Produits de pommes de terre)

Aven Ackers 15b
9130 Verrebroek (Beveren)
T: 03/735.00.00 - F: 03/735.00.20

ROYAAN
Gäter ... c'est notre métier

SAF
Aalterbaan 203
T: 050/71.43.91
info@safhoreca.be

SAF
9900 Maldegem
F: 050/71.68.96
info@safrecyclage.be

SPUNTINI sprl
(Grossiste)
Roterijstraat 145
8790 Waregem
T: 056/61.11.55
F: 056/61.35.17

**SWINKELS SNACKERY&BAKERY/
SOUFLESSE**
Hulsbos 1
5431 NZ Cuijk
Tel. 00 31 485 31 73 60
info@snackerybakery.nl
www.snackerybakery.nl

VADA frituurvetten en oliën

Fabriekstraat 2
9470 Denderleeuw
T: 03/664.64.31 - F: 03/665.35.23
www.avc-vada.com - info@avc-vada.com

VALORFRIT

Koningin Astridlaan 50 bus 8
1780 Wemmel
t: 02/456.84.51
www.valorfrit.be

VANDEAL HORECA SA
(Grossiste)
Herentelsebaan 643
2160 Wommelgem
T: 03/355.20.20
F: 03/354.09.66

VANDEMOORTELE
Tout pour friturist
Ottergemsesteenweg
Zuid 806
9000 Gand
www.vandemoortelefoodservice.be

VANDERHAEGEN
POTATOES

VANREUSEL
(Snacks pour friteries)

Lozenweg 30
3930 Hamont-Achel
T: 011/44.04.60

VAN ROSSEM sprl
(Snacks et sauces)
Steenweg 606
9470 Denderleeuw
T: 053/66.96.40 - F: 053/66.96.98
info@vanrossem-snacks.be

VAN ZON HORECA
(Grossiste)
Middenweg 9
3930 Hamont-Achel
T: Hamont: 011/62.20.10
T: Beringen: 011/42.26.03

VARIO FOOD sa

Ondernemerstraat 34
3920 Lommel
T: 011/808.826

AGORA CULINAIR/VLEESBOERKE
(Grossiste horeca)
Industriezone Klein Gent
Grensstraat 4
2200 Herentals
T: 014/21.32.87

VELD BELUX
réfrigération & congélation
commerciales
matériel frigorifique professionnel
Campus Blairon - Office 452
Steenweg op Gierle 100
2300 Turnhout
t: 014/39.49.90 - F: 014/39.49.91
www.veld.be - info@veld.be

TOUT POUR LE FRITURISTE

PARTNERS

NAVEFRI ONLINE: WWW.NAVEFRI-UNAFRI.BE / INFO@NAVEFRI-UNAFRI.BE



TOUT POUR LE FRITURISTE

PARTENAIRES EN VEDETTE

PERFECTA FRITUURAPPARATUUR BVBA
Nijverheidspark 42/E, 3580 Beringen
T: 011/57.16.57 en F: 011/45.23.93
info@perfecta-friteuses.be
www.perfecta-friteuses.be

PERFECTA FRITUURINSTALLATIES BVBA
Wantestraat 10, 8780 Oostrozebeke
T: 056/70.24.86
info@perfectafrit.be



AD VAN GELOVEN /MORA SPRL
Berkebossenlaan 1
2400 Mol
T: 014/82.97.30
F: 014/82.97.52
www.mora.be - info@mora.be



AIGREMONT SA
(Margarine)



4400 AWIRS
T: 04 273 71 00
www.algremont.be



ROYAAN
Gâter ... c'est notre métier



TOUT POUR LE FRITURISTE

MEMBRES DU COMITE

Bernard Lefèvre
Président National
Schillekensberg 21 - 3460 Bekkevoort
info@navefri-unafri.be
T. 0494 51 04 89

Pol Vanden Bussche
Vice-président
Ruddervoordestraat 111 - 8820 Torhout
T. 050 22 11 86 - 0475 29 16 92

Hans De Meyer
administrateur délégué
Plein 103 - 9970 Kaprijke

Eddy Cooremans
administrateur délégué
Galgestraat 97 - 1785 Merchtem

Contactez-lez: info@navefri-unafri.be

Depuis octobre 2016, **Unafri-Navefri** travaille en étroite collaboration avec la **Fédération HoReCa Wallonie**. Cette collaboration a pour but de permettre un plus large savoir-faire, une plus grande représentativité et un meilleur service. L'aspect relatif à la défense de nos intérêts communs est confié à la section professionnelle Frituristes au sein de la Fédération HoReCa Wallonie. Unafri-Navefri s'occupera dorénavant de la promotion de l'artisanat et du développement de notre culture de la Frite. En tant que membre, vous pouvez bénéficier d'un service plus étendu ainsi que de nombreux avantages offerts par la Fédération HoReCa Wallonie.

DEVENEZ MEMBRE MAINTENANT ET BÉNÉFICIEZ DE NOMBREUX AVANTAGES !

- Des conseils et une aide dans vos démarches administratives et juridiques
- Un accès complet et privilégié au site web et à tous les documents officiels
- Une information régulière via nos newsletters et nos périodiques Horeca ECHO et Horeca JOURNAL
- Une réduction annuelle de 10% à la Sabam (plafonnée à 43,92€)
- Un taux préférentiel auprès d'Europabank et sur la commande de vos éco-chèques auprès d'Edenred
- Un tarif avantageux sur l'acceptation des titres-repas électroniques Edenred, Sodexo et Monizze
- Un carnet de bons de réductions auprès de nos fournisseurs partenaires (voir site)
- Votre entrée pour le salon Horecatel
- Etc.

Pour voir tous les avantages: www.horecawallonie.be

ÊTRE BIEN INFORMÉ, C'EST L'ESSENTIEL !

Chaque entrepreneur se voit constamment confronté à de nouvelles réglementations, à plus d'administration, à des frais supplémentaires. Une information correcte et mise à jour est donc d'une grande importance. La Fédération HoReCa Wallonie met un point d'honneur à informer ses membres rapidement et clairement sur l'actualité sectorielle.

VOTRE ADHÉSION EST NOTRE FORCE !

La Fédération HoReCa Wallonie défend vos intérêts à tous les niveaux de pouvoir. C'est pourquoi, nous avons besoin de vous ! Plus la fédération est forte et représentative, plus elle aura la légitimité de porter vos revendications et de faire valoir vos droits auprès des politiques et instances administratives.

Vous n'êtes pas affilié à la Fédération HoReCa Wallonie? Vous souhaitez devenir membre Frituriste ?

N'hésitez plus un instant et affiliiez-vous sur www.horecawallonie.be (cliquez sur « Devenez membre », dans la colonne de droite).

Le montant de l'affiliation annuelle s'élève à 85€ et est totalement déductible fiscalement.

Fédération
HoReCa
Wallonie



Fédération HoReCa Wallonie Asbl
Av. Gouverneur Bovesse 35/1 - 5100 Jambes
Tél. : 081/72.18.88 - Fax : 081/72.18.89
frituristes@horecawallonie.be
www.horecawallonie.be

Pour plus d'informations au sujet de l'affiliation, prenez contact avec votre association provinciale :

Fédération HoReCa
Hainaut Asbl
Tél : 065/34.66.25
hainaut@horecawallonie.be

Fédération HoReCa
Liège Asbl
Tél : 04/252.50.50
liege@horecawallonie.be

Fédération HoReCa
Luxembourg Asbl
Tél : 063/63.57.97
luxembourg@horecawallonie.be

Fédération HoReCa
Namur et Brabant Wallon Asbl
Tél : 081/74.97.65
namur-bw@horecawallonie.be

PARTNERS

NAVEFRI ONLINE: WWW.NAVEFRI-UNAFRI.BE / INFO@NAVEFRI-UNAFRI.BE

Performance et Expertise en installation pour Friterie



FLORIGO



03 887 33 41

service assistance 7/7 j

**Antwerpsesteenweg 55
2630 AARTSELAAR
(A12) Antwerpen - Boom**

**info@nys-machinery.be
www.nys-machinery.be**

FLORIGO
FRYING EQUIPMENT BELGIUM

**Agence TOURNAI
France et Wallonie**