

FOODSERVICE ALLIANCE IN GESPREK MET PETER DE WANDEL

GROUP CULINARY MANAGER ARDO
& PARTNER CHEFSPROVEGGIE



Vegetarisch koken was vaak een last voor chefs; iets dat ze moesten doen voor een kleine minderheid. Eigenlijk moet het de bedoeling zijn dat men een lekker gerecht kan aanbieden dat toevallig vegetarisch is en voor iedereen op het menu staat.

Peter de Wandel, group culinary manager Ardo & partner ChefsproVeggie



Chefs**pro**Veggie



Foodservice Alliance: Hoe ben je als partner bij ChefsproVeggie terecht gekomen?

Peter: "ChefsproVeggie is een initiatief van Paul Florizoone van Greenway. Op een gegeven moment voelde hij aan dat er meer vraag kwam vanuit de horeca en de grootkeuken om meer vegetarisch of vegan te gaan koken. Maar de klassieke chef is daarin niet geschoold en zit met veel vragen en onzekerheden. Het idee achter ChefsproVeggie was om een inspiratie- en informatieplatform op te richten rond dat gegeven. Ook Alpro, Verstegen en Electrolux zijn partners achter dit platform. Het was voor Ardo een vrij logische keuze om hierin te investeren. Alles wat wij produceren bij Ardo is plantbased: uiteraard alle groenten, maar ook met onze tapasproducten evolueren we naar 100% plantbased. Groenten liggen nog steeds te weinig op ons bord, dus alle wegen om mensen te overtuigen meer groenten te eten zijn welkom."

Foodservice Alliance: Wanneer heeft die kentering bij chefs plaatsgevonden?

Peter: "ChefsproVeggie werd zes jaar geleden opgericht, al was het toen nog niet zo evident om die chef te bereiken. Maar hoe langer hoe meer komt die vraag nu spontaan. Chefs doen wel de moeite om iets vegetarisch op de kaart te zetten, maar kampen nog steeds met heel wat praktische vragen. In de horeca redeneert men ook vaak dat als ze toch 'iets speciaals' op de kaart moet zetten, dat ze dan beter ineens voor vegan gaan, en liefst ook glutenvrij. Dan passeert het voor iedereen. Ze willen een soort passe-partout. Ik ben niet overtuigd dat al die vegan gerechten genuttigd worden omdat ze vegan zijn. Wellicht was vegetarisch voor 95% van die klanten ook oké. Maar het is een begrijpelijke keuze omdat ze een antwoord willen bieden op verschillende zaken. Vegetarisch koken was vaak een last voor chefs; iets dat ze moesten doen voor een kleine minderheid. Ze moesten heel veel werk steken in iets voor enkelingen. Eigenlijk zou het de bedoeling moeten zijn dat men een heel lekker gerecht kan aanbieden dat toevallig vegetarisch is en voor iedereen op het menu staat. Iedereen vindt een pasta pesto lekker. Dát is het verhaal dat je zou moeten kunnen brengen."

Met ChefsproVeggie -en ook met Ardo- focussen we ons op de flexitariër. We zijn overtuigd dat daar de winst te halen is. Voor de overtuigde vegetariër en veganist is het vegetarische of veganistische aspect het belangrijkste keuzecriterium. De flexitariër daarentegen moet je overtuigen met iets lekkers waarin hij zijn vlees niet mist."

Foodservice Alliance: Staat die flexitariër even open voor de vegetarische keuze in foodservice als in de supermarkt?

Peter: “Foodservice is voor mensen een verwenmoment. Ik geloof wel dat die flexitariër op een bepaald moment zegt: “nu is het feest en hoeft het even niet vegetarisch, we nemen morgen wel iets vegetarisch in de supermarkt”. Of: “laat me maar op restaurant een stukje vis eten, want thuis kan ik dat niet zo goed klaarmaken of heb ik daar geen zin in.” Soms wil hij gewoon iets lekkers en vertrouwds eten op restaurant, maar soms wil hij juist eens verrast worden en dat kan zeker ook met vegetarisch. Neem ter illustratie een vegetarische lasagne; als je dat herfraseert naar een Napolitaanse lasagne met gegrilde aubergines, dan is dat gewoon een leuk gerecht en wordt het gemakkelijker besteld. De gast in de horeca moet *geteased* worden. Als de naamgeving en het type gerecht kloppen, zal hij geneigd zijn het te nemen, ook als het vegetarisch is. Een leuke curry, een buddha bowl of ramen,... Dergelijke wereldse gerechten met veel aroma en smaak zijn erg toegankelijk.”

Foodservice Alliance: Wie zijn eigenlijk die flexitariërs?

Peter: “Ik denk dat dat iedereen is, met de uitzondering van enkelingen die elke dag een stuk vlees moeten hebben. Iedereen is een potentiële flexitariër. Die groep is naar mijn gevoel ook nu al groter dan de groep mensen die écht geen dag zonder vlees kunnen.”

Foodservice Alliance: Zijn chefs ook bereid om dergelijke gerechten op de kaart te zetten, of zijn er nog veel barrières om vegetarisch of plantaardig te koken?

Peter: “We hebben een bevraging gedaan bij chefs rond de hinderpalen om veggie op het menu te zetten. Vooral de bekommernis om smaak en textuur kwam sterk naar voor: ze zijn bang dat vegetarisch niet gaat voldoen aan de verwachtingen van het cliënteel. Ze zijn niet zelfzeker over wat ze klaarmaken. Ook hebben ze schrik dat klanten het niet als een volwaardige maaltijd zullen zien. Dat is vooral een bezorgdheid naar het ouder doelpubliek toe. Prijs was ook een factor: ze denken dat vegetarisch per definitie duurder is dan een klassieke maaltijd. En tenslotte: soms zijn het ook gewoon heel praktische zaken waar ze nog mee zitten, zoals hoe je een jus zonder vlees kan maken. Chefs zijn het niet altijd gewoon, en weten niet waar te beginnen. ChefsproVeggie organiseert daarom trouwens begin september een inspirerende webinar.”



Je moet een oplossing kunnen bieden aan de ondernemer om iets te kunnen maken en presenteren, zonder dat daar een zware mise-en-place aan vooraf moet gaan en zonder dat hij het risico loopt ingrediënten te moeten weggooien.

Foodservice Alliance: Welke rol kunnen producenten en leveranciers daarin spelen?

Peter: “Ze moeten goed proberen aanvoelen wat de behoeftes zijn van hun klanten. Eén zo’n belangrijke behoefte is convenience. Genoeg personeel hebben is tegenwoordig een probleem. Je moet een oplossing kunnen bieden aan de ondernemer om toch op een vlotte manier iets te kunnen maken en presenteren, zonder dat daar een zware mise-en-place aan vooraf moet gaan en zonder dat hij het risico loopt ingrediënten te moeten weggooien. We hebben bij Ardo een reeks peulvruchten gelanceerd. Deze zijn vanuit de diepvries direct te gebruiken. Zo heb je convenience én waste gecoverd. Daarnaast hebben ze een mooie al dente textuur en zijn ze een natuurlijke bron van eiwitten. Verder hebben we éénpansgerechten die aan de basis vegan zijn, en die de chef verder kan afwerken. Hij kan er iets vegetarisch bijdoen zoals tofu, Berloumi of veggie kipblokjes, maar hij zou het ook als bijgerecht bij een stuk vis kunnen zien. Het is voor de ondernemer belangrijk dat hij ingrediënten voor verschillende types toepassingen kan gebruiken. Een te lage rotatie is niet leuk, daarom proberen we multi-inzetbare producten te brengen. Het is al lang zo dat de chef ondernemer moet zijn, maar vandaag moet hij een goochelaar zijn om ervoor te zorgen dat de efficiëntie hoog is, met de stijgende kostprijzen en de schaarste in personeel.”

Foodservice Alliance: En welke rol spelen vlees- en zuivelvervangers in deze keukens?

Peter: “Deze zijn ook niet meer weg te denken. Het zijn producten in constante evolutie. Vervangers zijn een supermanier om die flexitariër toch enige kapstok te geven. Als je een lekkere vegetarische burger gaat serveren die op de juiste manier is bereid, dan heb je iets heel begrijpbaars voor de consument. Ikzelf ben opgegroeid met tofu, seitan en zeewier, maar dat zijn vrij complexe producten qua smaak en textuur. Voor iemand die daar geen ervaring in heeft, is dat nog een grote stap om het lekker te vinden. Ook voor een chef is dat al wat complexer. Een burger daarentegen is heel dankbaar om mee te werken. Wat ik wel merk is dat een doorwinterde vegetariër of veganist niet vindt dat er een imitatie moet zijn van vlees. Je hebt daar haters en lovers in.”

Foodservice Alliance: Het voelt als een tegenstelling: vegetarische producten die er uitzien en een naamgeving krijgen als vlees. Is dat niet heel dubbel?

Peter: “Je hebt daar echt twee stromingen in: mensen die niks moeten hebben van vleesvervangers, en mensen die dat als dé oplossing zien. Mochten de vervangers er niet geweest zijn, hadden we nog niet zover gestaan met het aantal mensen die maaltijden zonder vlees eten. Ik zou het niet zo sterk stellen dat een vleesvervanger een negatieve keuze is. Het is een makkelijkere manier om een positieve keuze te maken. Mijn zoon vindt dat fantastisch, maar mijn dochter is geen fan. Zij heeft liever eenvoudige producten zoals Berloumi, peulvruchten, een quinoaburger, een veggie gevulde pasta,...”

“Ik denk dat we in de komende vijf jaar nog een versnelling gaan zien op het gebied van vegetarisch en vegan, en dat het aanbod nog zal verbreden.”

Foodservice Alliance: Wat denk je dat we de komende vijf jaar nog gaan zien gebeuren op het gebied van vegetarisch en vegan in foodservice?

Peter: “Ik denk dat het onvermijdelijk is dat we nog meer plantaardig gaan eten, of we dat nu zelf willen of niet. Als je puur kijkt naar de ecologische voetafdruk... Ik denk ook dat we nog een versnelling gaan zien in de komende vijf jaar, en dat het aanbod daarbij nog zal verbreden. Ik heb onlangs een slide gezien met het aantal bedrijven dat bezig is met vegetarisch, en dat cijfer is geëxplodeerd. De kennis van al die kleine bedrijven zal uiteindelijk in de grote bedrijven worden opgenomen. Ook de fastfood zal nog stappen gaan zetten. Dat zal opnieuw een accelerator zijn die vegetarisch meer mainstream zal maken.”