



MORA: “Ideaal platform om een product te lanceren”

Mora keek niet op een inspanning voor Resto-Expo. Met een mega-stand en een foodtruck op de 'foodtruck lane' werd vooral de 50^e verjaardag van de Sitostiek gevierd, met de lancering van de Smokin' Sito. Een product waar de bezoekers gretig in haptten.

“In de eerste plaats zijn we er natuurlijk graag bij voor het sociale”, zegt Marc Ernes van Mora. “Op Resto-Expo kunnen we onze klanten ontmoeten in een uniek en goed georganiseerd kader. Dit is een **evenement op hoog niveau**. Het is bovendien ook een ideaal platform om een innovatie onder de aandacht te brengen. Dit jaar is de Smokin' Sito net in productie gegaan. Voor veel bezoekers is deze beurs de ideale kennismaking met dat nieuwe product. Naast dit alles kozen we ook voor aanwezigheid op de culinaire patio. Daar hebben we een chef laten demonstreren hoe je met onze klassieke producten ook iets kunt doen in een brasserie of taverne. Daarmee willen we onze klanten helpen om in te spelen op de wensen van de consument die zoekt naar een betaalbare, betrouwbare en toch unieke beleving.”



NOYEN: “Hier kunnen we ons verhaal vertellen”

Noyen bracht op Resto-Expo naast demonstraties op de culinaire patio ook een foodtruck. “Vooral met de bedoeling om ons verhaal te vertellen”, zegt Bart Dewaele. “Dat is voor ons hier belangrijker dan de pure verkoop. Die volgt later wel.”

Noyen richt het vizier op betrouwbare en eerlijke vleesproducten. “Wij zijn er vast van overtuigd dat ook de snackwereld geconfronteerd wordt met een consument die een product wil dat lekker is, maar ook duurzaam gemaakt, betrouwbaar en kwalitatief. De klant die verantwoordigd reageert op het zoveelste schandaal, is ook de klant die in de frituur of hamburgerzaak komt. Die **gevoeligheid voor een geloofwaardig product** zal alleen maar groeien. Daarom kiezen we hier voor het verhaal en veel minder voor de verkoop. De feedback die we hier krijgen is zeer positief en hoopgevend. Ik merk dat ook mensen uit de snackwereld en de brede foodservice zich bewust worden van het belang van betrouwbaarheid in de hele keten.”



KADÉ : “Heel positieve reacties van de bezoekers”

KaDé biedt artisanale kaastaarten, kruidenboter en kruidenkaas aan. Op de centrale 'culinaire patio' van Resto-Expo wisten Dirk De Decker en zijn echtgenote Sabine De Laet veel bezoekers te overtuigen van hun aanbod.

Dankzij de kleurrijke kaastaarten met aardbeien en bosvruchten wist het duo alvast visueel de aandacht van de bezoekers te trekken. “Daarnaast is het een kwestie van mensen aanspreken”, evalueert Dirk de driedaagse beurs. “Ons verhaal over de kaastaarten in vier smaken en onze andere producten kreeg toch heel wat positieve reacties. Dat we die taarten dankzij onze verpakking in blister ook onbeschadigd bij de klant krijgen, oogste veel lof. Wij zijn zeker **tevreden over de respons** die we hier kregen. We voelen dat veel mensen onze comfortabele kwaliteitsoplossing best interessant vinden. Wij zijn heel tevreden dat we erbij waren.”



BREYDEL: “Enthousiaste reacties op foodtruck en onze producten”

Vleesfabrikant Breydel was ook voor de eerste keer als exposant op Resto-Expo. “We zijn aangenaam verrast door de heel positieve reacties”, besluit commercieel verantwoordelijke Frans Boone. “Ook de frituuruitbaters zien in onze voorgegaarde vleesproducten veel mogelijkheden.”

Met een Amerikaans ogende foodtruck voerde Breydel de 'foodlane' op Resto-Expo aan. “Zoals de consument beleving wil, proberen wij die ook aan de beursbezoekers te geven”, vat Frans Boone de Breydel-aanpak samen. “Die beleving hoort bij ons aanbod. Breydel staat voor overgebakken vleesproducten. Omdat onze producten voorgegaard en overgebakken zijn, hebben ze grote voordelen. Voorgegaard betekent dat een ham bijvoorbeeld veel smaakvoller is. Onze hamburgers zijn heel sappig. Naast de **smaakvoordelen** heb je ook nog eens de **praktische voordelen**. Onze producten vragen in de zaak nog heel weinig handeling. Dat valt ook de uitbaters van veel moderne frituren op. Dat zijn vaak volwaardige eethuizen geworden, waar een product dat weinig handelingen vraagt, heel interessant wordt. Onze aanwezigheid hier smaakt echt naar meer.”



LA LORRAINE - PANESCO: “Klanten zoeken inspiratie”

Niets dan tevreden gezichten bij de broodfabrikant La Lorraine-PanESCO. “Resto-Expo is een heel belangrijk moment voor ons”, zegt Danny Renders. “We zien hier heel veel klanten die we heel graag aan inspiratie helpen.”

“Wij hebben het jaar door een team van 15 mensen op de baan”, vertelt Danny. “Hun opdracht is de mensen ter plaatse te bezoeken en te helpen bij hun zoektocht om de klanten te verrassen met hun aanbod. We merken ook dat de mensen echt op zoek zijn naar die inspiratie. Resto-Expo is één van de grootste evenementen in de foodservice. Het is logisch dat wij **hier proberen te doen wat we het hele jaar proberen te doen**. Wij bereiken in België zeker 10.000 klanten. Die allemaal bezoeken is niet realistisch. Hier kunnen we op drie dagen heel veel mensen aan ideeën en inspiratie helpen, zoals we dat doorheen het hele jaar doen met ons team 'on the road'. Wij komen zeker volgend jaar terug.”



24^e editie voor Jean-Pierre van Frituur Smulplezier

Jean-Pierre Van Belle van Frituur Smulplezier uit Alseberg mag zich bij de trouwste beursgangers plaatsen. “Ik was op alle 24 edities aanwezig. Alles begon ooit op de Bosuil in Antwerpen. Doorheen de jaren werd dit evenement steeds groter en beter.”

“De eerste editie was nog bij voetbalclub Antwerp”, herinnert Jean-Pierre zich perfect. “Toen kregen we zelfs helikoptervluchten aangeboden. Later verhuisden we dan naar Sint-Niklaas en daarna naar hier in Flanders Expo in Gent.”

“**De beurs is altijd blijven groeien**. Ik ben het daarom na 24 edities nog lang niet beu. Ik heb al 25 jaar mijn zaak en weet maar al te goed dat stilstaan achteruitgaan is. Ik kom hier nog altijd om bij te leren en te ontdekken. En om te genieten. Ook van de optredens. Het allerbeste concert was dat van Eddy Wally. De sfeer van toen hebben we nooit meer herbeleefd!”



15^e bezoek van Jurgen en Helena van 't Lekkerbekje

Voor Jurgen en Helena van 't Lekkerbekje in Zwijnaarde is Resto-Expo een driedaagse. “Met deze beurs is het 15 jaar geleden begonnen”, vertelt Jurgen. “Dan kwamen we hier inspiratie opdoen voor de zaak die we dan zijn begonnen. Sindsdien hebben we geen enkele editie gemist.”

“Voor ons is dit vooral een **sociaal gebeuren**”, zegt Helena enthousiast. “Na al die jaren kennen we toch heel wat andere frituuruitbaters en ook veel mensen bij de bedrijven en leveranciers. Dat zijn altijd heel fijne ontmoetingen.”

Het sociale is ook voor Jurgen het belangrijkste. “Natuurlijk leer je hier bij over producten. En je kan hier ook goede zaken doen. Maar daar ligt voor ons de focus niet. We komen **genieten**. Op maandag sluiten we uitzonderlijk zelfs de zaak om het avondprogramma mee te maken. De twee andere dagen komen we overdag langs en zijn we 's avonds gewoon open.”



DELIGOÛT: “Eerste keer op Resto-Expo levert mooi resultaat”

Deligoût produceert authentieke Belgische wafels en zoekt groei in de horecasector. “De vraag naar lekkere en vlotte oplossingen groeit snel”, zegt Françoise De Plancke. “Hier kunnen we op enkele dagen veel mogelijke klanten bereiken.”

“Sinds de verhuis van onze productie naar Moeskroen groeien we heel snel”, vertelt Françoise. “De foodservice sector heeft ontdekt dat zij dankzij ons op een eenvoudige manier een zeer lekkere wafel kunnen aanbieden. Op Resto-Expo kunnen de bezoekers proeven van onze authentieke Brusselse wafel, die op vier minuutjes klaar is. Die bereiding vraagt bijzonder weinig werk en levert bijna geen afval op. **Onze wafel valt letterlijk en figuurlijk in de smaak**. Deze beurs leverde ons heel wat interessante contacten en contracten op. Onze aanwezigheid hier heeft op dat punt toch wel mooie resultaten opgeleverd.”



Eerste bezoek voor Giuseppe van Pep' La Frite

Voor Friterie Pep' La Frite uit Morlanwez was de 24^e editie van Resto-Expo de eerste kennismaking met het beursgebeuren. De kennismaking smaakt naar nog, zo blijkt...

“Gent is niet bij de deur, maar de verplaatsing loont de moeite”, evalueert Giuseppe Alaimo van Friterie Pep' La Frite zijn eerste bezoek aan Resto-Expo. “Op korte tijd kan je toch heel wat **nieuwe producten leren kennen**. Zo vond ik bijvoorbeeld de kennismaking met de Bicky Fish Burger echt de moeite waard. Nu had ik even de tijd om te proeven en te vergelijken. Dat is toch heel interessant.”

Het brede aanbod op de beurs was voor de nieuwkomer een verrassing. “Ik heb een heel klassieke zaak en heb dus minder aan de culinaire kant. Maar ook dat is best wel interessant. Ook de bonuspunten en de geschenken vinden ik en mijn gezelschap natuurlijk een meerwaarde. En het **feestelijke karakter** is mooi meegenomen. We nemen hier een dag verlof voor, dan mag dat ook feestelijk zijn. Wij zijn best tevreden!”

