

EEN CAMPAGNE MET EEN MISSIE JONG KEUKENGEWELD IS CULINAIRE PERSOONLIJKHEID VAN HET *jaar*

ELK JAAR KIEST FOODPRINT SAMEN MET HORECA EXPO EEN CULINAIRE PERSOONLIJKHEID VAN HET JAAR. IN 2017 IS DAT GEEN PERSOON, MAAR EEN COLLECTIEF VAN JONGE CHEFS. NEGEN JAAR LANG AL LATEN DE JONGE CHEFS VAN JONG KEUKENGEWELD JONGEREN TEGEN EEN DEMOCRATISCHE PRIJS KENNISMAKEN MET ONZE GASTRONOMIE. SINDS ENKELE JAREN WORDEN OOK FLANDERS KITCHEN REBELS GESELECTEERD OM ONZE GASTRONOMIE IN HET BUITENLAND TE PROMOTEN.

KATIA BELLOY

Jongeren tussen 18 en 30 jaar kunnen 2 keer per jaar, in maart en oktober, de voeten onder tafel schuiven bij een Jong Keukengeweld-chef (maximaal 35 jaar oud) voor een driegangsmenu van 45 euro, inclusief dranken. In restaurants met een Michelin-ster of een Gault&Millau-score vanaf 15/20 betalen ze 55 euro.

UITBREIDING WEGENS SUCCES

Het project begon in West-Vlaanderen onder de vleugels van Westtoer en breidde wegens groot succes al snel uit naar heel Vlaanderen. Toerisme Vlaanderen, Horeca Vlaanderen, Horeca Vorming Vlaanderen en de provinciale toeristische diensten zetten jaarlijks hun schouders onder dit project.

In het buitenland worden de Flanders Kitchen Rebels ingezet als ambassadeurs van onze excellente keuken. Dit is meestal op initiatief van Toerisme Vlaanderen of met de culinaire evenementen van de Belgische ambassades en zelfs missies van de koning.

PRIJSOVERHANDIGING

Omdat deze organisatie veel te veel culinaire persoonlijkheden telt, werd de prijs tijdens de

openingsreceptie op Horeca Expo 2017 uitgereikt aan twee pioniers van Jong Keukengeweld: organisatrice van het eerste uur Sofie Van Den Bossche, die Jong Keukengeweld van Westtoer op Vlaams niveau tilde, én (voorzitter)-jurylid van het eerste uur en zelf ook ge-



wezen sterrenchef Jan Buytaert: "Ik vond het een hele eer. Het is een beetje mijn kindje."

Buytaert herinnert zich dat het in het begin wel moeilijk uit te leggen was aan de jonge chefs wat precies het concept was. Ze zagen niet in hoe zij daar return uit haalden omdat de menu's zo scherp geprijsd zijn. "Maar na het eerste jaar was het meteen duidelijk dat ze daar wel degelijk rendement uit haalden, tijdens de actie zelf en erna, want de jongeren zijn ook hun klanten van morgen. Het is een ideale opvuller van het restaurant. Na twee jaar ben ik dat nergens meer moeten gaan uitleggen."

DREMPELVERLAGEND

Het drempelverlagende effect van de jongerenactie werkt enorm goed. Jongeren krijgen de kans om in een klassezaak te gaan eten en beschouwen dat als een ware belevenis. De deelnemende chefs zijn zeer enthousiast. Jong Keukengeweld-chef Alex Verhoeven (Fleur de Sel) vindt het effect op de toestroom van klanten verbluffend: "Bij Jong Keukengeweld horen is belangrijker dan in de Michelin staan."

"De jongerenacties draaien echt goed in Vlaanderen", zegt Sofie Van Den Bossche. "In oktober 2017 werden in een mum van tijd bijna 20.000 couverts verkocht voor de 58 Jong Keukengeweld-restaurants. Deze jongerenacties maken van de Vlaamse jongeren onze culinaire lokale ambassadeurs. Toerisme Vlaanderen wil van Vlaanderen een nieuwe culinaire bestemming maken. Internationaal moet men weten dat Vlaanderen de thuishaven is van brouwers, chocolatiers, van ervaren en jonge getalenteerde chefs. We kunnen maar internationaal promoten waar in Vlaanderen zelf in geloofd wordt. Hoe meer fierheid en kennis er over onze jonge chefs zijn, hoe beter Toerisme Vlaanderen de boodschap internationaal kan verspreiden."

Kortom, in negen jaar tijd is Jong Keukengeweld incontournable. Een campagne met een missie en een stabiel ledenaantal. Jong Keukengeweld is innovatief, creatief en een tikje rock-'n-roll.

www.jongkeukengeweld.be

