

COFFEE MILK MAGIC

MAGAZINE SUR LE CAFÉ AU LAIT POUR L'HORECA



PETER HERNOU
latte art
champion

'T ONDERWERP
mousse de lait plus
rapide avec Lattiz

LA TULIPE
pas à pas
latte art

5 CONCEILS
comment bien
gérer son café

NIEUW



De vernieuwde standaard in perfect melkschuim.

Melkkoffies worden steeds populairder. Met de vernieuwde Lattiz kun je de groeiende vraag makkelijk aan. Slechts één druk op het touchscreen en Lattiz maakt het perfecte melkschuim.

Slimmer | Makkelijker | Robuuster



Scan de
QR code en
vraag een
demo aan





Foto Keri Mol

VAN KOE TOT KOP

“From cow to cup.” Dit adagium heeft veel betekenissen.

Eerst en vooral is FrieslandCampina een zuivelcoöperatie die zuivelproducten bedenkt en produceert met respect voor de koeien en hun leefomgeving. Door deze structuur beheersen wij de volledige productieketting “van koe tot kop”.

Anderzijds betekent dit dat we dankzij onze expertise ook producten kunnen maken die de aandacht van de consument trekken.

Lattiz is een van de mooiste

voorbeelden. Wie beter dan FrieslandCampina had zo'n innovatie kunnen bedenken? In dit revolutionaire concept combineren we onze kennis over melk en onze kennis over de koffiemarkt, die we via onze verschillende koffiebranders hebben verworven. Dit alles met respect voor onze coöperatie en de omgeving eromheen.

Met Lattiz voldoen we aan de verwachtingen van gebruikers en consumenten. Eenvoudig in gebruik, snel, 100% hygiënisch en het

belangrijkste: de perfecte smaak met lekker schuim van barista-kwaliteit. In dit tweede Coffee Milk Magic magazine leest u verschillende getuigenissen van Lattiz-gebruikers en ontdekt u zowel trends in koffie-met-melk-bereidingen als de laatste musthaves voor in uw zaak. Bedankt en tot binnenkort, bij een lekkere met Lattiz bereide cappuccino.

Pierre Leonard,
Sales Manager Lattiz België

**Boost je
business
met perfect
melkschuim.**



Serveer kwaliteit • Bespaar tijd • Verkoop meer

3 VOORWOORD

13 KOFFIEZAKEN

42 GASTCOLUMN
Bart Deprez

INSPIRATIE

14 VAN BOERDERIJ TOT
CONSUMENT
Goed melkschuim is als fluweel

20 HOE RUN JE EEN
KOFFIEZAAK?
5 tips van Colin Harmon

26 INSPIRERENDE
LATTE SPECIALS

28 WATERWIJSHEID
Hoe water jouw bakkie beïnvloedt

35 WHAT'S IN A CUP?

40 HOW TO LATTE ART
De tulp met Rob Clarijs



6

INTERVIEW

6 PETER HERNOU
Het belang van een smaakvolle melkkoffie



13



14

MELK ONTMOET KOFFIE

22 DEN AMANDUS
Koffiedrinken aan de Schelde



36

30 'T ONDERWERP
Koffie in 35 seconden met Lattiz

36 BRUNO GENK
Koffie pitstop

COLOFON

COFFEE MILK MAGIC MAGAZINE

is een uitgave van FrieslandCampina Foodservice en verschijnt één keer per jaar. Coffee Milk Magic magazine wordt in een oplage van 3500 stuks verspreid onder klanten van FrieslandCampina Foodservice.

CONTACT

FrieslandCampina Foodservice, Postbus 1551, 3800 BN Amersfoort, tel: 0800-0765 (gratis)

BLADMANAGEMENT

Peggy Cillessen en Anoeka Actanod in samenwerking met koffieTcacao b.v.

EINDREDACTIE

Wim Degrave

ART DIRECTION & DESIGN

Keri Mol

PRODUCTIE

Eva Broekema, Maren Bruin, Marlies Jansen, Ana Jarén, Nanna de Jong, Joey Rietveld,

Lennaert Ruinen, Jose da Silva (coverbeeld) Marlon Velvis, Thomas Vreriks

COPYRIGHT

Niets uit deze uitgave mag openbaar worden gemaakt of worden gereproduceerd door middel van druk, fotokopie, film, internet of op welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. FrieslandCampina kan niet aansprakelijk worden gesteld voor eventuele zet- of drukfouten.





HET BELANG VAN EEN
SMAAKVOLLE MELKKOFFIE

PETER HERNOU

Tekst Thomas Vreriks **Fotografie** Lennaert Ruinen

PETER HERNOU HAD OOIET EEN EIGEN KOFFIEBAR, MAAR
MAAKT HET INMIDDELS ALS WERELDKAMPIOEN LATTE ART,
CONSULTANT EN AMBASSADEUR VOOR GROTE MERKEN IN DE
VOEDINGSINDUSTRIE. "DE SMAAK VAN EEN CAPPUCCINO IS ALTIJD
BELANGRIJKER DAN EEN MOOI FIGUURTJE IN HET MELKSCHUIM."

De lekkerste warme chocolademelk in een handomdraai?

Awel ... dat vraagt om een Cécématic !

CONSTANTE
KWALITEIT

LAAG VERBRUIK

HYGIËNISCH

SNELLE SERVICE



Meer info?
Contacteer Evy Van Ghendt,
FrieslandCampina, Schaessestraat 15,
9070 Destelbergen, België.
evy.vanghendt@frieslandcampina.com

Cécémel. De enige èchte.

Het begon in 2003, toen Peter samen met levenspartner Petra een eethuis in de Antwerpse wijk Zurenborg opende. Behalve voor goede koffie kon je daar ook terecht voor een ambachtelijk ontbijt en een lunch. "Die zaak hebben we gesloten, maar we werken nog steeds vanuit dezelfde principes", zegt Peter. "Kwaliteit staat voorop en dat zal altijd zo blijven."

Zo'n elf jaar geleden werd de Belgische markt voor het eerst overspoeld door "barista's met tatoeages". Die koffiebars waren er voor een nichepubliek. Inmiddels draait het meer om de gehele beleving en is het principe van specialty coffee alom bekend. Hierdoor is de gemiddelde horeca-ondernemer ook beter op de hoogte. "We zijn nu op het punt gekomen dat zij aan hun koffiebrander vragen durven te stellen over de kwaliteit en versheid van zijn koffiebonen. Dat was vroeger ongezien."

DE KLEINE DETAILS

In 2009 won Peter het World Latte Art Championship. Zijn ervaringen pende hij neer in het boek *Latte Arte* (2014) en sindsdien traint hij als koffieconsultant barista's en horecapersoneel over de hele wereld. "Bij melkkoffies draait het de laatste jaren helaas meer over de mooie figuurtjes in het schuim, dan over de smaak van een goede cappuccino. Als opleider wijs ik cursisten er altijd op dat het belangrijker is dat je een goede smaakbalans vindt in je melkbereiding." Volgens Peter is een goede opleiding van het personeel cruciaal. "Met de juiste tools in handen kan de horeca-uitbater zijn zaak naar een hoger niveau tillen zonder dat hij daarvoor duizenden euro's moet investeren, want het gaat vaak om kleine dingen. De horecasector moet begrijpen dat de klant centraal staat, dat hij veeleisend is geworden. En terecht: als een





concullega een betere koffie serveert voor dezelfde prijs, is de keuze snel gemaakt."

VERSE KOFFIEBONEN

Het is belangrijk om de juiste producten te kiezen. "In een koffiebar moet alles om die lekkere kop koffie draaien", zegt Peter stellig. "De keuze voor die machine, die molen, die koffiebonen, die melk, dat servies, die snelheid van de service: dat moet allemaal samenkomen in het kopje koffie dat je serveert. Als dat betekent dat je twee koffiemolens hebt staan, één voor espresso's en een andere voor melkkoffies, is dat een prima idee." Naast smaak is hospitality een factor waar Peter op hamert tijdens zijn trainingen. "Ik kan ervan gruwen als iemand laconiek of ongeïnteresseerd doet, met het bestek gooit of zijn koffiemachine niet proper houdt." Blij is hij wel te zien dat on-demand malen van verse koffiebonen tegenwoordig heel normaal is geworden."

ONDERSCHIED JEZELF

Tijdens de voorbereiding voor het wereldkampioenschap vroeg Peter zich continu af: "Wat moet ik doen om ervoor te zorgen dat de jury mij opnieuw wil zien?" Volgens de Antwerpenaar zou iedere horeca-ondernemer er goed aan doen om zich af te vragen: "Hoe komt de klant na zijn eerste bezoek terug in mijn zaak?" Peter: "In dat verhaal moet alles kloppen: de smaak van je producten, het interieur, je personeel, de sfeer. En nooit mag de complexiteit van de latte art zwaarder doorwegen dan het maken van een smaakvolle melkkoffie. Want bon, dan kun je wel twee zwanen in een latte maken, maar hoe smáákt de latte?"

Zelf verraste Peter destijds de jury door een bijkomende degustatie te presenteren. Tijdens zijn wedstrijd moest hij twee *free pour* espresso

macchiato's, twee *free pour* lattes en twee designer lattes maken.

"De wedstrijden zijn altijd streng gereguleerd, maar zolang je de vier lattes in acht minuten serveert, loop je geen risico om gediskwalificeerd te worden." En dus serveerde de wereldkampioen bijkomend ook nog een espresso met apart opgestoomde melk, zodat de jury de elementen ook afzonderlijk kon proeven.

Om zijn wedstrijdmelk te kiezen onderwierp Peter verschillende melksoorten aan een blinde test. "Daar kwam de Friesche Vlag Langlekker melk er als de beste uit. De melk is consistent, makkelijk in gebruik en smaakte het beste in de melkbereidingen. Verse melk, wat ook een lekker product is, kan daar niet tegenop, want het heeft nooit dezelfde stabiliteit."

de sector op veel gebrek aan inzicht, maar dat is gelukkig positief aan het veranderen. Zelfs grote bedrijven tonen meer interesse en zoeken samen met horeca-uitbaters naar producten met meer gebruiksgemak of variëteit. Dat komt natuurlijk de klant ten goede, want die komt terug op plaatsen waar gastvrijheid en een goede service belangrijker worden. FrieslandCampina is mee met wat de horeca-uitbater nodig heeft, brengt een positief verhaal, en de steeds kritischer wordende klant profiteert van het totaalplaatje."

CHOCOLADE EN KOFFIE

De komende jaren voorziet Peter een opmars van origine chocolade in warme dranken en melkkoffies. "Als ambassadeur van chocolademaker

“BON, DAN KUN JE WEL
TWEZ ZWANEN IN EEN LATTE MAKEN,
MAAR HOE SMÁÁKT DE LATTE? SMAAK
STAAT ALTIJD VOOROP”

Na de winst op het wereldtoneel ontdekte de latte art-meester een nieuwe passie. Hij stoomde Jeroen de Corte klaar voor het World Coffee in Good Spirits Championship van 2010. En met succes! Ook de Belgische Jeroen ging naar huis met een wereldbeker. "Het trainen van wedstrijdbarista's houdt mij scherp en is ook dankbaar. Samen met sponsor FrieslandCampina wist ik vier kandidaten in de top vijf te krijgen."

GASTVRIJHEID EN GOEDE SERVICE

"Toen ik de switch maakte van barista naar consultant, stootte ik in

Callebaut spendeer ik veel tijd aan het bedenken van nieuwe recepten. In de bereiding van warme dranken met chocolade liggen voor de horeca zeker nog kansen. Koffie en (origine) chocolade gaan perfect samen in een warme drank. De Brusselse Kaffabar experimenteert er op ons aanraden volop mee, en de klant apprecieert dat. Want waarom zou je alleen maar witte en donkere chocolademelk aanbieden, als er nog zoveel andere mogelijkheden zijn?", besluit Peter.

Recepten van Peter Hernou en meer inspiratie vind je op peterhernou.com.

NUTROMA 200 CUPS DOOS:

NU IN HANDIGE VERPAKKING!

Perfectie zit 'm in de details, net als bij de koffie die u schenkt.

Om uw klanten te verwennen met een heerlijk koffiemoment, kiest u dus voor de ideale smaakverrijker: Nutroma. Want de subtiele, licht gekaramelliseerde toets van Nutroma respecteert de smaak van uw koffie en zorgt voor een mooi afgeronde smaak.

COMPACT
FORMAAT

En elk detail telt, ook voor u.

Daarom vindt u de Nutroma cups vanaf nu in een nieuwe, verbeterde verpakking:

- ✓ **MET HANDIGE DISPENSERKLEP:
VOOR EEN NOG BETER
GEBRUIKSGEMAK**
- ✓ **COMPACTE VERPAKKING:
PAST PERFECT OP UW TOOG**
- ✓ **HYGIËNISCHE EN VEILIGE
VERPAKKING**
- ✓ **ALTIJD BIJ DE HAND EN
MAKKELIJK UIT TE NEMEN**
- ✓ **STIJLVOL VOOR EEN UITSTEKENDE
KOFFIEPRESENTATIE**



*Beschikbaar voor de Nutroma Romig cups.
Bestel- en logistieke gegevens zijn ongewijzigd.*

DE KROON OP JE KOFFIE

HET IS MOOI, HET IS NIEUW EN WE DELEN HET GRAAG MET JE



CHAMPIONS CUPS

Loveramics heeft samen met barista Dale Harris een nieuwe serie koppen ontwikkeld. Ontworpen door de Londense keramist Ben Sutton, die ook de handgemaakte koppen maakte waarin Dale tijdens de UK Barista Championship en later de World Barista Championship 2017 zijn winnende koffies presenteerde. Loveramics produceert het originele ontwerp van toen, nu op grotere schaal en aangepast voor gebruik in de koffiezaak. De espresso-, flat white- en cappuccinokoppen zijn verkrijgbaar in drie kleuren.

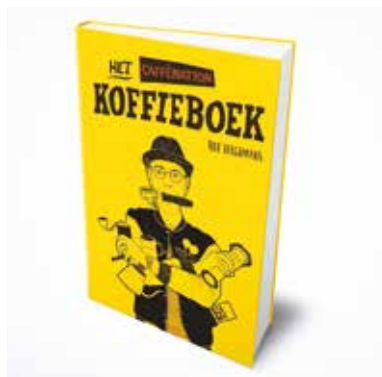
PRIJS VANAF €9
LOVERAMICS.COM



LEESTIP!

Rob Berghmans, het meesterbrein achter Caffènation, schreef een boek over zijn enige *drug of choice*: koffie. Dat de Antwerpenaar naast koffietalent ook schrijftalent bezit, is duidelijk. *Het Caffènation Koffieboek* vertelt je alles wat je moet weten over koffie: van koffievariaties tot cuppen en van branden tot de hotste koffietrends.

PRIJS € 19,50
CAFFENATION.BE



DAG BARISTA-ARM

De nieuwe La Marzocco espressomachine KB90 beschikt over een revolutionair straight-in vergrendelsysteem van de filterdragers. Polsblessures bij barista's behoren hierdoor tot het verleden. Na het verwijderen van de filterdrager wordt de groep met stoom en heet water gereinigd, de espresso-extractie stopt daarbij automatisch bij het gewenste gewicht en de stoompijp voelt altijd koel aan. Een Italiaanse droom voor elke barista.

LIMARC.BE



MUISSTIL MALEN

De Mahlkönig E65S is het nieuwste lid in de Mahlkönig familie. De E65S heeft een multifunctionele draai- en drukknop, een innovatief menu met symbolen en zes vooraf in te stellen recepten. Het geavanceerde design is in verschillende kleuren beschikbaar en is niet alleen een lust voor het oog, maar ook voor het oor: de maler produceert volgens Mahlkönig het zachtste geluid ooit.

PRIJS €1.795
MAHLKOENIG.DE



VAN BOERDERIJ TOT CONSUMENT

GOED MELKSCHUIM IS ALS FLUWHEEL

Tekst Marlies Jansen

BIJ FRIESLANDCAMPINA DRAAIT HET LEVEN 24/7 OM MELK. HET BEDRIJF HEEFT EEN RIJKE HISTORIE ALS HET OP INNOVATIES AANKOMT. VAN SPECIALE OPSCHUIMMELK TOT LATTIZ. CORPORATE DIRECTOR RESEARCH & DEVELOPMENT MARGRETHE JONKMAN: 'WIJ ZULLEN CONSUMENTEN EN HORECAONDERNEMERS ALTIJD BLIJVEN VERRASSEN.'

Serveer kwaliteit

- Hoge kwaliteit melkschuim, kop na kop
- Perfect voor latte art

Bespaar tijd

- Één druk op de knop
- Geen schoonmaak nodig

Verkoop meer

- Personaliseer het scherm naar jouw wensen
- Bedien meer gasten tegelijk
- Verhoog koffieomzet en winst



Vraag een
gratis demo aan
op lattiz.com



Margrethe Jonkman is totaal verslingerd aan melk, al sinds zij na haar studie levensmiddelentechnologie promotieonderzoek deed naar eiwitten in consumptie-ijs. Ze kan uren praten over dit mooie zuivelproduct. “Het is lekker en geen enkele andere natuurlijke vloeistof bevat zoveel voedingsstoffen. Eiwitten, mineralen, vitamines, vetzuren; melk is zó rijk. En je kunt er werkelijk allerlei producten uit maken. Doe je er stremsel bij dan wordt het kaas, met verdikkingsmiddel krijg je vla, klopt je het op en verwarm je het, dan geeft het je koffie of thee een totaal andere smaakbeleving”, zegt de corporate director van de afdeling research & development van FrieslandCampina. Onder Margrethes leiding onderzoeken vierhonderd experts in het Nederlandse Innovation Centre continu de unieke samenstelling en eigenschappen van melk. “Welke nieuwe producten en toepassingen kunnen we ontwikkelen, waar is vraag naar bij de verschillende klanten

“LATTIZ IS EEN MOOI VOORBEELD, WAAR TECHNOLOGIE EN BEHOEFTE SAMENKOMEN”

wereldwijd? Hoe maken we nog gezondere babyvoeding waardoor een kindje beter kan groeien? Kunnen we een lekker nieuw toetje maken? Hoe kunnen we het schuim zo stabiliseren dat je een mooi melkschuim hebt van constante kwaliteit? En wat geeft onze Vifit Sport reep de perfecte bite?”

HET VERSCHIL MAKEN

Margrethe geniet ervan om bruggen te slaan tussen wetenschappelijke en technologische ontwikkelingen en de behoefte van klanten. “We vragen ons altijd af: wat zou echt het verschil maken? Lattiz is een mooi voorbeeld, waar technologie en behoefte samenkomen.”

Al zo'n 10.000 Lattiz-machines staan er inmiddels in Europa. Dat aantal

groeit gestaag en dat is niet zo gek: met Lattiz maak je in één minuut voor zes koppen baristakwaliteit melkschuim, het apparaat is een lust voor het oog, je hoeft het dankzij het efficiënte *bag-in-box* systeem en de automatische spoelfunctie niet schoon te maken en werkelijk iedereen kan met Lattiz perfect melkschuim fixen. Dit maakt Lattiz ideaal voor horecalocaties met wisselend personeel en hoge piekmomenten. Ook handig: zodra de *bag-in-box* is geopend, blijft de melk tien dagen buiten de koelkast goed. Margrethe: “De Lattizmelk is speciaal ontwikkeld voor de combinatie met die machine. We kijken altijd: waar gebruiken we de melk voor? En hoe? Pas dan gaan we een geschikt product ontwikkelen.”

MAGIC

De combinatie van melk in koffie is magic, vindt Margrethe. "Wij geloven dat melk de koffie maakt." Waar 'm dat in zit? "Het is niet één ding. Het gaat om de combinatie van smaken en het mondgevoel. Goed schuim is fluwelig, dat voelt heerlijk. De melk zelf haalt de scherpe kanten van de koffie af en brengt tegelijkertijd bepaalde tonen naar boven. Je kunt eindeloos variëren met de verhoudingen tussen de hoeveelheid melk en het schuim." Het is maar net: welke tonen wil je de boventoon laten voeren? "Het is mooi om daarmee te spelen, je eigen signatuur erin te brengen. Binnen de duidelijke profielen natuurlijk, een cappuccino is nu eenmaal anders dan een latte."

OPSCHUIMEN

Al sinds 1951 ontwikkelt FrieslandCampina melk voor in de



DUURZAAM VAN GRAS TOT GLAS

Het aanbieden van duurzame voeding aan de wereldbevolking is een van de uitdagingen voor de komende decennia. Door betrouwbare, voedende zuivelproducten aan te bieden, draagt FrieslandCampina bij aan voedsel- en voedingszekerheid. FrieslandCampina is een onderneming die voor 100 procent in handen is van een coöperatie van 12.104 leden-melkveebedrijven; met de melk van hun boerderijen maken ze al 140 jaar zuivelproducten van hoge kwaliteit. En

dat doen ze zo duurzaam mogelijk. Ze beheersen de hele productieketen, van boerderij tot aan de consument. De FrieslandCampina-koeien grazen dagelijks zo'n vier tot negen uur per dag in de wei en leggen daarbij drie tot vierenhalve kilometer af.

De melkveehouders zetten zich in voor een steeds duurzamere landbouw met een lager energieverbruik en minder uitstoot van broeikasgassen. Met succes, want de belasting van de melkveehouderij op het milieu is in Nederland het

laagste ter wereld. Maar ook het vervoeren van de melk doet FrieslandCampina zo duurzaam mogelijk. De melkauto's zijn steeds vaker uitgerust met speciale tanks waarin een mengsel zit van diesel en gas (LNG). In 2020 moeten wereldwijd alle vestigingen van FrieslandCampina voor 100 procent duurzame elektriciteit gebruiken. Bijvoorbeeld uit zon, wind of biomassa, en zoveel mogelijk van de eigen boerderijen.

koffie voor verschillende landen. Zoals Black & White voor Hong Kong en het bekende Goudband en Halvamel in Nederland. Een klein wolkje ervan verzacht en geeft al een totaal ander, rijk smaakprofiel. Margrethe: "Warme melk in je koffie is weer iets anders." Welke melk is dan het meest geschikt voor welke koffie, volgens Margrethe? Door te variëren met de vetten en de eiwitten erin beïnvloed je immers de smaakbeleving. "Meer vet maakt de smaak romiger, eiwitten zijn belangrijk voor de schuimontwikkeling en lactose geeft de lichtzoete smaak. Bevat de melk te weinig eiwit of vet, dan wordt het schuim wat zeepsoppig, te los en zakt het snel in", vertelt Margrethe. En: "Nederlanders houden van volle melk in hun koffie."

Voor cappuccino's en latte's is naast Lattiz, Nutroma Barista-melk ook een perfecte basis dankzij de

optimale samenstelling van vetten en eiwitten in de melk. Nutroma Barista-melk is samen met barista's speciaal ontwikkeld voor mooi glanzend microfoam dat langer stabiel blijft.

TRENDS

Melkkoffies blijven onverminderd populair. Margrethe: "Een beetje koffiebar heeft inmiddels minstens negen soorten. Nu zie je de flat white uit Australië opkomen. En chai latte, want ook met melk in thee kun je veel kanten op." De consument drinkt ook steeds vaker koffie buiten de deur. "Hij verwacht dan ook meer van zijn koffie, want hij betaalt ervoor en thuis hebben veel consumenten al een goede koffiemachine. Buiten de deur laten mensen zich graag verleiden door een koffiespecial bijvoorbeeld." Er komen steeds meer smaakvariaties

waar je als ondernemer heerlijk je creativiteit in kwijt kunt, zoals de Amerikaanse Pumpkin Spice of een Vanilla Ice Latte?

FrieslandCampina helpt ondernemers de warme drankencategorie te laten groeien. Natuurlijk door kennis te delen over hoe je de perfecte koffie maakt - van het malen van de bonen tot het creëren van goed melkschuim - en te inspireren, maar ook door middelen te bieden om meer te verkopen. Zo worden de koffiemenukaarten graag gebruikt door horecaondernemers. En verder? Margrethe: "Ontwikkelingen gaan altijd door, en producten kunnen altijd beter. Wij blijven verrassen."



LATTIZ

Ongeacht wie Lattiz bedient, piekmomenten zijn een eitje. Met Lattiz serveer je zes cappuccino's van de hoogste kwaliteit per minuut. Je creëert met één druk op de knop altijd barista-kwaliteit melkschuim. En tijdrendend schoonmaakwerk behoort ook tot het verleden met het efficiënte *bag-in-box* systeem en de automatische spoelfunctie.



NUTROMA BARISTA

Nutroma Barista-melk is de ideale opschuimmelk voor horecaprofessionals om de lekkerste latte's en cappuccino's te serveren. Ontwikkeld in samenwerking met barista's biedt Nutroma Barista-melk een optimale samenstelling die makkelijk op te schuimen is. Het resultaat is heerlijk fluweelzacht én stevig melkschuim. Beschikbaar in 1,5 L en 5 L.



NUTROMA KOFFIEMELK

De kroon op elke kop koffie en dat al meer dan 50 jaar! Nutroma koffiemelk gaat perfect samen met het aroma en de textuur van koffie. Nutroma koffiemelk verdunt koffie niet en de licht gekaramelliseerde smaak rondt de zure en bittere kantjes af. Zo respecteert Nutroma elke kop koffie en zorgt het tegelijk voor een verrukkelijke, volle smaak.

5 TIPS VAN COLIN HARMON

HOE RUN JE EEN KOFFIEZAAK?

Tekst Marlon Velvis Illustratie Ana Jarén

BIJ HET RUNNEN VAN EEN KOFFIEZAAK KOMT SOMS MEER KIJKEN DAN JE LIEF IS. COLIN HARMON, IERS BARISTAKAMPIOEN EN EIGENAAR VAN 3FE COFFEE IN DUBLIN, WIJDDE ER EEN BOEK AAN. IN *WHAT I KNOW ABOUT RUNNING COFFEE SHOPS* PENDE HARMON VANUIT ZIJN EIGEN ERVARING DE BESTE TIPS NEER VOOR IEDEREEN MET EEN EIGEN KOFFIEZAAK. HIER ALVAST VIJF TIPS WAAR JE ZELF MISSCHIEN NIET ONMIDDELLIJK AAN HAD GEDACHT.

1 VERBAN DE STEMPELKAART

Het is een bekend fenomeen in de koffiewereld: de klantenkaart. Voor elke betaalde koffie krijgt de klant een stempel en een volle kaart levert een gratis koffie op. Zo'n 'loyaliteitskaart', zoals Colin het noemt, is geen goed idee volgens de Ier. "Je moet de consequenties van deze maatregel zorgvuldig overwegen, vanuit zowel een marketing- als een financieel perspectief." Met een klantenkaart creëer je namelijk niet alleen een

bepaald imago, je kunt er ook geld mee verliezen. "Als je ervoor kiest om bij elke zesde stempel een koffie weg te geven, portretteer je jezelf als een goedkope aanbieder. Dit heeft invloed op de manier waarop je zaak wordt beschouwd en de verwachtingen die mensen hebben." Hoewel de klantenkaart relaties met en terugkomst van klanten bevordert, moet je als zaak goed kijken of de kaart niet meer kost dan ze oplevert. Rijp voor het oud papier?

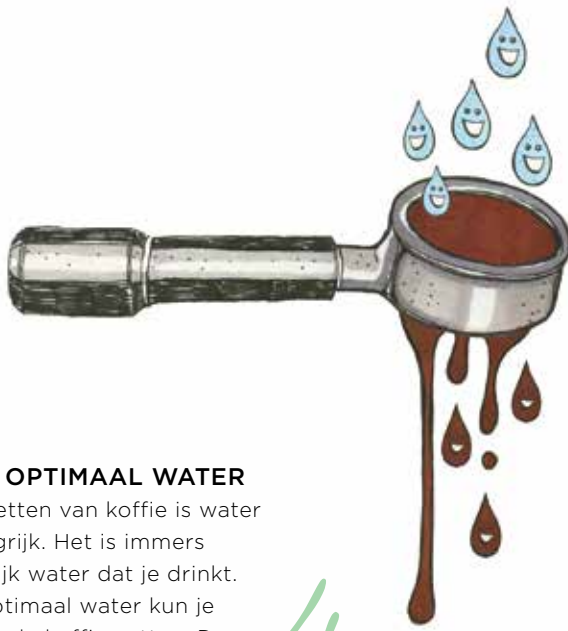


de populairste koffies en juist het opschuimen van melk is de meest tijdrovende handeling. "In de tijd dat ik melk opschuim voor vier cappuccino's, zou ik twaalf espresso's kunnen zetten", zegt Colin. "Melk vertraagt je werk", aldus de Ierse koffieschrijver. De oplossing? Op drukke momenten één iemand continu de melk laten opschuimen. Niet schenken, geen shots zetten: alleen opschuimen. Zo blijft iedereen gefocust op wat hij doet en kom je efficiënt het piekmoment van de dag door.



2 SCHUIM CONTINUE MELK OP IN DE SPITS

Zodra koffiezaken het druk beginnen te krijgen, worden er vaak extra espressogroepen in huis gehaald. Niet de beste oplossing voor het maken van meer koffies, vindt Colin. Cappuccino's en latte's zijn vaak



3 GEBRUIK OPTIMAAL WATER

Voor het zetten van koffie is water heel belangrijk. Het is immers voornamelijk water dat je drinkt. "Zonder optimaal water kun je geen optimale koffie zetten. Daar zit een ingewikkelde wetenschap achter, maar in essentie zorgen de juiste componenten van water voor koffie met een betere extractie en smaak." Te hard water zorgt voor een minder goede smaak van de koffie en bovendien voor kalkaanslag in je apparatuur, terwijl zacht water dan weer roest veroorzaakt. Het is daarom van groot belang om een waterfiltersysteem te gebruiken voor de espressomachine. Lees meer over het belang van water op bladzijde 30.



4 GEEF FAMILIE EN VRIENDEN GEEN GRATIS KOFFIE

"Voor het runnen van een business is geld binnenkrijgen een fundamenteel onderdeel. Toch hebben restaurants, bars en cafés vaak een cultuur waarin vrienden en familie niet hoeven te betalen", schrijft Colin. Hoewel de baristakampioen in de startperiode van 3fe zelf ook vaak gratis koffie wegaf, merkte hij na een tijd dat dit niet positief uitpakt voor zowel vrienden als het bedrijf. "Een vriend kwam op een avond naar me toe en vertelde me dat hij juist naar de zaak kwam om mij te steunen. Hij voelde zich slecht over het feit dat ik hem zonder te betalen weer naar buiten stuurde." Vanaf dat moment besloot Harmon iedereen evenveel te laten betalen. Niet alleen voor vrienden, maar ook om een goed voorbeeld te geven aan het personeel. Die waren ook begonnen met het weggeven van gratis koffie. Behoed jezelf voor ongemakkelijke situaties en hanteer duidelijke en consistente regels.



5 GEEF PRIORITEIT AAN KENNIS, KOFFIE EN UITRUSTING (precies in die volgorde)

Veel eigenaars die een koffiezaak beginnen, geven prioriteit aan apparatuur, dan aan de koffie en daarna aan kennis. Zonde, vindt Colin. Hij ziet het liever in omgekeerde volgorde. Wees niet bang om te investeren in de kennis van je personeel. "Het is voor eigenaars vaak een grote sprong van vertrouwen om te investeren in de educatie van het personeel, maar in mijn ervaring is het er een die duidelijk zijn vruchten afwerpt voor het team en je succes."



Benieuwd naar welke tips Colin Harmon nog meer geeft?

Bestel het boek op:
whatiknowaboutrunningcoffeeshops.com

€30

KOFFIEDRINKEN AAN DE SCHELDE
DEN AMANDUS

Tekst Thomas Vreriks Fotografie Lennaert Ruinen





SINDS 1991 IS DEN AMANDUS, GELEGEN AAN DE SCHELDE BIJ EEN VROEGERE AANLEGPLAATS, EEN POPULAIR BAKEN VOOR WANDELAARS, FIETSERS, GEZINNEN EN DAGJESTOERISTEN. HET RESTAURANT MET EEN RUIM TERRAS EN EEN NÓG RUIEMERE SPEELTUIN STAAT BEKEND OM ZIJN VOORTREFFELIJKE PALINGGERECHTEN, GRILLSPECIALITEITEN ÉN KOFFIESPECIALS.

Aan een oude laad- en losplaats voor schepen, waar tot de jaren 50 grondstoffen per kabelbaan naar de meststoffenfabriek werden getransporteerd, voorziet eigenaar Ivan Van Puyvelde een heel divers publiek van heerlijke maaltijden en een fijne kop koffie. Sinds april 2018 maakt Den Amandus voor alle melkbereidingen gebruik van Lattiz.

WAT VOOR MOOIS KUN JE ONS ALLEMAAL VERTELLEN OVER DEN AMANDUS?

“Wel, we zijn een ruim opgezet restaurant met in totaal 120 plaatsen.

We doen ‘s middags en ‘s avonds zo’n 150 couverts. Je kunt je voorstellen dat dit ook een behoorlijk aantal koffiebestellingen met zich meebrengt. Daarom werken we samen met leveranciers die meedenken over hoe we ons kunnen onderscheiden.”

KUN JE DAAR EEN VOORBEELD VAN GEVEN?

“Tijdens de zomer van dit jaar waren onze iced lattes ontzettend populair. Hiervoor doen we eerst de hazelnoot-, speculoos- of karamelsiroop in het glas, voegen we ijsblokjes toe, vervolgens de Lattiz-melk, om te eindigen met

een shot espresso. Die verkoelende drankjes waren echt een enorm succes. Natuurlijk omdat we een groot terras hebben aan het water, maar ook door de speciale menukaart van FrieslandCampina, waardoor klanten sowieso meer speciale koffies bestellen dan vroeger.”

WAT IS VOOR DEN AMANDUS HET GROTE VOORDEEL VAN LATTIZ?

“Lattiz werkt snel en levert perfect, consistent melkschuim voor cappuccino’s en lattes. Iedere werknemer maakt nu de juiste koffie op

precies dezelfde manier. Voor we Lattiz gebruikten, schuimden we melk op met behulp van onze tweegroeps Faema Teorema espressomachine. Maar toen kwam het net iets te vaak voor dat de melk te heet óf juist niet warm genoeg was. Zonde natuurlijk, want voor een goed kopje koffie komen klanten graag terug.”

IS LATTIZ OOK KOSTENBESPAREND?

“Harde cijfers kan ik niet echt met je delen. Feit is wel dat de machine heel nauwkeurig werkt. Hierdoor hoeft je minder melk weg te gooien, wat vaak wel het geval is bij traditioneel

opschuimen. Nu hebben we geen pakken melk meer die zich gedurende de dag opstapelen rondom de espressomachine, noch geknoei met melkkannen. Het is zo simpel als één druk op de knop en je hebt de hoeveelheid melkschuim die je nodig hebt voor een cappuccino of latte. Echt, zelfs een ongeoefende student is er zo mee weg.”

AL HET PERSONEEL IS DUS TE SPREKEN OVER LATTIZ?

“Jazeker. Zowel ons vaste barpersoneel als de losse krachten zijn heel tevreden over de machine. Logisch ook. Lattiz werkt vlot, is onderhoudsvriendelijk

“KLANTEN BESTELLEN MEER KOFFIESPECIALS DAN VROEGER”



“LATTIZ IS ZO SIMPEL ALS ÉÉN DRUK OP DE KNOP EN JE HEBT DE JUISTE HOEVEELHEID MELKSCHUIM VOOR EEN CAPPUCCINO OF LATTE”



en het bag-in-boxsysteem is zeer hygiënisch, waardoor er bijna geen schoonmaakwerk aan te pas komt. We hoeven het ze echt maar één keer uit te leggen.”

HOEVEEL KILO KOFFIE GAAT ER WEKELIJKS DOORHEEN?

“Op een drukke dag van acht uur worden er toch al rap 300 tot 350 koffies uitgeserveerd en gaat er zeker 8 kilo door de molen. Je hebt achter de toog dan een betrouwbare machine nodig die niet hapert. Je wilt gasten niet langer dan nodig laten wachten op hun koffie. Daarom is Lattiz zo gemakkelijk: als de verpakking leeg is, gebruik je de spoelfunctie om het apparaat te reinigen, je steekt er

een nieuwe doos in en je bent weer voor 140 koppen gerust.”

TOT SLOT, WAT ZIJN JULLIE MEEST VERKOCHTE KOFFIES?

“De meest verkochte koffie is nog altijd een lungo, oftewel een ‘gewone koffie’ zoals de meeste klanten die noemen, al dan niet cafeïnevrij. Heel af en toe vraagt vooral het wat oudere publiek om een zogenaamde ‘Belgische cappuccino’, een koffie met slagroom. Maar de echte melkkoffies - cappuccino, latte en latte macchiato - zijn goed voor een derde van de koffie-omzet. En voor alle bereidingen werken we met de Campione-esspressoblend van de Antwerpse koffiebrander Rombouts.

DEN AMANDUS

Amandusdreef 1 | Sint-Amands
den-amandus.be

INSPIRERENDE LATTE SPECIALS

MET LATTIZ MAAK JE NIET ALLEEN MAKKELIJK EN SNEL EEN LEKKERE CAPPUCCINO OF MACCHIATO. DANKZIJ DEZE INNOVATIEVE MACHINE ZET JE OOK IN EEN HANDOMDRAAI EEN INDRIJKWEKKENDE LATTE-SPECIAL OP TAFEL. WAT DACHT JE BIJVOORBEELD VAN EEN RED VELVET OF EEN BAILEYS LATTE? VERRAS JE GASTEN EN VERHOOG JE OMZET!



RED VELVET LATTE

Ingrediënten

265 ml opgeschuimde melk
30 ml espresso
30 ml *red velvet* siroop*

*Kook 1 liter bietensap in met 200 gram suiker en een ½ vanille stokje. Laat het afkoelen en voeg 450 milliliter Monin witte chocoladesiroop toe. Bewaar in een afgesloten schenkfles.

Bereiding

Schenk de *red velvet* siroop in een glas en vul, zoals een latte macchiato, aan met Lattiz-melk. Schenk als laatste de espresso voorzichtig vanuit een kannetje in het glas.



ADVOCAAT LATTE

Ingrediënten

40 ml advocaatlikeur
10 ml chocoladetopping
160 ml opgeschuimde melk
30 ml espresso

Bereiding

Begin met de advocaatlikeur onderin het glas. Schenk hierop de chocoladetopping en voeg de Lattiz-melk toe tot ongeveer 1 cm onder de rand. De espresso gaat als laatste midden in het glas.

KOKOS-CHOCOLADE LATTE

Ingrediënten

30 ml kokosfruitpuree
10 ml chocoladetopping
160 ml opgeschuimde melk
30 ml espresso

Bereiding

Als eerste gaat de kokosfruitpuree in het glas. Hierop komt de chocoladetopping gevolgd door de Lattiz-melk tot ongeveer 1 cm van de rand. Schenk de espresso als laatste midden in het glas.



HOE WATER JOUW BAKKIE BEÏNVLOEDT

WATERWIJSHEID

Tekst Marlon Velvis Illustratie Nanna de Jong

NET ALS DE MENS BESTAAT KOFFIE VOOR HET GROOTSTE DEEL UIT WATER. NIET ZO GEK DUS DAT WATER DE KOFFIESMAAK BEÏNVLOEDT. MET DE JUISTE KENNIS OVER WATER ZET JE EEN BETERE KOFFIE EN VERGROOT JE DE LEVENSDUUR VAN JE APPARATUUR.

Bij het koffiezetten letten we vaak bewust op boonsoort, afkomst en brandwijze. Minder vaak denken we na over het water dat we gebruiken. Water is water, toch? Maar dat is zeker niet het geval. Water bevat componenten en eigenschappen die bepalen of we het beste uit koffie kunnen halen. De samenstelling en concentratie van mineralen in het gebruikte water zijn factoren die een serieuze invloed hebben in het zetproces. Bovendien heeft water een impact op de apparatuur die je gebruikt om koffie te zetten, denk aan verkalking of roest.

WAT ZIT ER IN WATER?

Wie vroeger een beetje heeft opgelet in de scheikundeles weet dat de chemische formule van water H₂O is: twee atomen waterstof (H) en één atoom zuurstof (O). Voor gevorderden zijn termen als magnesium- en calciumcarbonaat, chloride en pH-waardes geen abracadabra. Deze waardes beïnvloeden de smaak van het water en daardoor ook de smaak van koffie. kan chloride zorgen voor een zilte smaak.

NIET TE HARD, NIET TE ZACHT

Bij koffie gaat het vooral om de hardheid van het water. De waterhardheid geeft in DH (Duitse

hardheid) de concentratie van metaal-ionen, vaak magnesium- en calciumcarbonaat (kalk), in het leidingwater aan. Water met een hoge waterhardheid heeft een negatief effect op de smaak van koffie, omdat kalk de extractie van koffie-aroma's tegenhoudt. Water moet niet te hard, maar tegelijkertijd ook niet te zacht zijn. In het algemeen is een waterhardheid tussen de 4 en de 6 DH het beste voor het maken van koffie.

PH-WAARDE

De pH-waarde duidt de zuurgraad en alkaliniteit van het water aan. Op een schaal van 1 tot 14 geeft de waarde aan of het water zuur, basisch of neutraal is. Hierbij geldt: onder de zeven is het water zuur, boven de zeven basisch en gelijk aan zeven is het water neutraal. Voor koffie heeft je water idealiter een neutrale zuurgraad, omdat dan de smaak niet wordt aangetast.

APPARATUUR

Tijdens de weg die water door de leidingen in de espressomachine, waterkoker of andere apparatuur aflegt, komt het in contact met materialen die kunnen reageren met de stoffen in het water, wat de levensduur en werking van een apparaat niet ten goede komt. Het opwarmen van het water versterkt een aantal effecten en

het bekendste daarvan is kalkaanslag. Vooral in gebieden met gemiddeld en hard water, dient dit probleem zich aan. Zacht water kan er dan weer voor zorgen dat er roest in je apparatuur komt, wat lekken kan veroorzaken. Voor zowel de smaak als de apparatuur is het verstandig om water te optimaliseren.

HOE OPTIMALISEER IK MIJN WATER?

Maar hoe doe je dat, water optimaliseren? Je kunt natuurlijk gebruikmaken van mineraalwater uit flessen. De samenstelling van het water staat vermeld op het etiket. Meer geschikt voor horeca is een waterfiltersysteem. Er zijn speciale filters voor de espressomachine. Die zorgen ervoor dat opgeloste stoffen uit het water gefilterd worden. Hard water wordt zachter doordat het water onder hoge druk door een heel fijne filter (membraan) wordt geperst. Deze manier van filteren wordt omgekeerde osmose-filtering genoemd. Het water dat op deze manier is gezuiverd, heeft een frisse, neutrale smaak en bevat beduidend minder mineralen zoals calcium en magnesium. Neem voor meer informatie over filtersystemen contact op met bijvoorbeeld Brita, Everpure, 3M of BWT.





'T ONDERWERP

KOFFIE IN 35 SECONDEN

MET LATTIZ

Tekst Marlies Jansen Fotografie Eva Broekema

'T ONDERWERP IS WAT MEN NOEMT EEN 'BRASTRO': EEN MIX TUSSEN BRASSERIE EN BISTRO. IN DE ROYALE, MODERN INGERICHTE ZAAK IN HET HART VAN HET LIMBURGSE LOMMEL IS HET ALTIJD DRUK.

Hoe lang hij de brasserie al heeft? Eigenaar Luc Beriere lacht. "Al elf jaar. Vroeger huisde er een flinke discotheek in dit pand, die ik samen met mijn vrouw zo'n dertig jaar lang heb gerund. We wilden ermee stoppen rond ons vijftigste, dan konden de kinderen de zaak overnemen. Mijn vrouw heeft een koksopleiding gedaan - we wilden de laatste tien jaar van ons werkleven een beetje 'hobbyen' - een eigen restaurantje runnen met maximaal dertig stoelen. Geen lange dagen meer maken, geen zotte dingen meer doen, geen personeel. Gewoon lekker met z'n

tweetjes." Ze kochten het pand naast de dancing en toverden het om tot restaurant. Alleen: de kinderen hadden geen belangstelling voor de disco, maar zoon Dante wilde wél in het restaurant werken. "Van dertig stoelen kun je niet met twee gezinnen leven. We moesten wel uitbreiden", lacht Luc. "Nu hebben we plaats voor 600 mensen en we zijn 365 dagen per jaar open, van 8.30 tot 23.00 uur. We hebben 52 man personeel in dienst. Ik had me het einde van mijn professionele loopbaan anders voorgesteld, maar ik doe het graag. Elke dag is er wel een uitdaging."

HOE ZIET HET KLANTENBESTAND VAN 'T ONDERWERP ERUIT?

"Gewone mensen, Jan met de pet, zeg maar. Ze zijn ook van alle leeftijden: van twintigers tot vijftigers en gepensioneerden. Mensen uit de buurt, maar ook toeristen en dagjesmensen die komen fietsen in de prachtige omgeving. De Lommelse Sahara, het zand- en duinlandschap dat is ontstaan door zandwinning, is een bekende trekpleister. Ook de glasblazerijen trekken toeristen. Voor groepen hebben we speciale menu's



samengesteld. Bijvoorbeeld een driegangenlunch met als dessert koffie en zanddeegtaart van een Lommelse topbakker.”

EN WAT STAAT ER OP DE KOFFIEKAART?

“Espresso, ristretto, koffie verkeerd, cappuccino en cappuccrèmo.”

SERVEREN JULLIE OOK BIJZONDERE KOFFIES, MET SIROPEN BIJVOORBEELD?

“Jazeker. Latte macchiato met vanille-, karamel- en speculaasmaak. Mijn zoon kwam met het idee, en ik dacht: moet dat nu, die flauwekul? Ik was verbaasd dat het een succes is. De koffiespecials maken iets meer dan 5 procent van de koffieverkoop uit en we zijn er nog geen jaar geleden mee begonnen. Het

zit echt in de lift. Nog dit jaar komen er twee nieuwe smaken bij: amaretto en hazelnoot. Het loont zeker de moeite. Er zit meer marge op dan bij een gewone latte, ze zijn 40 eurocent duurder.”

HOEVEEL KOFFIE DRINKEN UW KLANTEN EIGENLIJK?

“Zo'n 3000 tassen per week. Daarmee behoort koffie tot onze drie best verkochte dranken. De wijnen doen het ook goed. En bier, natuurlijk. Vooral de speciaalbieren gaan hard.”

WANNEER KIEZEN UW GASTEN HET LIEFST VOOR KOFFIE?

“Elke morgen tussen 8.30 en 10.30 uur is er een piek, en ook na het avondeten neemt men graag een tasje. En op de

woensdagmiddagen, wanneer het markt is. Dan zit de zaak ook vol. Negentig procent van de omzet komt dan van koffie.”

HOE GARANDEERT U DE KWALITEIT ALS HET ZO DRUK IS?

“We hebben een volautomaat van Schaerer en werken daarnaast met Rombouts koffie. Er zijn weinig merken die voor die prijs zo'n goede smaak hebben. Illy of Mrs. Rose zijn erg goed, maar meer geschikt voor restaurants in het hogere segment. Als ik dat zou schenken, moet de koffie €3,50 kosten in plaats van €2,50, en dat werkt niet hier. Toen we een tijdje geleden de prijs met 10 eurocent verhoogden, kwam er meteen al commentaar. Dat ligt gevoelig.”

“MET DE HUIDIGE VRAAG NAAR MELKKOFFIES HAD IK ONS VROEGERE STOOMPIJPJE ALLANG OP STRAAT GEGOOD”

NAAST DE VOLAUTOMAAT PRIJKT EEN LATTIZ. WAAROM?

“Vroeger, toen we nog handmatig opschuimden, wisselde de kwaliteit. Hoe drukker het was, hoe minder het schuim. Ook de kwaliteit van het melkschuim uit de koffieautomaat varieerde vanwege temperatuurschommelingen, doordat de melk uit de koelkast kwam. De Lattiz *bag-in-box*-melkpakken kunnen ongekoeled worden bewaard. De kwaliteit is altijd goed.”

IS ER NAAST KWALITEIT NOG EEN VOORDEEL?

“Lattiz werkt veel sneller dan de volautomaat. De volautomaat neemt z'n tijd: die laat de melk in het glas lopen en laat het vervolgens twintig seconden rusten voor de koffie doorloopt. Met Lattiz kun je koffie zetten terwijl de melk wordt 'getapt'. Eerst mopperde mijn team nog: ze 'moesten nog een handeling extra

verrichten om de beker onder de Lattiz te zetten. Nu vinden ze het prettiger.”

HOE LANG DOEN ZE NU OVER HET BEREIDEN VAN EEN KOFFIE?

“Geen idee eigenlijk, dat hebben we nooit gemeten. Maar we kunnen het nu wel doen?” En hup, daar gaat de beker onder Lattiz en vervolgens de koffieautomaat. 35 seconden duurt de hele procedure. Luc knikt tevreden: “De volautomaat deed er zeker tien tot vijftien seconden langer over.”

HOE BEVALT DE NIEUWE LATTIZ 2.0?

“Hij is nog makkelijker in gebruik. Het display is erg overzichtelijk. Je kunt zes knoppen installeren, maar vier knoppen is voor ons genoeg: één voor cappuccino, één voor latte macchiato, één voor koffie verkeerd en één voor warme chocolademelk. Maar het allerbelangrijkste van Lattiz is voor mij het melkschuim: dat ziet er heel

aantrekkelijk uit! Vroeger dronk ik altijd zwarte koffie, maar tegenwoordig drink ik vaker een cappuccino. Gewoon omdat het melkschuim er zo smakelijk en uitnodigend uitziet.”

VINDEN UW KLANTEN DAT OOK?

“Er worden in elk geval veel meer melkkoffies verkocht. Het aandeel is de laatste jaren gestegen van 10 naar 50 procent. Daarom ben ik ook zo blij met Lattiz. Met de huidige vraag naar melkkoffies had ik ons vroegere stoompijpje allang op straat gegooit! Ik ben ook blij dat een baristacursus niet meer nodig is. Ik heb zoveel personeel en er zijn ook regelmatig veranderingen op dat vlak, maar iedereen kan met Lattiz mooi schuim maken.”

'T ONDERWERP

Lepelstraat 8 | Lommel
onderwerplommel.be





100
YEARS DEBIC



Dé slagroom voor warme dranken

- Uitstekende stand en stevigheid
- Romig en vol van smaak
- Eenvoudige reiniging door afneembare spuitmond

Debic. Gemaakt voor professionele handen.



WHAT'S IN A CUP?

Illustratie Maren Bruin

DE ENE FLAT WHITE IS DE ANDERE NIET IN DE HORECA. WANT HOEVEEL ESPRESSO ÓF RISTRETTO GAAT ER NU WERKELIJK IN EEN KOPJE? EN WELKE VERHOUDING AAN GESTOOMDE MELK EN MELKSCHUIM? DIT ZIJN VOLGENS ONS DÉ KOFFIEVERHOUDINGEN.



Ristretto



Espresso



Espresso Macchiato



Cortado



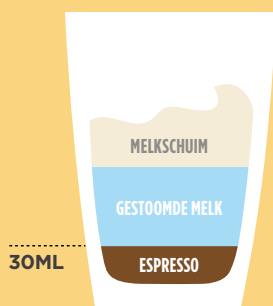
Cappuccino



Flat White



Americano



Latte



Latte Macchiato

BRUNO GENK

KOFFIE PITSTOP

Tekst Marlies Jansen Fotografie Eva Broekema

HET BRUNO-STATION AAN DE HASSELTWEG IN GENK IS NIET ZOMAAR EEN BENZINESTATION. WIE KOMT AANRIJDEN, ZIET NAAST HET GEBOUW EEN UITNODIGEND TERRAS LIGGEN. HET HOORT BIJ DE BRUNO FOODCORNER, WAAR LEKKERE KOEKEN, WRAPS, PIZZA'S EN BROODJES WORDEN GESERVEERD. EN UITERAARD OOK KOFFIE. VÉÉL KOFFIE.

"Het terras ligt er nog maar een jaar", vertelt uitbaatster Joke Bruno. "In december 2018 hebben we alles grondig onder handen genomen. De winkel annex foodcorner was verouderd en te klein. We hadden maar twintig zitplaatsen. Nu hebben we binnen 50 plaatsen en op het terras ook nog eens twintig." Dat terras is deels overdekt en er is bovendien ook bijkomende verwarming voorzien, zodat het het hele jaar door gebruikt kan worden. "Sommige gasten roken 's morgens graag een sigaret bij hun koffie. Dan zetten we de heaters van het terras aan - vinden ze geweldig!"

in dorpen en steden is het vrij uniek. Ook voor de twintig Bruno-stations in de provincie Limburg die tot franchiseroepgroep Bruno behoren. Het hoofdkantoor bepaalt het concept, wat er op de menukaart staat en bij welke leveranciers wordt besteld, maar elk station heeft zijn eigen zelfstandige uitbater die de inkoop en personeelszaken regelt."

WIE ZIJN JULLIE KLANTEN?

"Mensen uit alle lagen van de bevolking en van alle leeftijden komen hier langs. Iedereen moet tanken, hé. We hebben passanten en vaste klanten. Maar er

langs voordat ze naar hun werk gaan. En aan het eind van de middag is het de beurt aan de gepensioneerden uit de buurt."

WELKE WARMER DRANKEN SERVEREN JULLIE ALLEMAAL?

"Gewone koffie, espresso, cappuccino, latte, warme chocolademelk... We hebben volautomaten van Lavazza, met koffiecapsules erin, en met Lattiz ernaast. Momenteel serveren we maar twee soorten thee: citroen en kamille, maar daar komt verandering in. We gaan voor luxueuzere buideltjes en meer smaken."

EN WAT WORDT HET MEEST GEDRONKEN?

"Zwarte koffie. Maar ook cappuccino en latte... Sinds ons filiaal is uitgebreid, besteden onze klanten veel meer aan eten en drinken. Vooral de koffieverkoop is enorm gestegen. Kijk: in een halfjaar tijd is het aantal coffies bijna verdubbeld! Dat zijn natuurlijk erg leuke cijfers. We groeien enorm."

'IN EEN HALF JAAR TIJD IS HET AANTAL KOFFIES BIJNA VERDUBBELD!'

WAT VERRASSEND, DEZE COMBINATIE VAN BENZINEPOMP EN EETHOEK.

"Klopt. Langs snelwegen zie je zulke concepten natuurlijk wel vaker, maar

zijn er ook heel wat die niet komen tanken, maar alleen komen voor een koffie of een broodje. Dat zijn vaak mensen uit de buurt. 's Morgens komen hier bijvoorbeeld veel mensen even



Lattiz op jouw locatie?



Vraag een demo aan

Ga naar de website, vraag een demo aan en wij nemen binnen 2 dagen contact op om een afspraak te maken



Demo op jouw eigen locatie

Een van onze vertegenwoordigers zal Lattiz demonstreren op jouw eigen locatie zodat je alle voordelen zelf kan ervaren



Installatie

Overtuigd? Na aankoop wordt de machine geïnstalleerd en ingesteld naar jouw wensen door een gecertificeerde partner

Nu al overtuigd? Contacteer dan je koffie partner of neem contact op via onze website



GOED NIEUWS!

"De verkoop van melkkoffies steeg trouwens drie jaar geleden al flink, nadat we de Lattiz hadden aangeschaft voor het bereiden van het melkschuim. Voor die tijd hadden we een onprofessioneel, klein opschuimapparaatje dat eigenlijk voor thuisgebruik was. De kwaliteit van Lattiz is veel beter, en dat vinden de klanten duidelijk ook."

ERVAAR JE NOG MEER VOORDELEN MET LATTIZ?

"De snelheid! Klanten hoeven minder lang te wachten. Koffiecapsule erin, tas en schotel klaarmaken, suiker en melk erbij en klaar. En voor onszelf is het fijn dat het apparaat vrijwel geen onderhoud nodig heeft. Zelfs het spoelen aan het einde van de dag regelt de machine zelf. Daarnaast is hij perfect afgesteld: je krijgt altijd precies de juiste hoeveelheid melkschuim voor de latte's en cappuccino's, er is dus geen verspilling. En hij is eenvoudig te bedienen. Dat is fijn, want het takenpakket van ons personeel is al zo groot. Het zijn geen barista's."

KRIJGEN JULLIE HET ALLEMAAL NOG GEBOLWERKT OP DIE DRUKKE MOMENTEN?

"Vooral 's morgens vroeg is het druk. Dan springen de mensen van de bakkerijafdeling bij om iedereen zo snel mogelijk van koffie te voorzien. Ook rond de middag zit het meestal vol. Er komen veel vertegenwoordigers lunchen. Omdat we overal usb-aansluitingen hebben, blijven ze vaak langer zitten om te werken. Of ze hebben een meeting, met twee of drie anderen. Sinds de verbouwing is er veel meer beweging in de zaak!"

BRUNO STATION

Hasseltweg 15 | Genk
brunoservicestation.be





LATTE ART
DE TULP

Tekst en fotografie Joey Rietveld

DRIE, VIER, HOP, VIJF LAGEN IN EEN FLAT WHITE... DE TULP HAALT HET COMPETITIEGEVOEL BIJ BARISTA'S NAAR BOVEN. COFFEE MASTERS LONDON 2019 WINNAAR ROB CLARIJS LEGT STAP VOOR STAP UIT HOE JE DEZE FAVORIET SCHENKT.

**STAP 1**

Schuim de melk op, wals goed en schenk wat schuim weg zodat er een mooie, gladde structuur overblijft. Houd de kop iets schuin. Schenk de melk vanaf ongeveer tien centimeter hoogte in een dunne straal met een draaiende beweging in de espresso. Als er witte vlekjes ontstaan, kun je eroverheen schenken om ze te laten verdwijnen.

STAP 2

Beweeg de kan omlaag zodat de tuit van de melkkan bijna de espresso raakt. Schenk iets harder of eventueel met een subtiel schuddende beweging om schuim uit de kan te schenken. Schenk tot er een halve maan ontstaat en stop dan.

**STAP 3**

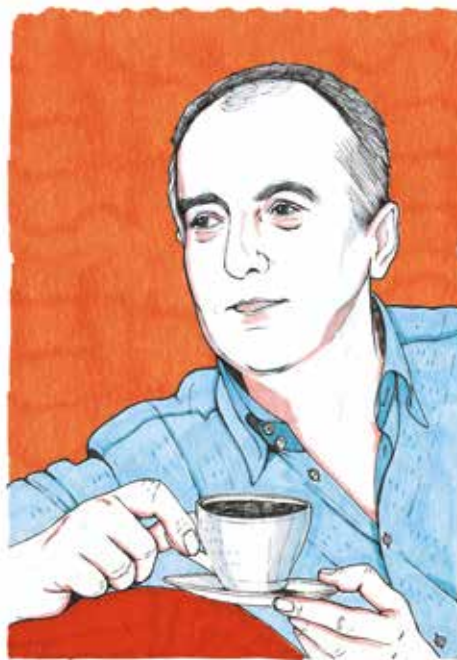
Maak opnieuw een halve maan met de schenktuit bijna op de espresso. Schenk nu met een duwende beweging in de richting van de halve maan die je eerder geschonken hebt.

STAP 4

Herhaal het proces van stap drie meerdere malen om de blaadjes van de tulp boven elkaar te 'stapelen'. Tip: hoe harder de duwende beweging, hoe meer de blaadjes van de tulp zich om elkaar heen zullen vouwen.

**STAP 5**

Til de kan na het laatste halve maantje omhoog om een dunne straal te maken en schenk door de verschillende halve maantjes heen. Dit zorgt ervoor dat de maantjes zich tot de herkenbare blaadjes van de tulp zullen vormen.



DE LUNGO VOORBIJ

Tekst Bart Deprez Illustratie Ana Jarén

“Een koffie met extra melkje alstublieft?” Het is een vraag die iedere Belgische horeca-uitbater meerdere keren per dag krijgt. Een vraag die mij elke keer opnieuw verbaast. Want hoe kan het dat veel consumenten niet van het bestaan van melkkoffies afweten? En waarom zijn die internationaal wel al lang ingeburgerd?

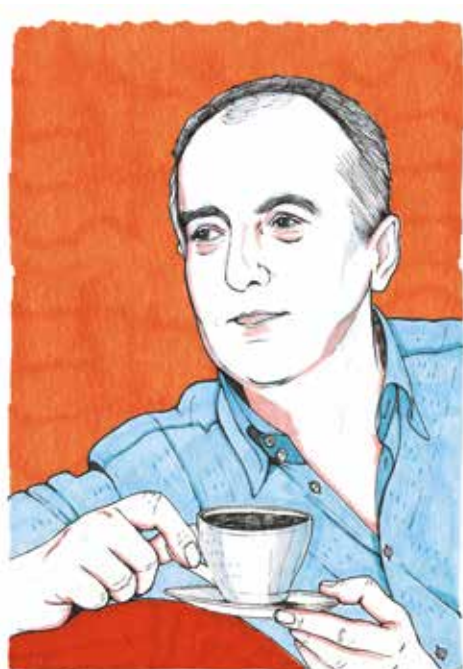
In veel landen wordt melk als ingrediënt van de koffie gezien, niet als een accessoire dat samen met het bijbehorende koekje en suikertje niet extra wordt aangerekend maar de marge naar beneden drukt. Toch moeten wij afstappen van deze

klassieke denkwijze. De verschuiving van de traditionele lungo naar de espresso, americano, cappuccino en latte macchiato vindt al plaats. En daar zal het niet bij blijven. Melk zal net zoals koffie een enorme evolutie ondergaan. Ik voorspel dat we binnenkort meerdere melksoorten zullen aanbieden naargelang de verschillende bereidingen. Daarom moet ook de koffiebrander en/of leverancier blijven investeren in degelijk materiaal, kwalitatieve grondstoffen en vooral in opleidingen. De nieuwste toestellen op de markt zorgen ervoor dat niet iedere zaak een

barista in dienst hoeft te hebben, maar een bepaalde kennis zal een minimale vereiste zijn.

Ik kan niet genoeg benadrukken dat horeca-ondernemers niet mogen vasthouden aan gewoontes en de durf moeten hebben om te veranderen. Zal dit voor morgen zijn? Nee, maar zoals bij de Chinese bamboeplant moet je er eerst tijd en energie in steken vooraleer je het resultaat ziet.

Bart Deprez is mede-eigenaar van koffiebranderij en café Viva Sara.



LE LUNGO EST DÉPASSÉ

Texte Bart Deprez Illustration Ana Jarén

« Un café avec un supplément de lait, s'il vous plaît ? » Chaque responsable belge de la restauration se retrouve confronté à cette question plusieurs fois par jour. Une question qui me surprend sans cesse, car comment se fait-il que de nombreux consommateurs ne connaissent pas l'existence des cafés au lait ? Et comment est-il possible que les gens du monde entier ne considèrent plus le lait seulement comme un accessoire, mais comme un ingrédient à part entière d'une préparation ? Un accessoire qui, avec le biscuit et le sucre qui l'accompagnent, ne se facture pas, mais qui contribue à réduire la marge. Néanmoins, nous devons

regarder les tendances à venir et renoncer à cet état de fait. Le passage du traditionnel lungo aux boissons plus connues de par le monde comme l'espresso, l'americano, le cappuccino et le latte macchiato est déjà en cours. Mais on n'en restera pas là. Le lait, tout comme le café, s'apprête à connaître une énorme évolution. Je prévois que nous proposerons bientôt plusieurs types de lait adaptés aux différentes préparations. Pour y parvenir, le torréfacteur et/ou le fournisseur devront également continuer à investir dans des matériaux sains, des matières premières de qualité et surtout dans la formation. Les appareils les plus récents

sur le marché garantissent en effet que toutes les entreprises n'ont pas besoin d'employer un barista, mais qu'un certain niveau de connaissances sera une exigence minimale. Je ne saurais trop insister sur le fait que les entrepreneurs du secteur de la restauration ne doivent pas s'en tenir à leurs habitudes, mais doivent plutôt avoir le courage d'embrasser le changement. Est-ce pour demain ? Non, mais comme pour le bambou chinois, il faut d'abord y mettre du temps et de l'énergie avant de voir le résultat.

Bart Deprez est copropriétaire du torréfacteur et du café Viva Sara en Belgique.



LATTE ART

LA TULIPE

Texte et photographie Joey Rietveld

3, 4, ET HOP ! 5 COUCHES DANS UN *FLAT WHITE*... POUR LES BARISTAS, LA TULIPE FAIT REMONTER DES SOUVENIRS DE COMPÉTITION. ROB CLARIJS, GAGNANT DU COFFEE MASTERS LONDON 2019, EXPLIQUE ÉTAPE PAR ÉTAPE COMMENT PRÉPARER CE *HIT* INDÉMODABLE.

1



ÉTAPE 1

Faites mousser le lait, roulez bien et versez un peu de mousse pour conserver une belle structure lisse. Gardez la tête légèrement inclinée. Versez le lait dans l'espresso en un mince jet depuis une hauteur d'environ dix centimètres, tout en opérant un mouvement de rotation. Si des taches blanches apparaissent, vous pouvez faire couler par-dessus pour qu'elles disparaissent.

ÉTAPE 2

Déplacez le pot à lait vers le bas de façon à ce que le bec verseur touche presque l'espresso. Versez un peu plus fort ou éventuellement en secouant subtilement pour verser la mousse à partir de la cruche. Versez jusqu'à ce qu'une demi-lune apparaisse, puis arrêtez-vous.



2

3



ÉTAPE 3

De la même manière, faites une autre demi-lune. Versez maintenant avec un mouvement de poussée dans la direction de la demi-lune que vous avez créée plus tôt.

ÉTAPE 4

Répétez le processus de l'étape 3 plusieurs fois pour « empiler » les feuilles de la tulipe les unes sur les autres. Conseil : plus le mouvement de poussée est important, plus les feuilles de la tulipe se plient les unes autour des autres.



4

5



ÉTAPE 5

Soulevez le pichet après la dernière demi-lune pour dessiner un faisceau fin et versez à travers les différentes demi-lunes. Cela fera en sorte que celles-ci se transforment en tant de feuilles reconnaissables de la tulipe.

Lattiz chez vous ?



Demandez une démo

Allez sur le website, demandez une démonstration et nous vous contacterons dans les 2 jours pour organiser un rendez-vous.

Une démonstration chez vous

Un de nos représentants fera la démonstration de Lattiz chez vous, afin que vous puissiez profiter de tous les avantages.

L'installation

Convaincu? Après l'achat, la machine est installée et ajustée à vos souhaits par un partenaire certifié.

Déjà convaincu? Contactez votre partenaire café ou contactez-nous via notre website.



augmenté. Vous voyez, en l'espace de six mois, le nombre de cafés servis a quasiment doublé ! Ce sont, bien sûr, de très beaux chiffres. Nous nous développons de façon considérable. »

BONNES NOUVELLES !

« Les ventes de cafés latte avaient déjà considérablement augmenté il y a trois ans, après l'acquisition de la Lattiz pour la préparation de la mousse de lait. Auparavant, nous n'avions qu'une petite machine pour faire mousser le lait qui n'était pas adaptée à un usage professionnel et qui était en fait destinée à un usage plutôt domestique. La qualité de la Lattiz est nettement meilleure, et c'est clairement aussi l'avis de nos clients. »

EST-CE QUE VOUS CONSTATEZ D'AUTRES AVANTAGES GRÂCE À LA LATTIZ ?

« La rapidité ! Les clients n'ont plus besoin d'attendre autant de temps. On met la capsule de café, on prépare la tasse et la soucoupe, on ajoute du sucre et du lait, et c'est tout. L'avantage pour nous, c'est que la machine ne nécessite pratiquement aucun entretien. Même le rinçage à la fin de la journée est contrôlé par la machine elle-même. De plus, elle est parfaitement réglée : vous obtenez toujours la bonne quantité de mousse de lait pour le café latte et pour le cappuccino, il n'y a donc aucun gaspillage. De plus, son utilisation est facile. C'est une bonne chose, car l'éventail des tâches de notre personnel est déjà très large. Ce ne sont pas des baristas. »

EST-CE QUE PENDANT LES PÉRIODES DE GRANDE AFFLUENCE VOUS ARRIVEZ ENCORE À FAIRE FACE ?

« C'est surtout tôt le matin qu'il y a beaucoup de monde. C'est pourquoi le personnel de la section boulangerie nous aide pour fournir du café à tout



le monde, le plus rapidement possible. Aussi vers midi, nous affichons complet en général. De nombreux représentants viennent déjeuner. Comme nous disposons de connexions USB partout, ils restent souvent plus longtemps pour travailler. Ou bien, ils ont une réunion, avec deux ou trois autres personnes. Depuis la rénovation, il y a eu beaucoup plus de mouvement dans notre commerce ! »

BRUNO STATION
Hasseltweg 15 | Genk
brunoservicestation.be

BRUNO GENK

FAIRE LE PLEIN DE CAFÉ

Texte Marlies Jansen Photographie Eva Broekema

LA STATION D'ESSENCE BRUNO, SITUÉE SUR LA HASSELTWEG À GENK, N'EST PAS UNE SIMPLE STATION D'ESSENCE COMME TANT D'AUTRES. A VOTRE ARRIVÉE, À CÔTÉ DU BÂTIMENT, VOUS VERREZ UNE TERRASSE ACCUEILLANTE QUI FAIT PARTIE DU BRUNO FOODCORNER, OÙ DE DÉLICIEUX GÂTEAUX, WRAPS, PIZZAS ET SANDWICHES SONT SERVIS ET, BIEN ENTENDU, AUSSI DU CAFÉ. BEAUCOUP DE CAFÉ.

« La terrasse est installée depuis seulement un an, » explique Joke Bruno, l'exploitante. « En décembre 2018, nous avons effectué des travaux importants. La boutique et le foodcorner étaient désuets et trop petits. Nous n'avions que vingt places. A présent, nous disposons de 50 places à l'intérieur et de 20 places sur la terrasse. » Cette terrasse est en partie couverte et équipée d'un chauffage supplémentaire qui permet de l'utiliser toute l'année. « Certains clients aiment bien fumer une petite cigarette quand ils prennent leur café le matin. Alors, on allume les radiateurs sur la terrasse - ils adorent ça !

sont courants au bord des autoroutes, mais ils sont tout à fait uniques dans les villages et dans les villes. C'est également le cas pour les vingt stations Bruno de la province du Limbourg qui appartiennent à la société française Group Bruno. C'est le siège social qui détermine le concept, le menu et les fournisseurs, mais chaque station a son propre exploitant indépendant qui s'occupe des achats et des ressources humaines. »

QUI SONT VOS CLIENTS ?

« Des gens de toutes les classes sociales et de tous les âges viennent ici, car tout le monde doit faire le plein, non ? Nous

sont souvent des gens du quartier. Le matin, par exemple, beaucoup de gens s'arrêtent ici avant d'aller travailler. Et en fin d'après-midi, c'est au tour des retraités du coin. »

QUELLES BOISSONS CHAUDES SERVEZ-VOUS ?

« Du café ordinaire, du café expresso, du cappuccino, du café latte, du chocolat chaud... Nous avons des machines Lavazza entièrement automatiques, avec des capsules de café à l'intérieur, et avec Lattiz à côté. Pour l'instant, nous ne servons que deux types de thé, le citron et la camomille, mais cela est en train de changer. Nous prévoyons plus de saveurs et des sachets de thé plus luxueux. »

ET QUELLE EST LA BOISSON QUI EST CONSOMMÉE LE PLUS ?

« Le café noir. Mais aussi le cappuccino et le café latte... Depuis les agrandissements de notre succursale, nos clients dépensent beaucoup plus pour l'alimentation et pour les boissons. Les ventes de café ont particulièrement

« EN SIX MOIS, LE NOMBRE DE CAFÉS
SERVIS A QUASIMENT DOUBLÉ ! »

C'EST SURPRENANT, CETTE COMBINAISON D'UNE POMPE À ESSENCE ET D'UN COIN REPAS.

« C'est vrai. Bien sûr, de tels concepts

avons des clients de passage et des clients réguliers. Mais de nombreuses personnes ne viennent pas pour faire le plein, mais viennent simplement pour prendre un café ou un sandwich. Ce





100
YEARS DEBIC



La crème pour les boissons chaudes

- Tenue et fermeté excellente
- Crémeuse et plein de goût
- Propreté immédiate grâce au embout amovible

Debic. Faite pour des mains de pro.



QU'Y A-T-IL DANS UNE TASSE ?

Illustration Maren Bruin

TOUS LES FLAT WHITE NE SE RESSEMBLENT PAS DANS L'INDUSTRIE DE L'HORECA. APRÈS TOUT, QUELLE QUANTITÉ D'ESPRESSO OU DE RISTRETTO ENTRE VRAIMENT DANS UNE TASSE ? ET QUEL DOIT ÊTRE LE RAPPORT ENTRE LE LAIT CUIT À LA VAPEUR ET LA MOUSSE DUDIT LAIT ? VOICI, SELON NOUS, LES PROPORTIONS DES DIFFÉRENTS CAFÉS.



Ristretto



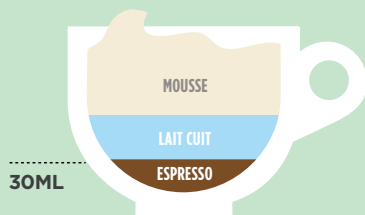
Espresso



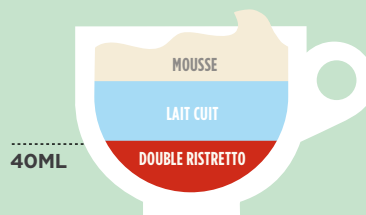
Espresso macchiato



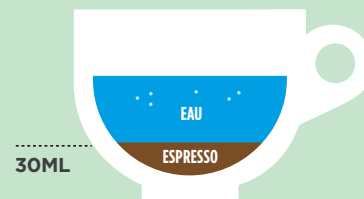
Cortado



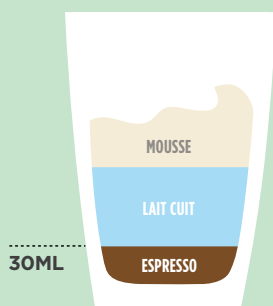
Cappuccino



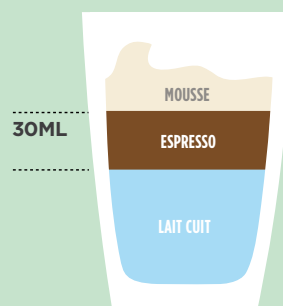
Flat White



Americano



Latte



Latte macchiato



SERVEZ-VOUS AUSSI DES CAFÉS SPÉCIAUX, AVEC DES SIROPS PAR EXEMPLE ?

«Oui, tout à fait. Le café latte macchiato aux saveurs de vanille, de caramel et de spéculoos. Mon fils a eu l'idée, et je me suis dit, est-ce vraiment nécessaire tout ce tralala ? J'ai été surpris de constater que c'était un succès. Les spécialités de café représentent un peu plus de 5% des ventes de café et nous n'avons commencé qu'il y a moins d'un an. Ces ventes sont vraiment à la hausse. Cette année encore nous ajouterons deux nouvelles saveurs : l'amaretto et la noisette. Cela en vaut certainement la peine. Nous percevons plus de marge que sur un café latte ordinaire, car les spécialités de café sont 40 centimes plus chers.»

COMBIEN DE CAFÉ VOS CLIENTS CONSOMMENT-ILS EN FAIT ?

« Environ 3.000 tasses par semaine.

Cela fait du café l'une de nos trois boissons les plus vendues. Les vins se portent bien aussi. Et la bière, bien sûr. Surtout les bières de spécialité se vendent énormément. »

A QUEL MOMENT DE LA JOURNÉE VOS HÔTES PRÉFÈRENT-ILS PRENDRE UN CAFÉ ?

« Tous les matins entre 8h30 et 10h30, il y a un pic, et même après le dîner, les convives aiment prendre une petite tasse de café. Également le mercredi après-midi, le jour du marché. Ces jours-là, notre braastro affiche complet aussi, et 90 % du chiffre d'affaires provient alors du café. »

COMMENT GARANTISSEZ-VOUS LA QUALITÉ ALORS QU'IL Y A AUTANT DE MONDE ?

« Nous disposons d'une machine Schaefer entièrement automatique et nous travaillons également avec

le café de la marque Rombouts. Peu de marques peuvent offrir un si bon goût à ce prix. Illy ou Mrs Rose sont très bons, mais conviennent mieux aux restaurants de haut de gamme. Si je devais servir ces marques ici, le café coûterait 3,50 € au lieu de 2,50 €, et cela ne passerait pas. Lorsque nous avons augmenté le prix de 10 centimes il y a quelque temps, nous avons tout de suite reçu des commentaires. C'est assez sensible. »

A CÔTÉ DE LA MACHINE ENTIÈREMENT AUTOMATIQUE, IL SE TROUVE UNE LATTIZ. POURQUOI ?

« Autrefois, quand on moussait le lait encore à la main, la qualité était variable. Plus il y avait de monde, moins il y avait de mousse. La qualité de la mousse de lait de la machine à café variait également en raison des fluctuations de température, car le lait venait du réfrigérateur. Un pack

de Lattiz peuvent être stockés non refroidis. La qualité est toujours bonne. »

Y A-T-IL UN AUTRE AVANTAGE EN PLUS DE LA QUALITÉ ?

« Lattiz fonctionne beaucoup plus rapidement que le système entièrement automatique. La machine à café entièrement automatique prend son temps : elle laisse couler le lait dans le verre et le laisse reposer pendant vingt secondes avant que le café s'écoule.

Avec Lattiz, vous pouvez faire du café pendant que le lait est "tiré". Au début, mon équipe s'est plainte : "Il fallait faire un geste de plus pour mettre le mug sous la Lattiz. Maintenant, ils préfèrent ça. »

ALORS, IL LEUR FAUT COMBIEN DE TEMPS MAINTENANT POUR

PRÉPARER UN CAFÉ ?

« En fait, je n'en ai pas la moindre idée, on ne l'a jamais calculé. Mais, on peut le faire maintenant ? » Et hop, il pose la tasse sous la Lattiz, puis, une autre sous la machine à café. Avec la Lattiz, la procédure dure 35 secondes. Luc acquiesce : "Il faudrait au moins dix à quinze secondes de plus à la machine à café entièrement automatique. »

COMMENT APPRÉCIEZ-VOUS LA NOUVELLE LATTIZ 2.0 ?

"Son utilisation est encore plus facile. L'affichage sur l'écran est très clair. Il y a moyen d'y installer six boutons, mais quatre boutons nous suffisent : un pour le cappuccino, un pour le latte macchiato, un pour le café et un pour le chocolat chaud. Mais ce qui compte le plus pour moi chez Lattiz, c'est la mousse de lait, elle est très belle ! J'avais l'habitude de boire du café noir, mais à

présent, je bois souvent un cappuccino, seulement pour le plaisir de déguster la mousse de lait si savoureuse et appétissante."

VOS CLIENTS SONT-ILS DU MÊME AVIS ?

« De toute manière, nous vendons beaucoup plus de cafés latte. Cette tranche de vente a augmenté de 10 % à 50 % au cours des dernières années. C'est pourquoi je suis si heureux avec Lattiz. Avec la demande actuelle de cafés latte, j'aurai dû me débarrasser de notre ancienne buse vapeur déjà depuis longtemps ! Je suis également heureux qu'un cours de barista ne soit plus nécessaire. J'ai tellement d'employés et j'ai régulièrement affaire aussi aux rotations du personnel. Heureusement, tout le monde peut réussir à faire une belle mousse avec Lattiz. »

« AVEC LA DEMANDE ACTUELLE DE CAFÉ LATTE, J'AURAI DÛ ME DÉBARRASSER DE NOTRE ANCIENNE BUSE VAPEUR DÉJÀ DEPUIS LONGTEMPS. »



'T ONDERWERP
Lepelstraat 8 | Lommel
onderwerplommel.be



'T ONDERWERP

CAFÉ EN 35 SECONDES

AVEC LATTIZ

Texte Marlies Jansen Photographie Eva Broekema

'T ONDERWERP EST CE QUE L'ON APPELLE UN 'BRASTRO' : UN MÉLANGE ENTRE UNE BRASSERIE ET UN BISTRO. DANS LE RESTAURANT SPACIEUX ET MODERNE, SITUÉ AU CŒUR DE LA VILLE DE LOMMEL DANS LE LIMBOURG, IL Y A TOUJOURS DU MONDE.

Depuis combien de temps possède-t-il déjà la brasserie ? Le propriétaire, Luc Beriere, rit. « Depuis onze ans. Autrefois, il y avait dans ce bâtiment une grande discothèque que j'ai tenu avec ma femme pendant une trentaine d'années. Nous voulions nous arrêter vers l'âge de 50 ans pour que nos enfants puissent reprendre l'entreprise. Ma femme a une formation de cuisinière et nous voulions passer les dix dernières années de notre vie professionnelle dans une ambiance de « loisir » en tenant notre petit restaurant avec une capacité de trente chaises maximum. Plus de longues journées, plus de personnel. Juste nous deux, pour nous amuser. » Alors, ils ont acheté le bâtiment à côté du dancing pour le transformer en restaurant. Seulement, les enfants n'étaient pas intéressés et ils ne voulaient pas

reprendre la discothèque. En revanche, leur fils Dante voulait bien travailler dans le restaurant. « Il n'est pas possible de faire vivre deux familles sur les recettes d'un restaurant d'une capacité de trente chaises » dit Luc en riant. Il a donc fallu nous agrandir. « A présent, nous avons de la place pour 600 personnes et nous sommes ouverts 365 jours par an, de 8h30 à 23h00. Nous employons 52 personnes. Il est vrai que je m'étais imaginé finir de ma carrière professionnelle autrement, mais je suis heureux de faire ce que je fais. Chaque jour, un nouveau défi se présente. »

À QUOI RESSEMBLE LA CLIENTÈLE DE 'T ONDERWERP ?

« Des gens ordinaires, monsieur et madame tout le monde, pour ainsi dire. Ils sont aussi de tous âges : de la

vingtaine à la cinquantaine, ainsi que des retraités. Ce sont les habitants du quartier, mais aussi les touristes et les excursionnistes qui viennent faire du vélo dans un bel environnement. Le Sahara de Lommel, un paysage de sable et de dunes créé par l'extraction du sable, est une attraction bien connue. Les verreries attirent également les touristes. Nous avons élaboré des menus spéciaux pour les groupes. Par exemple, un déjeuner à trois plats, avec du café et un sablé d'un boulanger renommé de Lommel, pour le dessert. »

ET POUR LE CAFÉ, QU'EST-CE QUE VOUS PROPOSEZ SUR LA CARTE ?

« De l'expresso, du ristretto, du café, du cappuccino et du cappuccrèmo. »

COMMENT L'EAU INFLUENCE VOTRE TASSE DE CAFÉ

BON USAGE DE L'EAU

Texte Marlon Velvis Illustration Nanna de Jong

TOUT COMME L'HOMME, LE CAFÉ SE COMPOSE PRINCIPALEMENT D'EAU. IL N'EST DONC PAS ÉTONNANT QUE CELLE-CI INFLUENCE LE GOÛT DU CAFÉ. EN AYANT UNE BONNE CONNAISSANCE DE L'EAU, VOUS POURREZ FAIRE DU MEILLEUR CAFÉ TOUT EN PROLONGEANT LA DURÉE DE VIE DE VOTRE APPAREIL.

Lorsque l'on prépare un café, notre attention se porte davantage sur le type, l'origine et la torréfaction des grains, que sur l'eau. De l'eau, c'est de l'eau, non ? Mais il n'en est rien. L'eau contient des composants et des propriétés décisifs pour tirer – ou non – le meilleur du café. La composition et la concentration des minéraux dans l'eau utilisée sont autant de facteurs qui ont une influence capitale sur le processus de préparation. De plus, l'eau a un impact non négligeable sur l'équipement que vous utilisez pour faire du café : pensez à la calcification ou la rouille.

QU'Y A-T-IL DANS L'EAU ?

Les personnes qui ont été attentives pendant leurs cours de chimie se souviendront que la formule chimique de l'eau est H_2O : deux atomes d'hydrogène (H) et un atome d'oxygène (O). Pour des personnes plus impliquées, des termes tels que « magnésium », « carbonate de calcium », « chlorure » et « PH » ne sont pas abracadabrants. Ces valeurs influencent le goût de l'eau et par extension, celui du café. Le chlorure peut, par exemple, apporter une touche salée.

NI TROP DUR, NI TROP DOUX

Le goût du café est principalement lié

à la dureté de l'eau. La dureté de l'eau en DH (dureté allemande) indique la concentration d'ions métalliques, souvent du magnésium et du carbonate de calcium (chaux) dans l'eau du robinet. L'eau à dureté élevée a un effet négatif sur les saveurs du café, car la chaux empêche l'extraction des arômes. L'eau ne doit pas être trop dure, mais pas trop douce non plus. En général, une dureté de l'eau entre 4 et 6 DH sera idéale.

VALEUR PH

La valeur pH renseigne sur l'acidité ou l'alcalinité de l'eau. Sur une échelle de 1 à 14, le pH indique si l'eau est acide, alcaline ou neutre. Si celui-ci est à 7, l'eau est neutre. En dessous, elle est acide ; au-dessus, alcaline. Dans l'idéal, votre pH pour le café devrait avoir une acidité neutre, afin que le goût ne soit pas affecté.

ÉQUIPEMENT

Au cours du voyage que parcourt l'eau à travers les tuyaux de la machine à espresso, de la bouilloire ou d'autres équipements, elle entre en contact avec des matériaux qui peuvent réagir avec les substances présentes dans l'eau, ce qui n'est pas bénéfique pour la durée de vie ni pour le fonctionnement d'un appareil. Chauffer l'eau renforce un

certain nombre d'effets, dont le plus connu est la création de calcaire. Ce problème est particulièrement présent dans les zones où l'eau est dure ou moyenne. Au contraire, l'eau douce peut faire entrer de la rouille dans votre appareil, ce qui peut causer des fuites. Il est judicieux d'optimiser l'eau, aussi bien pour le goût que pour l'entretien de l'appareil.

COMMENT OPTIMISER MON EAU ?

Mais comment s'y prendre pour optimiser l'eau ? Vous pouvez bien sûr utiliser de l'eau minérale en bouteille, mais un système de filtration d'eau est plus adapté au secteur de la restauration. Il existe des filtres spéciaux pour les machines à espresso. Le filtre assure que les substances dissoutes sont éliminées de l'eau. L'eau dure devient plus douce grâce à sa mise sous haute pression à travers un filtre très fin (membrane). Cette méthode de filtrage s'appelle le filtrage par osmose inverse. L'eau ainsi purifiée a un goût frais et neutre et contient nettement moins de minéraux comme le calcium et le magnésium. Pour plus d'informations sur les systèmes de filtration, veuillez contacter par exemple Brita, Everpure, 3M ou BWT.



DES CAFÉS LATTE ÉPOUSTOUFLANTS

AVEC LATTIZ, IL EST AISÉ DE PRÉPARER DE DÉLICIEUX CAPPUCCINOS OU MACCHIATOS. MAIS GRÂCE À CETTE MACHINE INNOVANTE, VOUS POUVEZ ÉGALEMENT PROPOSER DES CAFÉS LATTE HORS DU COMMUN EN UN RIEN DE TEMPS. QUE DIRIEZ-VOUS D'UN RED VELVET OU D'UN LATTE D'AVOCAT, PAR EXEMPLE ? SURPRENEZ VOTRE CLIENTÈLE ET AUGMENTEZ VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES!



LATTE RED VELVET

Ingrédients

265 ml de lait mousseux
30 ml d'espresso
30 ml de sirop *red velvet**

*Faites cuire 1 litre de jus de betterave avec 200 gr de sucre et un ½ bâtonnet de vanille. Laissez refroidir et ajoutez 450 ml de sirop de chocolat blanc Monin. Conservez-le dans une bouteille (à bec verseur) fermée.

Préparation

Versez le sirop Red Velvet dans une tasse et, comme pour un latte macchiato, remplissez de lait Lattiz. Enfin, versez délicatement l'espresso dans la tasse à partir d'une cruche.



LATTE D'AVOCAT

Ingrédients

40 ml de liqueur d'avocat
10 ml de chocolat fondu
160 ml de lait mousseux
30 ml d'espresso

Préparation

Commencez par verser la liqueur d'avocat au fond de la tasse. Faites couler le chocolat sur le dessus et ajoutez le lait Lattiz à environ 1 cm du bord. Enfin, versez l'espresso bien au centre !

LATTE AU CHOCOLAT ET À LA NOIX DE COCO

Ingrédients

30 ml de purée de noix de coco Monin
10 ml de chocolat fondu
160 ml de lait mousseux
30 ml d'espresso

Préparation

La purée de noix de coco est à mettre en premier dans la tasse. Vient ensuite le chocolat fondu, suivi du lait Lattiz à environ 1 cm du bord. Versez l'espresso en dernier, au milieu du récipient.



noisettes, de spéculos ou de caramel dans un verre, nous ajoutons des glaçons, puis du lait Lattiz, et pour finir, une dose d'espresso. Ces boissons rafraîchissantes ont connu un véritable succès. D'une part bien sûr, parce que nous avons une grande terrasse au bord de l'eau, mais aussi grâce à notre carte spéciale FrieslandCampina, qui incite les clients à commander plus de cafés qu'autrefois. »

POUR DEN AMANDUS, QUEL EST LE PLUS GRAND AVANTAGE DE LATTIZ ?

« Lattiz est rapide et prépare une mousse parfaite pour les cappuccinos et

les latte. Maintenant, tous les employés font le café demandé de la même façon.

Avant d'utiliser Lattiz, pour faire mousser le lait, nous nous servions de notre machine à espresso Faema Teorema 2 groupes. Mais trop souvent, il arrivait que le lait soit trop chaud ou justement pas assez. C'était dommage bien sûr, car les clients reviennent volontiers pour une bonne tasse. »

LATTIZ VOUS FAIT-IL FAIRE DES ÉCONOMIES ?

« Je ne peux vraiment pas encore partager les chiffres avec vous, mais le fait est que cette machine travaille avec une grande précision. Ainsi, on

gaspille moins de lait que lorsqu'on fait le fait mousser de façon traditionnelle. Maintenant, nous n'avons plus les boîtes de lait qui s'amassent autour de la machine, ni les pichets à manipuler. Il suffit juste d'appuyer sur un bouton et on a tout de suite la quantité de mousse désirée pour un cappuccino ou un latte. Même un étudiant sans expérience peut y arriver ! »

DONC, TOUT LE PERSONNEL EST SATISFAIT DE LATTIZ ?

« Oui, vraiment ! Tant notre personnel habituel que les aides sont très satisfaits de cette machine. Rien de surprenant : Lattiz est rapide, facile d'entretien et

« IL SUFFIT JUSTE D'APPUYER SUR UN BOUTON ET ON A TOUT DE SUITE LA QUANTITÉ DE MOUSSE DÉSIRÉE POUR UN CAPPUCCINO OU UN LATTE »





très hygiénique avec son système *bag-in-box*, grâce auquel il n'y a presque pas besoin de nettoyer la machine. Et il suffit d'expliquer une seule fois le fonctionnement. »

COMBIEN DE KILOS DE CAFÉ UTILISEZ-VOUS CHAQUE SEMAINE ?

« Au cours d'une bonne journée de 8 heures, on sert facilement entre 300 et 350 cafés et on en moule bien 8 kg. Il est donc important d'avoir une machine fiable qui ne fait pas de ratés. On ne veut pas que les clients attendent leur café plus que nécessaire. C'est pourquoi Lattiz est si simple : lorsque l'emballage est vide, on utilise la fonction de rinçage pour nettoyer l'appareil, on

place une nouvelle boîte et tout est prêt pour 140 nouvelles tasses. »

ET ENFIN, QUELS SONT VOS CAFÉS LES PLUS SERVIS ?

« Le café le plus commandé reste le lungo, c'est-à-dire un café "normal" comme disent la plupart de nos clients. Parfois décaféiné. Il arrive occasionnellement qu'une certaine clientèle, souvent plus âgée, commande un soi-disant "cappuccino belge" : un café avec de la chantilly. Mais les vrais cafés au lait – cappuccino, latte et latte macchiato – représentent un tiers des recettes des cafés. Pour toutes les préparations, nous travaillons avec des mélanges Campione-espreso du torréfacteur anversois Rombouts. »

DEN AMANDUS

Amandusdreef 1 | Sint-Amands
den-amandus.be

PRENDRE UN CAFÉ AU BORD DE L'ESCAUT
DEN AMANDUS

Texte Thomas Vreriks Photographie Lennaert Ruinen





SITUÉ DEPUIS 1991 SUR UN ANCIEN QUAI AU BORD DE L'ESCAUT, DEN AMANDUS EST UN LIEU APPRÉCIÉ DES PROMENEURS, DES CYCLISTES, DES FAMILLES ET DES GROUPES D'AMIS, EN JOURNÉE COMME EN SOIRÉE. AVEC SA GRANDE TERRASSE ET SON JARDIN DE JEUX ENCORE PLUS VASTE, CE RESTAURANT EST RÉPUTÉ POUR SES DÉLICIEUX PLATS D'ANGUILLE, SES SPÉCIALITÉS SUR LE GRILL ET SES CAFÉS ORIGINAUX.

C'est sur les anciens lieux de chargement et de débarquement des bateaux, là où jusque dans les années 1950 des matières premières étaient transportées par funiculaire vers l'usine d'engrais, qu'Ivan van Puyvelde, le propriétaire, propose de savoureux repas et une bonne tasse de café à une clientèle bigarrée. Pour toutes ses préparations au lait, Den Amandus utilise Lattiz depuis 2018.

QUE POUVEZ-VOUS NOUS DIRE SUR DEN AMANDUS ?

« C'est un vaste restaurant qui compte au total plus de 120 places. Le midi

et le soir, nous servons environ 150 couverts. Vous pouvez facilement vous imaginer ce que cela représente aussi en commandes de cafés. Ces derniers mois, nous y avons prêté une attention particulière. Ainsi, nous travaillons avec des fournisseurs qui réfléchissent avec nous à la façon dont nous pouvons nous distinguer. »

POUVEZ-VOUS NOUS EN DONNER UN EXEMPLE ?

« Au cours de l'été dernier, qui semblait vouloir perdurer, nos iced lattes étaient très prisés. Pour les concocter, nous mettons d'abord du sirop de

5 CONSEILS DE COLIN HARMON

COMMENT GÉRER UN CAFÉ ?

Texte Marlon Velvis Illustration Ana Jarén

GÉRER UN CAFÉ EST PARFOIS PLUS COMPLEXE QUE VOUS NE LE SOUHAITERIEZ. COLIN HARMON, CHAMPION DE BARISTA IRLANDAIS ET PROPRIÉTAIRE DE 3FE COFFEE À DUBLIN, A CONSACRÉ UN LIVRE SUR CETTE THÉMATIQUE. DANS SON OUVRAGE INTITULÉ *WHAT I KNOW ABOUT RUNNING COFFEE SHOPS*, HARMON DÉVOILE SES MEILLEURS CONSEILS POUR LES PROPRIÉTAIRES DE CAFÉ, ET CE EN S'APPUYANT SUR SA PROPRE EXPÉRIENCE. VOICI DÉJÀ CINQ CONSEILS AUXQUELS VOUS N'AURIEZ PEUT-ÊTRE PAS PENSÉ UN, DEUX, TROIS.

1 BANNISSEZ LA CARTE DE POINTAGE

Il s'agit là d'un outil bien connu dans le monde du café : la carte de pointage. Chaque café payé donne droit au client à un pointage ; une carte pleine équivaut à un café gratuit. Ce genre de « carte de fidélité », pour reprendre les termes de Colin, n'est pas une bonne idée. « Penchez-vous sur les conséquences de cette mesure, tant d'un point de vue marketing que financier. » Une

carte de pointage ne se contente pas d'assurer votre renommée, elle peut vous faire perdre de l'argent. « Si vous décidez d'offrir un café à chaque sixième pointage, vous passerez pour un fournisseur bon marché. Cela aura une incidence sur l'image de votre café et sur les attentes des gens. » Si la carte de pointage favorise les relations avec les clients et les incite à revenir, il vous faut vérifier qu'elle ne vous coûte pas plus cher que ce qu'elle vous permet de gagner.



de temps. « Pendant que j'étais occupé à faire mousser du lait pour faire 4 cappuccinos, j'aurais pu préparer 12 espressos », confie Colin. « Le lait ralentit le travail », déclare-t-il. La solution ? En période d'affluence, confiez à une personne la mission de faire mousser le lait en continu. Sans verser ni mettre des shots : se contenter de faire mousser. Cela permet à tout le monde de rester bien concentré sur sa tâche et d'affronter efficacement les heures de pointe de la journée.



2 FAITES MOUSSER LE LAIT EN CONTINU À L'HEURE DE POINTE

Dès que les cafés commencent à être très fréquentés, des espressos supplémentaires sont souvent préparés. Ce n'est pas la solution la plus efficace, pense Colin. Les cappuccinos et les latte sont souvent les cafés les plus populaires et faire mousser le lait est l'opération qui prend le plus



3 UTILISATION OPTIMALE DE L'EAU

L'eau est très importante pour la préparation du café. Après tout, c'est surtout de l'eau que vous buvez. « Impossible de faire du bon café sans une eau de bonne qualité. Des faits scientifiques complexes justifient cela, mais par essence, les bons composants de l'eau fournissent au café une meilleure extraction et un meilleur goût. » Une eau trop dure altère le goût du café et laisse des dépôts de calcaire dans votre appareil, tandis qu'une eau douce provoque la rouille. Il est donc très important d'utiliser un système de filtration d'eau pour la machine à espresso. Pour en savoir plus sur l'importance de l'eau, reportez-vous à la page 30.



4 N'OFFREZ PAS LE CAFÉ À VOTRE FAMILLE ET À VOS AMIS

« Engranger de l'argent est un élément fondamental pour gérer une entreprise. Toujours est-il que les restaurants, bars et cafés adoptent souvent une politique qui veut que les amis et la famille ne doivent pas payer », écrit Colin. Bien que le champion de barista ait lui-même souvent offert du café pendant la période de démarrage de 3fe, il a constaté après un certain temps que cela n'entraînait aucune conséquence positive, ni sur ses amis ni sur l'entreprise. « Un soir, un ami est venu en me disant qu'il venait dans mon café uniquement pour me soutenir. Il se sentait mal à l'idée d'avoir quitté mon établissement sans avoir dû payer. » À partir de ce moment, Colin a décidé de faire payer le même tarif à tout le monde. Non seulement pour les amis, mais aussi pour donner le bon exemple au personnel. Les employés avaient aussi commencé à offrir du café. Évitez les situations délicates et appliquez des règles claires et cohérentes.



5 DONNEZ LA PRIORITÉ AUX CONNAISSANCES, AU CAFÉ ET À L'ÉQUIPEMENT (dans cet ordre précis)

Nombreux sont les propriétaires de café débutants qui donnent la priorité à l'équipement, puis au café, et enfin aux connaissances. C'est dommage, selon Colin. Il préfère voir les choses dans l'ordre inverse. N'ayez pas peur d'investir dans les connaissances de votre personnel. « C'est souvent difficile pour les propriétaires d'investir dans la formation de leur équipe, mais d'après mon expérience, cela porte manifestement ses fruits à la fois pour l'équipe et pour le café de manière générale. »



Vous êtes curieux de connaître les autres conseils de Colin ?

Commandez le livre sur : whatiknowaboutrunningcoffeeshops.com

€30

Margrethe explique : « Le lait Lattiz a été spécialement développé pour être utilisé avec cette machine. Nous nous demandons toujours : à quoi sert le lait ? Et comment est-il utilisé ? Ce n'est qu'en répondant à ces questions que nous pouvons développer un produit adapté. »

LA MAGIE DU LAIT

La combinaison du lait dans le café est magique, selon Margrethe. « Nous sommes convaincus que le lait permet de faire le café. » À quoi cela est-il dû ? « Pas à un seul facteur. Il s'agit d'une combinaison de saveurs et de sensations en bouche. Une bonne mousse est veloutée, c'est si bon ! Le lait élimine les notes âcres du café et

en même temps fait ressortir certaines tonalités. Vous pouvez varier à l'infini avec les proportions entre la quantité de lait et la mousse. » Tout dépend donc des tonalités que vous voulez faire détonner ? « C'est agréable de jouer avec ça, d'apposer sa propre signature. Dans les profils clairs bien sûr, un cappuccino est tout simplement différent d'un café latte. »

FAIRE MOUSSER

Depuis 1951, FrieslandCampina fabrique du lait destiné à être ajouté dans le café pour différents pays. Comme Black & White pour Hong Kong et les célèbres Goudband et Halvamel aux Pays-Bas. Un petit nuage adoucit et donne déjà un profil gustatif plus riche



LATTIZ

Peu importe qui utilise Lattiz : les heures de pointe sont une partie de plaisir. Avec Lattiz, vous servez 6 cappuccinos par minute, d'une qualité irréprochable. D'une simple pression sur un bouton, vous pouvez créer une mousse de qualité barista. Et le travail de nettoyage fastidieux appartient désormais au passé grâce à l'efficacité du système *bag-in-box* et à la fonction de rinçage automatique.



NUTROMA BARISTA

Pour les professionnels de l'horeca, le lait Nutroma Barista est le lait moussant idéal pour servir les latte et cappuccinos les plus savoureux. Développé en collaboration avec des baristas, le lait Nutroma Barista présente une composition optimale, facile à faire mousser. Le résultat est une mousse de lait délicieusement veloutée et ferme. Disponible en 1,5 L et 5 L.



NUTROMA LAIT POUR CAFÉ EN COUPELLES

La couronne sur chaque tasse de café et cela depuis plus de 50 ans déjà ! Le lait pour café Nutroma s'harmonise parfaitement avec l'arôme et la texture du café. Le lait pour café Nutroma ne dilue pas le café et sa saveur légèrement caramélisée en arrondit les côtés acides et amers. Nutroma respecte ainsi chaque tasse de café tout en assurant un goût intense et délicieux.

DURABLE DE L'HERBE AU VERRE

Apporter une nutrition durable à la population mondiale est l'un des défis des décennies à venir. En offrant des produits laitiers fiables et nourrissants, FrieslandCampina contribue à la sécurité alimentaire et nutritionnelle. FrieslandCampina est une entreprise détenue à 100 % par une coopérative de 12 707 fermes laitières membres; le lait de leurs fermes est utilisé depuis 140 ans pour fabriquer des produits laitiers de haute qualité. Et ils font cela de la

manière la plus durable possible. Ils contrôlent l'ensemble de la chaîne de production, de la ferme au consommateur. Les vaches de FrieslandCampina qui paissent dans les prairies font cela au moins 6 heures par jour 120 jours par an, sur une distance de trois à quatre kilomètres et demi. Les producteurs laitiers s'engagent en faveur d'une agriculture de plus en plus durable, consommant moins d'énergie et émettant moins de gaz à effet de serre. Le succès est au rendez-vous, car l'impact environnemental de l'élevage laitier est le plus faible au monde

aux Pays-Bas. Mais le transport du lait est également assuré de manière aussi durable que possible par FrieslandCampina. Les camions à lait sont de plus en plus équipés de réservoirs spéciaux contenant un mélange de diesel et de gaz (GNL). D'ici 2020, toutes les installations de FrieslandCampina implantées dans le monde devront utiliser 100 % d'électricité renouvelable. Par exemple, du soleil, du vent ou de la biomasse, et autant de nos fermes que possible.

et totalement différent.

« Le lait chaud dans votre café, c'est autre chose. » Selon Margrethe, quel lait convient le mieux à quel café? En variant les graisses et les protéines qu'il contient, l'expérience gustative change : « Une quantité plus importante de graisse rend le goût plus crémeux. Les protéines sont importantes pour la formation de la mousse et le lactose donne un goût légèrement sucré. Si le lait contient trop peu de protéines ou de matières grasses, la mousse devient savonneuse, trop molle et coule rapidement », précise Margrethe. Pour les cappuccinos et les cafés latte, outre Lattiz, le lait Nutroma Barista forme une base parfaite grâce à sa onctuosité. Le lait moussant a été spécialement développé en collaboration avec des baristas pour les professionnels de la restauration. Grâce à la composition optimale des graisses et des protéines, ce lait est

facile à faire mousser et cette mousse reste stable plus longtemps. Cela présente également l'avantage de pouvoir conserver le lait à l'extérieur du réfrigérateur.

TENDANCES

Les cafés au lait restent plus populaires que jamais. « De nos jours, même un petit *coffeehouse* en a au moins 9 variétés. Nous voyons arriver le flat white, tout droit venu d'Australie. Et le chai latte, car de nombreuses options s'offrent aussi à vous quand vous ajoutez du lait dans votre thé. » Les consommateurs boivent aussi de plus en plus de café en dehors de chez eux. « Dans la mesure où ils paient ce café, les consommateurs ont des attentes élevées, surtout lorsqu'on considère que beaucoup de consommateurs ont déjà une bonne machine à café chez eux. En dehors de chez eux, les gens aiment souvent se laisser séduire par un café

spécial. » Il existe de plus en plus de variations de saveurs grâce auxquelles vous, en tant qu'entrepreneur, pouvez laisser exprimer votre créativité, comme le Pumpkin Spice américain ou un Vanilla Ice Latte ! FrieslandCampina aide les entrepreneurs à développer cette catégorie des boissons chaudes. Bien sûr, en partageant ses connaissances sur la façon de faire le café parfait – de la mouture des grains à la création d'une bonne mousse de lait – et en vous inspirant, mais aussi en vous donnant les moyens d'en vendre davantage. Les menus café sont, par exemple, souvent utilisés par les entrepreneurs du secteur de la restauration. Quoi d'autre ? Margrethe répond : « Les développements se poursuivent et les produits peuvent toujours être améliorés. Nous continuerons de vous surprendre. »

Servez la qualité

- Une mousse de lait de haute qualité, tasse après tasse
- Idéale pour le latte art

Gagnez du temps

- Une simple pression sur un bouton
- Pas de nettoyage nécessaire

Vendez plus

- Personnalisez votre écran
- Plus de clients servis simultanément
- Augmentation des ventes des boissons gourmandes



Demander une
démonstration gratuite
à lattiz.com



Depuis qu'elle a fait sa thèse de doctorat sur les protéines dans la crème glacée et obtenu son diplôme en technologie alimentaire, Margrethe est totalement accro au lait. Elle peut en parler pendant des heures. « C'est délicieux et aucun autre liquide naturel ne contient autant de substances nutritives. Renfermant des protéines, minéraux, vitamines et acides gras, ce beau produit est si riche. Sans compter que le lait permet de faire vraiment toutes sortes de produits. Si vous ajoutez de la présure, le lait se transforme en fromage ; si vous mettez de l'épaississant, vous obtenez de la crème dessert ; si vous le battez et le réchauffez, cela donnera à votre café ou à votre thé un goût totalement différent », explique la directrice du service de recherche et développement de FrieslandCampina.

Sous la direction de Margrethe, 400 experts du Centre d'innovation néerlandais étudient en permanence la composition et les propriétés uniques du lait. « Quels nouveaux produits et

« LATTIZ EST UN BON EXEMPLE DE JONCTION ENTRE LA TECHNOLOGIE ET LE BESOIN »

applications pouvons-nous développer ? Quelles sont les demandes des différents clients dans le monde ? Comment pouvons-nous préparer des aliments pour bébés encore plus sains pour le bon développement de l'enfant ? Peut-on créer de tout nouveaux desserts exquis ? Comment pouvons-nous stabiliser la mousse pour vous assurer qu'elle soit toujours belle et de qualité constante ? Et qu'est-ce qui donne à notre barre Vifit Sport son côté croquant ô combien apprécié ? »

FAIRE LA DIFFÉRENCE

Margrethe aime construire des passerelles entre les développements scientifiques et technologiques et les impératifs des clients. « Nous nous demandons toujours : qu'est-ce qui ferait vraiment la différence ? Lattiz

est un bon exemple de jonction entre la technologie et le besoin. »

Il y a déjà environ 10.000 machines Lattiz en Europe. Ce nombre ne cesse de croître et ce n'est pas surprenant : avec Lattiz, vous pouvez faire de la mousse de lait de qualité barista en une minute pour 6 tasses. L'appareil est un régal pour les yeux, vous n'avez pas besoin de le nettoyer grâce à l'efficace système *bag-in-box* et la fonction de rinçage automatique. Et puis, vraiment tout le monde peut faire une mousse parfaite avec cette machine. Lattiz est donc idéal pour les établissements de restauration ayant un personnel changeant et des moments de fréquentation importante. Pratique aussi : dès que le *bag-in-box* est ouvert, le lait se conserve 10 jours à l'extérieur du réfrigérateur.



UNE BONNE MOUSSE DE LAIT, C'EST COMME DU VELOURS

DE LA FERME AU CONSOMMATEUR

Texte Marlies Jansen

CHEZ FRIESLANDCAMPINA, LA VIE S'ARTICULE AUTOUR DU LAIT 24 HEURES SUR 24 ET 7 JOURS SUR 7. L'ENTREPRISE A UNE RICHE HISTOIRE EN MATIÈRE D'INNOVATION, COMME LE LAIT SPÉCIALEMENT CONÇU POUR LATTIZ. MARGRETHE JONKMAN, DIRECTRICE DE LA RECHERCHE ET DU DÉVELOPPEMENT, DÉCLARE : « NOUS CONTINUERONS TOUJOURS À SURPRENDRE LES CONSOMMATEURS ET LES ENTREPRENEURS DE LA RESTAURATION. »

NUTROMA BOÎTE 200 COUPELLES :

MAINTENANT EN EMBALLAGE PRATIQUE !

La perfection se trouve dans les détails, notamment à côté du café que vous servez.

Pour régaler vos clients d'un délicieux moment café, vous choisissez donc le complément gustatif idéal : Nutroma. Car la note subtile, légèrement caramélisée, de Nutroma respecte le goût de votre café tout en arrondissant bien sa saveur.

**TAILLE
COMPACTE**

Et chaque détail compte, aussi pour vous. C'est pourquoi vous trouvez dès maintenant les coupelles de Nutroma dans un nouvel emballage amélioré :

- ✓ **AVEC VOLET DISTRIBUTEUR PRATIQUE : POUR UNE FACILITÉ D'EMPLOI ENCORE PLUS GRANDE**
- ✓ **EMBALLAGE COMPACT : IL A BIEN SA PLACE SUR VOTRE COMPTOIR**
- ✓ **EMBALLAGE HIGIÉNIQUE ET SÛR**
- ✓ **TOUJOURS SOUS LA MAIN ET FACILE À SAISIR**
- ✓ **STYLÉ POUR UNE EXCELLENTE PRÉSENTATION DU CAFÉ**



*Disponible pour les coupelles de Nutroma Crémeux.
Les données de logistique et de commande
restent inchangées.*

LA COURONNE SUR VOTRE CAFÉ

C'EST BEAU, C'EST NOUVEAU ET NOUS SOMMES HEUREUX DE TOUT PARTAGER AVEC VOUS.



CHAMPIONS CUPS

En collaboration avec le barista Dale Harris, Loveramics a développé une nouvelle série de tasses. Ces tasses ont été conçues initialement par le céramiste londonien Ben Sutton. C'est lui qui a créé les tasses faites à la main dans lesquelles Dale a présenté ses cafés gagnants lors du UK Barista Championship et plus tard lors du World Barista Championship 2017. À présent, Loveramics a repris le design original de 2017 à une plus grande échelle et il l'a adapté à l'utilisation dans les Café shops. Les tasses expresso flat white et les tasses cappuccino sont disponibles en trois couleurs.

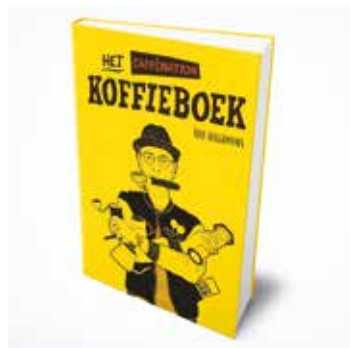
PRIX À PARTIR DE € 9
LOVERAMICS.COM



CONSEIL LECTURE!

Rob Berghmans, l'homme derrière Caffènation, a écrit un livre sur sa seule drogue de prédilection: le café. En lisant ce livre il devient évident qu'outre un talent pour le café, l'Anversois a un talent pour écrire. *Het Caffènation Koffieboek* est facile à lire et vous apprend tout ce qu'il faut savoir sur le café: des variations de café multiples à la dégustation et torréfaction des cafés les plus tendances.

PRIX € 19,50
CAFFENATION.BE



MEULAGE SILENCIEUX

Le Mahlkönig E65S est le tout nouveau membre de la famille Mahlkönig. Le E65S dispose d'un bouton rotatif et d'un bouton poussoir multifonctions, d'un menu innovant avec des symboles, et de six recettes prédéfinies. Le design sophistiqué est disponible en différentes couleurs et il est non seulement agréable pour les yeux, mais aussi pour l'oreille : selon Mahlkönig, le broyeur produit le son le plus doux qui soit.

PRIX € 1.795
MAHLKOENIG.DE

PLUS DE CONFORT

La nouvelle machine expresso La Marzocco KB90 dispose d'un système révolutionnaire de verrouillage intégré pour les porte-filtres. Les blessures aux poignets des baristas appartiennent au passé. Après avoir retiré le porte-filtre, le groupe est automatiquement nettoyé à la vapeur et à l'eau chaude. L'extraction de l'expresso s'arrête automatiquement au poids souhaité, et la buse vapeur reste froide au toucher. Un rêve italien pour chaque barista.

LIMARC.BE



secteur hôtelier doit comprendre que le plus important, c'est le client, et qu'il est devenu exigeant. Et à juste titre: si un concurrent sert un meilleur café pour le même prix, le choix est vite fait. »

DES GRAINS DE CAFÉ FRAIS

Il est important de choisir les bons produits. « Dans un bar à café, tout doit tourner autour d'une bonne tasse », affirme Peter. « La machine choisie, le moulin, les grains de café, le lait, les tasses, la vitesse du service: tout doit se retrouver dans le café que vous servez. Et si cela veut dire que vous avez besoin de deux moulins à café, un pour les expressos et un autre pour les cafés au lait, alors soit. » L'hospitalité est en plus du goût, l'autre facteur sur lequel Peter insiste pendant les cours de formation. « Je déteste quand quelqu'un est laconique ou semble désintéressé, jette ses couverts ou n'entretient pas sa machine à café. » Par contre, il est heureux de constater que la demande de café fraîchement moulu est tout ce qu'il y a de plus normal de nos jours.

DISTINGUEZ-VOUS

Lors de la préparation du championnat du monde, Peter se demandait constamment: « Que dois-je faire pour que le jury ait envie de me faire revenir? » D'après l'Anversois, chaque exploitant en horeca devrait se demander: « Comment faire pour qu'un client revienne dans mon établissement après sa première visite? »

Peter: « C'est une histoire où tout doit coller: le goût des produits, l'intérieur, le personnel, l'ambiance. Et jamais, la complexité du latte art ne doit compter davantage que la préparation d'un savoureux café au lait. Parce que bon, on peut bien faire deux cygnes avec la mousse, mais ce qui compte, c'est le goût du latte! »

Peter a lui-même surpris le jury en présentant un extra à la dégustation. Pendant la compétition, il devait

préparer deux *free pour* espresso macchiato, deux *free pour* latte et deux latte designer. « La réglementation des compétitions est toujours très stricte, mais tant que vous servez les quatre lattes en huit minutes, vous ne courez aucun risque d'être disqualifié. » Et c'est pourquoi le champion du monde a servi en plus un autre espresso avec du lait chauffé à part à la vapeur, afin que le jury puisse déguster également les deux éléments séparément.

Pour choisir son lait pour la compétition, Peter a soumis différentes sortes de lait à un test à l'aveugle. « C'est le lait Nutroma qui est sorti vainqueur. Ce lait a la bonne consistance, est facile à utiliser et donne le meilleur goût dans les préparations au lait. Le lait frais, en soi un produit savoureux, ne fait pas le poids, car il n'offre jamais la même stabilité. »

« PARCE QUE BON, ON PEUT BIEN FAIRE DEUX CYGNES AVEC LA MOUSSE, MAIS CE QUI COMPTE, C'EST LE GOÛT DU LATTE! LE GOÛT PASSE TOUJOURS EN PREMIER »

Après sa victoire dans l'arène internationale, le maître du latte art s'est découvert une nouvelle passion. Il a préparé Jeroen de Corte pour le World Coffee in Good Spirits Championship de 2010. Et avec succès! Jeroen, venu de Belgique, a lui aussi remporté la coupe du monde. « Entraîner les baristas qui participent à des compétitions me permet de rester au top et aussi de montrer ma gratitude. Avec le sponsor FrieslandCampina, j'ai réussi à faire rentrer quatre candidats dans le top cinq. »

HOSPITALITÉ ET SERVICE DE QUALITÉ

« Lorsque je suis passé de barista à conseiller, je me suis heurté dans

le secteur hôtelier à un manque de vision, mais heureusement, les choses changent de façon positive. Même les grandes entreprises montrent plus d'intérêt et se lancent, avec les exploitants en horeca, à la recherche des produits les plus faciles à utiliser ou de la variété. C'est bien sûr à l'avantage du client, qui revient ensuite dans les endroits où la qualité et le service prennent plus de place. FrieslandCampina réfléchit aux besoins de l'exploitant en horeca, présente une histoire attractive, et le client, lui-même de plus en plus exigeant, profite du tout. »

CHOCOLAT ET CAFÉ

Dans les années qui viennent, Peter prévoit une montée du chocolat dans les boissons chaudes et les cafés au

lait. « En tant qu'ambassadeur du chocolatier Callebaut, je passe beaucoup de temps à imaginer de nouvelles recettes. L'utilisation de chocolat dans la préparation de boissons chaudes offre de nombreuses opportunités pour le secteur hôtelier. Le café et le chocolat (d'origine) vont très bien ensemble dans une boisson chaude. Le Kaffabar bruxellois expérimente beaucoup dans ce sens sur nos conseils et les clients apprécient. Car pourquoi n'offrir que du lait chocolaté blanc ou noir, alors qu'il existe une multitude de possibilités? » conclut Peter.

Recettes de Peter Hernou. Retrouvez plus d'inspiration sur peterhernou.com.

Le chocolat chaud le plus savoureux en un tour de main ?

Ça ... ça vaut bien un Cécématic !

QUALITÉ
CONSTANTE

FAIBLE
CONSOMMATION

HYGIÉNIQUE

SERVICE RAPIDE



Plus d'info ?
Contactez Evy Van Ghendt,
FrieslandCampina, Schaessestraat 15,
9070 Destelbergen, Belgique.
evy.vanghendt@frieslandcampina.com

Cécématic. Le seul vrai.

Tout commence en 2003, lorsque Peter et Petra, sa compagne, ouvrent un restaurant dans le quartier anversois Zurenborg. Outre un bon café, on pouvait aussi y déguster un petit déjeuner ou un déjeuner maison. « Nous avons fermé ce restaurant, mais nous travaillons toujours selon les mêmes principes », explique Peter. « La qualité passe avant tout, et cela restera toujours ainsi. »

Il y a une dizaine d'années, le marché bruxellois s'est vu pour la première fois envahi de "baristas tatoués". Ces bars à café étaient fréquentés par un public particulier. Depuis, il s'agit plus de l'expérience totale et le principe du specialty coffee n'a plus à être présenté. Suite à cela, même l'exploitant en horeca moyen s'informe mieux.

« Nous en sommes à un point où ils n'hésitent plus à poser des questions à leur torréfacteur concernant la qualité et la fraîcheur de leurs grains de café. Avant, c'était impensable. »

LES PETITES CHOSES

En 2009, Peter a remporté le Championnat du Monde du Latte Art. Il a relaté son expérience dans le livre *Latte Arte* (2014) et forme depuis, en tant que conseiller café, des baristas et du personnel hôtelier dans le monde entier. « Ces dernières années, ce qui semble le plus compter dans un café au lait, c'est davantage la belle forme que prend la mousse, que le goût d'un bon cappuccino. En tant que formateur, je rappelle toujours aux apprenants qu'un goût équilibré commence par la préparation du lait. »

Selon Peter, il est crucial de bien former son personnel. « Un exploitant en horeca qui dispose de bons instruments peut améliorer la qualité de son établissement sans avoir besoin d'investir des dizaines de milliers d'euros. Souvent, ce sont en effet les petites choses qui font la différence. Le







L'IMPORTANCE D'UN
CAFÉ AU LAIT SAVOUREUX

PETER HERNOU

Texte Thomas Vreriks Photographie Lennaert Ruinen

IL FUT UN TEMPS OÙ PETER HERNOU POSSÉDAIT SON PROPRE BAR À CAFÉ, MAIS DEPUIS, IL EST DEVENU CHAMPION DU MONDE DU LATTE ART, CONSEILLER ET AMBASSADEUR POUR DE GRANDES MARQUES DANS L'INDUSTRIE DE L'ALIMENTAIRE: "LE GOÛT D'UN CAPPUCCINO L'EMPORTE TOUJOURS SUR LA FORME DE LA MOUSSE DU LAIT."

**Boostez
vos ventes
avec une
mousse de
lait parfaite.**



Servez la qualité • Gagnez du temps • Vendez plus

3 AVANT-PROPOS**13 AFFAIRES DES CAFÉ****42 CHRONIQUE DES INVITÉS**
Bart Deprez**INSPIRATION****14 DE LA FERME AU CONSOMMATEUR**
Une bonne mousse de lait,
c'est comme du velours**20 COMMENT GÉRER UN CAFÉ ?**
5 conseils de Colin Harmon**26 RECETTES**
Des cafés latte époustouflants**28 BON USAGE DE L'EAU**
Comment l'eau influence votre
tasse de café**35 QU'Y A-T-IL DANS UNE TASSE ?****40 HOW TO LATTE ART**
La tulipe avec Rob Clarijs

6

INTERVIEW**6 PETER HERNOU**
L'importance d'un café au lait
savoureux

13

LE LAIT RENCONTRE LE CAFÉ**22 DEN AMANDUS**
Prendre un café au bord
de l'Escaut**30 'T ONDERWERP**
Café en 35 secondes avec Lattiz**36 BRUNO GENK**
Faire le plein de café

14



36

COLOPHON**COFFEE MILK MAGIC MAGAZINE**

est un magazine publié une fois par an par FrieslandCampina Foodservice. Le magazine est distribué aux clients de FrieslandCampina Foodservice dans un tirage de 3 500 exemplaires.

www.lattiz.fr

DIRECTION DU MAGAZINE

Peggy Cillessen et Anoeka Actanod en collaboration avec koffiecacao

RÉDACTION FINALE

Philippe Vallotti

ART DIRECTION & DESIGN

Keri Mol

PRODUCTION

Eva Broekema, Maren Bruin, Bart Deprez, Jean-Claude Figenwald, Medea Huisman, Marlies Jansen, Ana Jarén, Nanna de Jong, Jarron Kamphorst, Joey Rietveld, Lennaert

Ruinen, Jose da Silva (image de couverture), Alexis Tain, Marlon Velvis, Thomas Vreriks

PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Aucune partie de cette publication ne peut être publiée ou reproduite par impression, photocopie, film, Internet ou tout autre moyen sans l'autorisation écrite préalable de l'éditeur. FrieslandCampina décline toute responsabilité en cas d'erreurs typographiques ou d'impression.

NOUVEAU



Nouveauté dans le monde la mousse parfaite.

Les cafés au lait sont de plus en plus populaires.
Avec le Lattiz renouvelé, vous pouvez facilement gérer
la demande croissante. Une simple pression sur
l'écran tactile et Lattiz fait la mousse de lait parfaite.

Plus intelligente | Plus facile | Plus robuste



Scannez le
code QR et
demandez
une demo





Foto Keri Mol

DE LA VACHE À LA TASSE

« *From cow to cup.* » Un adage aux nombreuses significations. FrieslandCampina est avant tout une coopérative laitière qui conçoit et fabrique des produits laitiers en respectant les vaches et leur milieu de vie. Grâce à cette structure, nous contrôlons la chaîne de production dans sa totalité, « de la vache à la tasse ». D'un autre côté, cela veut dire que, grâce à nos compétences, nous pouvons également mettre au point des produits qui savent capter l'attention des consommateurs. Lattiz en est un des meilleurs exemples.

Qui mieux que FrieslandCampina pouvait imaginer une telle innovation ? Dans ce concept révolutionnaire, nous combinons nos connaissances du lait avec celles du marché du café, que nous avons acquises auprès de nos différents torréfacteurs. Tout cela en respectant notre coopérative et son environnement. Lattiz nous permet de répondre aux attentes des utilisateurs et des consommateurs. Facile à manipuler, 100 pour cent hygiénique, elle offre surtout un goût parfait avec une mousse savoureuse de qualité barista.

Dans ce deuxième numéro de Coffee Milk Magic Magazine, vous pourrez lire les différents témoignages d'utilisateurs de Lattiz. Vous découvrirez à la fois les tendances des cafés au lait et le must dernier cri dont vous aurez besoin pour votre exploitation.

Merci et à bientôt, avec un bon cappuccino préparé grâce à Lattiz !

Pierre Léonard,
Sales Manager Lattiz France