

Communicatie is op alle fronten de sleutel bij allergenen!

Steeds meer consumenten hebben specifieke dieeteisen en/of -wensen. Horecabedrijven zijn sinds 31 december 2014 verplicht allergeneninformatie te melden, hetzij schriftelijk of mondeling. Wij vroegen via de Foodservice Denktank aan 52 beslissers uit de restaurantbranche en 73 beslissers uit het cafetariasegment hoe zij omgaan met allergenen binnen hun bedrijf.

Glutenintolerantie meest voorkomend

1. GLUTEN Horecaondernemers ontvangen meerdere keren per week gasten met een glutenintolerantie en minimaal één tot meerdere keren per maand met een lactose-intolerantie en noten/pinda-allergie.
2. LACTOSE
3. NOTEN/PINDA

De beslissers geven aan het meeste moeite te hebben met een glutenintolerantie en noten/pinda-allergie. Een opvallende allergie waar hoofdzakelijk restaurantbeslissers moeite mee hebben is het allergeen lupine. Echter, lupine komt weinig (20 keer genoemd) tot niet (33 keer genoemd) voor in de deze branche.

Bij restaurants is iedereen welkom!

Beslissers uit het restaurantsegment geven aan dat het vermelden van allergiewensen bij de reservering het prettigste voor hen is. Maar ook als gasten dit niet vooraf doen, is iedereen welkom! De helft van de beslissers geeft aan ter plekke een volledig ander gerecht te maken: de chef bespreekt de allergiewensen en smaakvoorkeuren met de gast waarna de risicovolle ingrediënten voor de gast gescheiden worden bewerkt. Door de toenemende vraag naar allergenen bieden veel restaurants allergenvrije of aanpasbare gerechten aan die voornamelijk inspelen op gluten- en lactosevrij. Echter, geen enkel restaurant biedt 100% garantie. De grootste uitdaging voor restaurants omtrent allergieën zijn het gebrek aan inspiratie of het gebrek aan tijd om een nieuw gerecht te bedenken. Daarnaast heeft niet elk restaurant de ruimte om ingrediënten gescheiden te verwerken.

“Overleg met de gast, doorvragen en secuur werken zijn de sleutelfactoren voor allergeenvrij koken.”

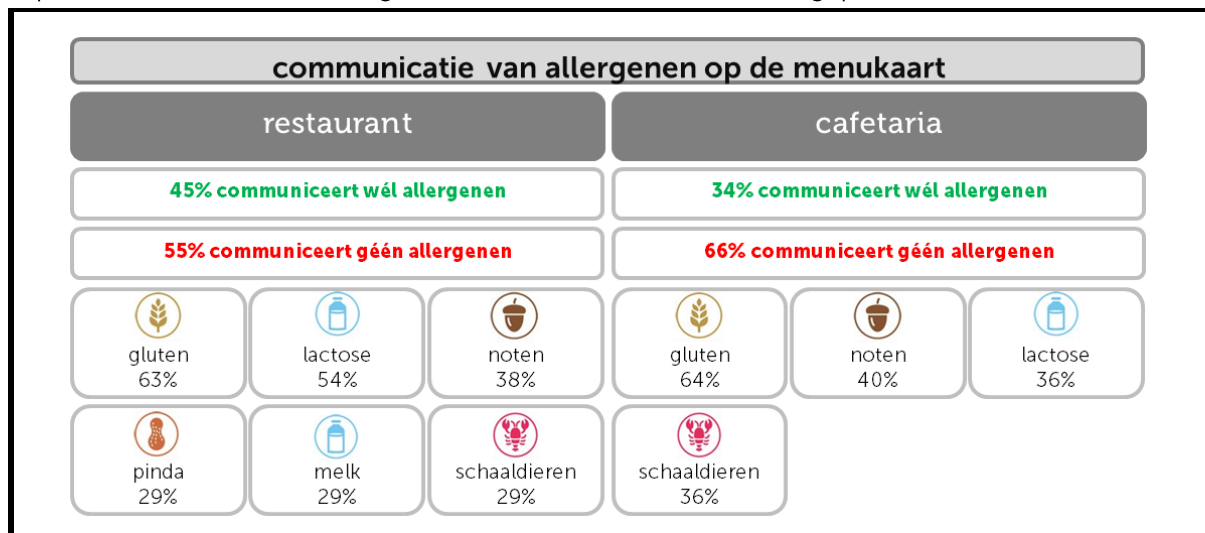
Groot contrast binnen cafetaria's

Ook bij cafetaria's is overleg met gasten over allergiewensen het meest gebruikelijk. Er wordt voornamelijk advies gegeven over producten die wél gegeten mogen worden bij een bepaalde allergie. Bij onduidelijkheid wordt de verpakking van het product er (nogmaals) bij gepakt. Een derde van de cafetaria's heeft standaard een allergeenvrij alternatief beschikbaar.

Waar enkele cafetaria's een aparte oven en frituur hebben voor de bereiding van allergenvrije producten, extra equipment en speciale gluten- en lactosevrije snacks aanbiedt, wijst 1 op de 7 cafetaria's een gast de deur bij bepaalde allergiewensen. Het gescheiden verwerken en kenbaar maken bij de gast dat gerechten aan bepaalde allergeneneisen voldoen worden als grootste uitdaging ervaren.

Allergenen op de menukaart brengt chaos!

Het merendeel van de restaurants en cafetaria's vermelden geen allergenen op de menukaart. De belangrijkste redenen hiervoor zijn menu- en/of ingrediëntwisselingen en om het overzichtelijk houden van de menukaart. Daarnaast, wanneer een gast zijn allergie zelf meldt kan er gericht op worden ingespeeld. Hierdoor kan er beter rekening worden gehouden met kruisbestuiving en specifieke wensen waardoor gerechten nihil hoeven worden aangepast.



Duidelijke communicatie op de verpakking is grootste wens

Ruim 80% van de ondervraagde beslissers vraagt om verduidelijking van communicatie omtrent allergenen op verpakkingen. Onder verduidelijking verstaat men:

- vetgedrukte teksten
- begrijpelijke(re) taal
- grotere letters
- direct vindbaar
- iconen voor diverse allergenen met daarbij een legenda

Daarnaast zouden beslissers graag meer gluten- en lactosevrije producten in het aanbod willen zien. Voor restaurants (glutenvrije producten 50% en lactosevrij 44%) geldt dit in hogere mate dan voor cafetaria's (glutenvrije producten 38% en lactosevrij 28%).

Inspiratie omtrent allergenen ontvangen beslissers bij voorkeur via een online nieuwsbrief.

Informatie over allergenen willen ze daarentegen liever via een geprinte brochure. Op het gebied van allergeneneducatie wensen restaurants online en offline workshops voor het personeel en een ingrediëntenoverzicht, waarin gevaren per productgroep en allergenen per product vermeld staan. Terwijl cafetariahouders liever online trainingen met een toetsing ter controle of een online/offline workshop willen.

De gast weet het ook niet altijd....

Een kroket eten terwijl je een glutenintolerantie hebt. Vragen om een veganistisch menu, terwijl de gast een leren jas en schoenen draagt. A4-tjes vol allergiewensen ontvangen voordat iemand komt eten. De foodprofessional kijkt ondertussen nergens meer van op. Maar dat ook de consument nog wat kan, mag en moet leren op het gebied van allergenen is een feit. We hebben nog wel wat te doen met elkaar!

“Heb ik de hele avond alle gerechten lactosevrij bereid voor een gast, bestelt hij als dessert een Dame Blanche!”

FOOD SERVICE | Denktank

De Foodservice Denktank is een initiatief van [Marketing4Results](#) en [Sligro Food Group](#) in samenwerking met [Horecava](#). Het doel is om snel, makkelijk en betaalbaar in contact te komen met foodprofessionals in de segmenten restaurants, cafetaria's en/of bar-cafés om inzicht te krijgen in hun behoeftes.

Ben jij beslisser binnen één van deze segmenten en wil jij jouw mening geven over relevante thema's voor jou en/of jouw bedrijf? Word dan lid van de Foodservice Denktank, door [hier](#) te klikken.