



Week van de Smaak

15 - 24 november 2007

Informatiebrochure voor deelnemers



Colofon

Redactie: Hilde Brepoels, Roel Daenen en Marc Jacobs

Eindredactie: Birgit Geudens en Hilde Schoefs

Teksten: Bert Anciaux, Hilde Brepoels, Roel Daenen, Katrijn D'hamers, Lut De Clercq, Stefaan De Clerck, Marc Jacobs, Yves Segers, Steve Stevaert, Kaatje Van Der Meiren en Jeroen Walterus

Beeldmateriaal: Centrum voor Agrarische Geschiedenis, Roel Daenen, Elishout Instituut – afdeling Tuinbouw, Fabio Marangon, Italiaans Instituut voor Buitenlandse Handel, Bart Van Der Moeren, Robert Van Duïren, Stad Genk – dienst Cultuur, Uitgeverij BMP



Vormgeving en cover: Kathleen Amant – www.amant.be

Druk: Drukkerij Leën, Hasselt

Een speciaal woord van dank voor de Italiaanse mamma's en nonna's: Maria Zangari, Nina Caltabelotta, Antonietta Bomboi en Maria Gracia Franchini. Dank ook aan Gert Philippeth van de dienst Cultuur van de Stad Genk.

Verantwoordelijke uitgever: Marc Jacobs, Vlaams Centrum voor Volkscultuur vzw, Gallaitstraat 76/2, 1030 Brussel

Wettelijk depot: D/2007/9461/1

Colofon	2
Inhoudstafel	3
1. Week van de Smaak	
Samen aan tafel voor de tweede Week van de Smaak!	4
I fiammanghi!	6
Het Charter van de Week van de Smaak in Vlaanderen	8
Het Kwaliteitscomité 2007	10
Lut De Clercq, eerste meter van de Week van de Smaak	12
Lekker eten is een basisrecht	14
2. De Wereld van de Smaak	
Kortrijk, Stad van de Smaak 2007	15
Dolce Italia	16
Mamma's en nonna's: de ongekroonde koninginnen van de Italiaanse keuken	18
INSCHRIJVINGSFORMULIER	31-38
3. Nu is het aan u. Inspiratie en tips voor een verrassend smakenpalet	
Lekkere ervaringen uit 2006	23
Mooie initiatieven in 2007	27
Doen!	29
Wees creatief en zorg voor een goede inhoudelijke uitwerking	49
Financiële en promotionele tips	52
4. Hoe kan u deelnemen?	
Deelnemen aan de Week van de Smaak	55
Algemene voorwaarden	62



Samen aan tafel voor de tweede Week van de Smaak!



Stellen dat de eerste editie van de Week van de Smaak in Vlaanderen een mooi succes was, is beslist niet overdreven. Vele tienduizenden mensen namen deel aan de meer dan 700 activiteiten die tijdens deze allereerste Vlaamse editie werden geserveerd. Allerlei groepen en organisaties gingen aan de slag en stonden garant voor een lekkere, gezellige en vaak verrassende activiteit. Een en ander bleef niet beperkt tot de onvolprezen vaste waarden in het culturele veld. Ook allerlei nieuwe spelers namen complexloos een rol op. Het was fantastisch dat cultuurverenigingen, vormingplus, cultuurcentra, musea, bibliotheken, archieven, ... een voorstel rond smaakcultuur uitwerkten. Het deed me buitengewoon veel plezier dat ook ziekenhuizen, kleuter- en lagere scholen, leefgroepen van mensen met een visuele of mentale handicap, sportclubs, bedrijven, restaurants en nog vele anderen volop en als vanzelfsprekend schitterende culturele projecten presenteerden. Er ontstonden heel nieuwe netwerken, bruggen en samenwerkingsverbanden. Deze kunnen hopelijk bij andere gelegenheden nieuwe cultuurprojecten activeren.

De Week van de Smaak heeft de zogenaamde schotten tussen spelers uit verschillende sectoren op een unieke wijze doorbroken. Dankzij de Week van de Smaak is er kans op kruisbestuivingen met actoren 'binnen' en 'buiten' de culturele sector. Iedereen gaat samen aan tafel. De Vrouwengilde met de jeugdbeweging, het museum met de kok van om

de hoek, de lagere school met de landbouwer uit de gemeente, de wijkwerking met de heemkundige kring, ... Ook binnen de culturele sector zijn er unieke kansen voor win-winsituaties. Projecten waarbij een muziekgezelschap, een mimespeler, vertellers en culinaire poëten van diverse pluimage samen een project uitwerken, zijn daar voorbeelden van.

De Week van de Smaak zet op een laagdrempelige en vanzelfsprekende wijze de deuren en ramen open voor een veel bredere participatie. Niet alleen diegene die zich anders moeilijker aangesproken voelt door het culturele aanbod, vindt een ingang of opstap via smaak en alles wat erbij komt. Ook allerlei groepen, instellingen en bedrijven worden zeer hartelijk uitgenodigd om mee te doen aan dit culturele evenement. De deuren staan breed open voor wie met een gezellig, creatief en kwalitatief voorstel komt.

Eetcultuur, gastronomie en smaak zijn stevige componenten van de Vlaamse cultuur. De Week van de Smaak wil hierin blikopener zijn. Zo zal de Vlaamse Gemeenschap, om dit idee kracht bij te zetten, voortaan elk jaar een project, organisatie of persoonlijkheid rond smaakcultuur met een speciale Cultuurprijs erkenning geven.



Zowel op televisie, radio, internet als in kranten en tijdschriften veroverde de Week van de Smaak op korte tijd een voorname plaats. Een plaats die traditie kan worden wanneer we onszelf in 2007 opnieuw verrassen met een pak prachtige initiatieven. Zo gaat dat met tradities, die maak je als gemeenschap zelf.

De tweede editie van de Week van de Smaak in Vlaanderen vindt plaats van 15 tot 24 november 2007. Aan tafel! Op korte termijn om te brainstormen en te plannen. Op lange termijn om volop te kunnen smaken.

Laat ons weten wat u wil doen. Na de zomer maken we het programma op grote schaal bekend. En in november is het dan weer zover.

Smakelijk!

Bert Anciaux
Vlaams minister van Cultuur, Jeugd, Sport en Brussel

I fiammanghi!

‘Fiammanghi’ is een woord dat helemaal niet bestaat.



© Week van de Smaak

Fiamminghi wel, dat is de Italiaanse omschrijving voor mensen die uit Vlaanderen komen of die er wonen. Het woord heeft ook een duidelijke culturele bijklank. Enkele jaren geleden bestond er in Vlaanderen een landelijk en zelfs internationaal scorende klassieke muziekgroep met die naam. In de kunstgeschiedenis staat I Fiamminghi voor de kunstenaars (vooral schilders en beeldhouwers) uit de Zuidelijke Nederlanden die zich in Italië – Milaan, Rome, het Brugge van het Zuiden of Firenze – gingen bijscholen of er hun talenten lieten woekeren, in het bijzonder schilders. Bij uitbreiding is I Fiamminghi de benaming voor de beroemdste kunstenaars uit onze streken, zoals de Vlaamse Primitieven, maar ook Rubens of de familie Breughel. Fiamminghi, zeker met hoofdletter, roept Erfgoed, Kunstgeschiedenis en Verfijnde Smaak op, en al die ingrediënten willen we meenemen. Italië is gastland tijdens deze tweede editie van de Week van de Smaak. U leest er alles over in deze brochure, met onder meer inspirerende verhalen, getuigenissen, ingrediënten en spetterende ideeën die een brug slaan tussen Italië en Vlaanderen.

Mangiare is het Italiaanse woord voor (lekker) eten. Als je de twee woorden door elkaar mengt, dan kom je uit bij de hoofdrolspelers van de tweede aflevering van de Week van de Smaak in Vlaanderen en Brussel. Het oorspronkelijke idee komt uit Zwitserland (en Frankrijk) en werd op impuls van minister Bert Anciaux vertaald naar de Vlaamse context. De verdere ontwikkeling gebeurt in Vlaanderen. Het Vlaams Centrum voor Volkscultuur – met daarbinnen de coördinatieceel van de Week van de Smaak – informeert, stimuleert,

1. WEEK VAN DE SMAAK

coördineert en waakt streng over kwaliteit maar geeft ook schouderklopjes en communiceert. In één werkwoord, het VCV bemiddelt.

Het zijn echter 'i fiammanghi', jullie dus, die het waar maken. De volgende maanden, in de lange lente van 2007, wordt iedereen uitgenodigd om activiteiten te bedenken, partners te zoeken en in voorstellen te gieten. Denk aan een groot feest op het Smaakcultuurplein waar talrijke groepen mensen samenkomen en iets meebrengen waar ze anderen (en zichzelf) van willen doen genieten. Alles wat er aangeboden wordt, ademt Cultuur uit. Sommigen spelen toneel over het feest van Babette. Anderen goochelen fantastisch met pizza's. Televisie- en radioploegen genieten zichtbaar na van het smaakfeest in hun eigen bedrijf en vertalen dit in hun prachtige reportages. Sterrenchefs worden op handen gedragen; kokende huisvaders die deze week een tandje bijzetten, ook. Voor kinderen gaat een wereld van smaken en geuren open. Bollebozen presenteren hun boek over de geschiedenis van de wafel of over wat geliefden zoal met chocolade en slagroom kunnen doen. Mensen die daarvoor doorgeleerd hebben, spreken zo heerlijk over erfgoed, smaken van de streek en streken van de smaak dat de toehoorders het water in de mond krijgen. Gelukkig wordt er overal gekookt, geproefd, gedegusteerd en leeg gelepeld.

Onze belangrijkste raad is om nu vooral partners te zoeken. Tafelen, vertellen, maken en genieten, luisteren, kijken en meemaken, ... doe je samen. Iedereen uit de culturele sector zouden we willen aansporen om ook eens te denken aan externe partners. Alle mensen in de horeca, het bedrijfsleven, het welzijnswerk enzovoort zouden we sterk willen aanraden om in de culturele sector partners te zoeken. Contacteer de cultuurbeleidscoördinator of de schepen van Cultuur in uw gemeente, zoek informatie bij een van de steunpunten van de Vlaamse Gemeenschap of kijk eens op www.cultuurnet.be: samen iets doen is soms een sleutel tot succes.

Verder hopen we dat van 15 tot 24 november zoveel mogelijk mensen participeren, een duur woord voor meedoen. De Week van de Smaak meemaken, we wensen het iedereen toe in 2007.

Ciao!

Marc Jacobs

Directeur van het Vlaams Centrum
voor Volkscultuur vzw

Hilde Brepoels

Coördinator van de Week van de Smaak
in Vlaanderen



Het Charter van de Week van de Smaak in Vlaanderen

De Week van de Smaak in Vlaanderen is:

- een organisatie van een aantal partners en wordt gecoördineerd door het Vlaams Centrum voor Volkscultuur vzw met de steun van de Vlaamse overheid;
- een evenement dat zoveel mogelijk mensen de kans wil geven om op een toegankelijke wijze kennis te maken met en te genieten van diverse eetculturen;
- een benadering van 'eten en drinken' vanuit een educatief, cultureel, culinair, toeristisch, economisch en sociaal perspectief met oog voor de gezondheid van iedereen;
- een feest van smaakervaringen.

De Week van de Smaak in Vlaanderen wil:

- gevoelig maken voor smaakvariatie;
- aandacht vragen voor eetcultuur als vorm van cultuur van het dagelijks leven;
- vakkennis en ambachtelijke vaardigheden (her)waarderen;
- gastvrijheid en gezelligheid nastreven;
- de gezondheid bevorderen door een gevarieerde en evenwichtige voeding;
- educatieve informatie aanbieden over voeding, smaken en eetculturen;
- de tradities van het culinair erfgoed koesteren én de culinaire vernieuwing stimuleren;
- kennis maken met de geschiedenis van eten en drinken in Vlaanderen;
- smaken, ingrediënten en eetculturen van over heel de wereld laten ontdekken;
- sensibiliseren over eerlijke handel, duurzame ontwikkeling en mondiale voedselvraagstukken;

1. WEEK VAN DE SMAAK

Het Charter wil een formeel kader schetsen en beschrijft de doelstellingen en de inhoudelijke accenten van de Week van de Smaak. Enkel activiteiten die beantwoorden aan het Charter en die voldoende culturele meerwaarde bieden, kunnen deel uitmaken van het programma van de Week van de Smaak.

- de uitwisseling van smaken en verhalen tussen jong en oud aanmoedigen;
- de verbeelding, de verhalen en de rituelen bij eten en drinken illustreren.

De Week van de Smaak in Vlaanderen betekent:

voor het onderwijs:

- een partnerschap tussen scholen en de professionals van de smaak;
- vakoverschrijdende smaaklessen met geschikt materiaal voor de lesgevers;

voor het publiek:

- de gelegenheid om één keer per jaar honderden smaakervaringen te beleven;
- een bevoorrecht moment om zich open te stellen voor culinaire verscheidenheid;

voor de deelnemers:

- de gelegenheid om hun producten en diensten voor te stellen aan het grote publiek;
- de erkenning van hun kennis en vaardigheden;
- een actieve deelname aan de bescherming van het culinair erfgoed;

voor de overheden:

- de erkenning van het maatschappelijk, het sociaal, het cultureel en het economisch belang van eetcultuur en gastronomie in het dagelijks leven;
- een versterking van het gemeenschapsgevoel rond een breed toegankelijk concept van eetcultuur in een interculturele en intergenerationele context.



Het Kwaliteitscomité 2007

Het Kwaliteitscomité van de Week van de Smaak heeft de belangrijke taak om de voorstellen tot deelname af te toetsen aan het Charter. Het wordt voorgezeten door Lut De Clercq.

Hieronder vindt u de volledige samenstelling van het Kwaliteitscomité (o.v.).

Felix Alen • chef-kok Hof te Rhode

Luc Ardies • directeur KMO-sectoren Unizo

Rob Belemans • stafmedewerker Vlaams Centrum voor Volkscultuur vzw

Claire Bosch • secretaris generaal FEVIA-Vlaanderen

Zohra Boucharafat • vzw Nakhla

Tine Bral • culinair journaliste Het Laatste Nieuws weekend - NINA

Hilde Brepoels • coördinator Week van de Smaak in Vlaanderen, secretaris Kwaliteitscomité

Jacques Collen • voorzitter studie- en expertengroep Academie voor Streekgebonden Gastronomie vzw

Stef Coninx • directeur Muziekcentrum Vlaanderen vzw

Jan Cools • vakgroepvoorzitter Kunsten aan de Hogeschool Sint-Lukas Brussel

Peter Dauwe • afgevaardigd bestuurder Steunpunt Welzijn vzw

Luc De Bauw • secretaris-generaal Fed. Ho.Re.Ca. Vlaanderen

Linda De Boeck • adjunct directeur Vlaams Instituut voor Gezondheidspromotie vzw

Helena De Brabandere • Toerisme Vlaanderen – Dienst Evenementen & Cultuur

Marc Declercq • culinair journalist De Standaard, Foodwriters.be

Lut De Clercq • chef-kok Backstage Catering Ancienne Belgique, voorzitter van het Kwaliteitscomité Week van de Smaak 2007

Filiep Defraye • directeur hotelschool Spermalie Brugge, secretaris EUHOFA

Brecht Demeulenaere • coördinator CANON-Cultuurcel

Goddie De Smet • voorzitter Vlaams Ouderen Overleg Komitee – Vlaamse Ouderen Raad

1. WEEK VAN DE SMAAK

- Katrijn D'hamers** • stafmedewerkster culturele diversiteit VCV vzw
- Fred Dhont** • directeur Socius vzw, Steunpunt voor sociaal-cultureel volwassenenwerk
- Frank Fol** • de Groentekok ® – Creatief Groenten Centrum
- Paul Gelders** • algemeen directeur GaultMillau Benelux
- Martine Godefroid** • Italiaans Instituut voor Buitenlandse Handel
- Peter Goossens** • chef-kok Hof van Cleve
- Agnes Goyvaerts** • culinair journaliste De Morgen
- Malika Hamza** • Ename Expertisecentrum voor Erfgoedontsluiting vzw en Cooking Classes Innovative Cuisine
- André Huyghebaert** • emeritus professor, UGent
- Piet Huysentruyt** • chef-kok
- Marc Jacobs** • directeur Vlaams Centrum voor Volkscultuur vzw
- Peter Jacobs** • coördinator De Wijde Wereld, journalist De Standaard
- Rieke Jacobs** • Blindenzorg Licht en Liefde vzw, directie Zicht Op Cultuur
- Leen Laenens** • voorzitter Oxfam-Wereldwinkels en Oxfam Fairtrade
- Géraldine Leus** • consulente Culturele Biografie Vlaanderen vzw
- Ching Lin Pang** • senior researcher Departement Sociale en Culturele Antropologie • K.U. Leuven
- Nancy Lippens** • productmanager Horeca Expo
- Neriman Palit** • Vormingplus Gent
- André Peeters** • culinair journalist Het Nieuwsblad – Het Volk
- Joris Scheers** • afdelingshoofd Agentschap Ruimtelijke Ordening Vlaanderen, Onroerend Erfgoed
- Peter Scholliers** • hoofd FOST-onderzoeksgroep Sociale en Culturele Voedingsstudies • VUB
- Bert Schreurs** • voormalig artistiek directeur Festival van Vlaanderen Gent en KlaraFestival
- Yves Segers** • coördinator Centrum Agrarische Geschiedenis vzw en Interfacultair Centrum Agrarische Geschiedenis • K.U. Leuven, docent EHSAL, Brussel
- Kristien Soete** • productmanager bio-, hoeve- en streekproducten VLAM
- Jean-Pierre Swerts** • cultuurbeleidscoördinator Stad Hasselt, vertegenwoordiger Stad van de Smaak 2006
- Arlette Thys** • Agentschap Kunsten en Erfgoed, Vlaamse Gemeenschap
- Nora Tommelein** • ondervoorzitster Nederlandstalige Vrouwenraad vzw
- Frank Van der Auwera** • hoofdredacteur Wijn trends
- Johanna Van der Heyden** • producer VRT, Klara
- Robert Van Duïren** • voorzitter Meesterkoks van België
- Yelena Van Immerzeel-Kharitonova** • Stichting Caravan Cultura
- Guy Van Neste** • voorzitter Vereniging van Vlaamse Sommeliers
- Tom Van Thienen** • directeur Steunpunt Jeugd – Vlaamse Gemeenschap



Lut De Clercq, internationale smaakambassadrice

Lut De Clercq kan je perfect zeggen wat popidool Iggy Pop graag na een optreden lust. En of de Beastie Boys ook beestig aan tafel zijn. Zij verzorgt immers al dertien jaar de artiestencatering in de bekende Brusselse concertzaal Ancienne Belgique. Ze heeft er gekookt voor meer dan duizend groepen en artiesten uit alle muziekgenres, waaronder Oasis, Suzanne Vega, Elvis Costello en Ry Cooder. Daarvoor was ze als kokkin op tour met U2, Pearl Jam en kookte ze voor Tori Amos toen die in Ierland een plaat maakte. Nog daarvoor liep ze stage in Amerikaanse restaurants en studeerde ze aan een prestigieuze Britse koksschool. Haar kookervaringen schreef ze in 2004 neer in *Backstage Kitchen. Koken voor artiesten*, een heerlijk kookboek, boordevol anekdotes. 2007 wordt voor haar het jaar waarin ze meter van de Week van de Smaak is.

Lut De Clercq, eerste meter van de Week van de Smaak

Dat chef-koks steevast mannen zouden zijn – of moeten zijn – is een hardnekkige mythe. Ik ben als eerste meter van de Week van de Smaak dan ook bijzonder trots dat ik deze rol op mij mag nemen. Ik voelde – en voel mij nog steeds – oprecht vereerd en ontroerd toen men mij vroeg om meter te worden. Als chef-kok en als gangmaker van de Week van de Smaak 2007 wil ik in het spoor van Peter Goossens, mijn voorganger en roerganger van het sterrenrestaurant Hof van Cleve, een lans breken voor het belang van een goede, gezonde en lekkere smaakcultuur.

Voor mij is de Week van de Smaak een initiatief dat een aantal waarden benadrukt waarin ik mij absoluut kan vinden en die ik als kok probeer kracht bij te zetten. De mobiliserende kracht die smaakcultuur ontegensprekelijk heeft, de niet-commerciële opzet van deze Week, het sociale karakter en de verbondenheid die van tafelen uitgaan, de authenticiteit en eindeloze inspiratie die talloze initiatieven zo uniek en waardevol maken, de rijkdom van ons culinair erfgoed, ... het zijn maar enkele aspecten van dit gebeuren dat ik zo mooi, inspirerend en ja, zelfs nodig vind.

1. WEEK VAN DE SMAAK



© Heikki



Als backstagekok van de Ancienne Belgique, België's bekendste en actiefste muziektempel, merk ik elke dag opnieuw welke belangrijke plaats smaakcultuur in ons leven inneemt. In de artiestenkeuken, op de eerste verdieping van de Ancienne Belgique, kook ik voor de artiesten die er optreden en hun crew. Ik heb de voorbije twintig jaar wellicht voor meer dan duizend rockers en heavy-metalbands, singer-songwriters, bluesartiesten, rappers, hiphoppers en reggae- en jazzmuzikanten gekookt. Dikwijls zijn zij maanden weg van huis en verblijven ze elke dag in een andere stad, bijna altijd met iemand anders die voor hen kookt. Als kok probeer ik hen – al is het maar voor heel even, voor de duur van een maaltijd – ‘thuis’ te doen voelen. En dat lukt alleen maar als je hoog mikt, door vers en lekker te koken, zoals je dat doet voor vrienden en familie.

De boodschap die ik als meter voor deze tweede editie van de Week van de Smaak wil uitdragen, is dan ook ambitieus. Probeer je good vibes uit in de keuken, met bekenden en onbekenden en beeld je in dat je met je gerechten een verhaal vertelt. Je hebt heus niet zo veel nodig voor smakelijke verrassingen. Met je ogen, je neus, je smaakzin en een vleugje avontuur heb je werkelijk alles in huis om de keukenartiest in jou wakker te kietelen ... of helemaal te doen openbloeien.

Lut De Clercq, Backstage Cooking Ancienne Belgique

Lekker eten is een basisrecht

© Robin Reynders



De programmabrochure van de allereerste editie van de Week van de Smaak deed watertanden: proeverijen, picknicks, culinaire tentoonstellingen, activiteiten in scholen, ziekenhuizen en bedrijven, concerten, literaire banketten en noem maar op. Het las bijna als een uitnodigende menukaart, waarbij je als lezer het luxeprobleem hebt dat je tussen al dat lekkers maar moeilijk kan kiezen.

Het succes van deze proefeditie toont duidelijk aan dat een breed initiatief rond smaakcultuur aanslaat in Vlaanderen. Talloze 'trekkers' hebben zich samen rond de tafel gezet om een creatieve activiteit uit te bedenken, waarbij de tafel al dan niet gedekt werd voor vrienden, kennissen, passanten en het grote, onbekende 'publiek'. Met hun gebaar hebben ze de wereld om zich heen een stukje kleiner en warmer gemaakt: opeens heeft dat onbekende gezicht van om de hoek een naam en een verhaal gekregen. Opeens hebben we een rijk smakenpalet ontdekt en zijn we iets vertrouwder geworden met die onbekende groente, vis, dat onbekend fruit of vlees. Niemand die nu nog raar opkijkt van spaghetti en souvlaki's. Diversiteit heeft al geruime tijd haar intrek genomen in onze keuken, laat ze nu ook een plaats veroveren in onze geest. Zelden is heel Vlaanderen zo bewust met eten en smaakcultuur bezig geweest.

Genieten van elkaars gezelschap mét al het lekkers dat de keuken ons kan schenken, laat dat de uitdaging zijn voor de volgende editie van de Week van de Smaak. Eten in gezelschap geeft een goed gevoel. Je kookt voor mensen die je graag mag, voor wie je het de moeite waard vindt tijd in de keuken door te brengen. Het gerecht haalt meer dan eens zijn eer uit het feit dat het met 'liefde' is bereid. Veel heb je daar heus niet voor nodig. Begin met een snuifje tijd. Vergeet de haastige kant-en-klaarmaaltijden die je rechtopstaand nuttigt, zet je neer. Gebruik je creativiteit en trek je stoute schoenen aan. Verzin je meest verrassende culinaire wereld en vraag iedereen die je kent of wilt leren kennen, om mee te doen. Kruid het met een beetje experiment en serveer. Zo maak je het verschil, en daarmee leg je de kiem van een betere wereld. Want waar je goed eet, is het goed om leven. En het is een waarheid als een koe: wie zich lekker in zijn of haar vel voelt, leeft beter en langer. Daarom pleit ik voor een permanente Week van de Smaak. Of nog, voor het basisrecht op lekker eten!

Steve Stevaert, Gouverneur van Limburg en voorzitter van het Beschermcomité van de Week van de Smaak in Vlaanderen

2. DE WERELD VAN DE SMAAK

De Groeningestad zet zich op de smakenkaart

Op 25 november 2006, de dag waarop het slotevenement in Hasselt van de eerste Week van de Smaak plaatsvond, droeg minister Anciaux de titel van Stad van de Smaak plechtig over aan Kortrijk.

Ook al moet de tweede Week van de Smaak nog plaatsvinden, toch willen we nu al de oproep lanceren aan steden, regio's en gemeenten om te kandideren voor de titel van 2008!

Kortrijk, Stad van de Smaak 2007



© Stad Kortrijk

Als burgemeester ben ik er bijzonder trots op dat Kortrijk tussen 15 en 24 november 2007 de titel 'Stad van de Smaak' mag dragen. Het grote slotevenement van de Week van de Smaak – deze rijke en verscheiden feestweek rond smaakcultuur – belooft in de Groeningestad een orgelpunt van formaat te worden. We beschouwen de titel dan ook als een opsteker voor iedereen in Kortrijk die zich dag in dag uit – dikwijls achter de schermen – inzet voor de brede smaakcultuur. Ik ben er dan ook vast van overtuigd dat elk van hen een reële bijdrage levert aan het welzijn én de welvaart van onze stad.



Kortrijk is van oudsher een stad van gastronomen en kooktalent. Onze stad heeft talrijke befaamde eettempels waar het heerlijk tafelen is. Streekproducten als de Kalletaart en de Mantenworst verlenen Kortrijk naam en faam tot ver buiten de stadsgrenzen. Bouwen ook mee aan de gedegen culinaire reputatie van onze stad: brouwerijen, delicatessenzaken, chocolademakers en artisanale fabrikanten van voedingswaren allerhande. Daarnaast zet Kortrijk zich hoe langer hoe meer op de kaart als stad van innovatie, creatie en design. Uiteraard mag goed, divers en lekker tafelen niet in dit rijtje ontbreken.

Kom zelf Kortrijk met eigen oren, ogen en mond ontdekken! Niet alleen tijdens de Week van de Smaak – wanneer talloze activiteiten de stad zullen doen gonzen – maar ook ervoor en erna. Wedden dat u uw zintuigen maar moeilijk zult kunnen geloven?

Stefaan De Clerck, Burgemeester van de stad Kortrijk

Van de hoge bergen in Italiaans Tirol, doorheen de Powlakte, over de zacht glooiende hellingen van Toscane, naar de 'eeuwige stad' Rome en langsheen de Apennijnen en de vurige Vesuvius, de stranden in Calabrië, de baai van Napels en aan gene zijde de Eolische eilanden ... Zo divers het Italiaanse landschap is, zo veelzijdig en verscheiden is haar keuken. Bovendien heeft de Italiaanse keuken door haar eenvoud, smakenpalet en talloze 'ambassadeurs' (emigranten, reizigers, smulpapen en kunstenaars) zowat de hele aardbol veroverd. Onze keuze voor Italië als gastland van de Week van de Smaak lag dus voor de hand.



Dolce Italia

Mijn liefde voor Italië dateert van 1984, toen ik een jaar in Siena doorbracht. Iemand uit Genk had me aan het adres geholpen van een zekere Padre Giovanni. Deze geestelijke vond een gastfamilie voor me, niet ver van het centrum van Siena. Ook toen ik bij deze familie was ingeburgerd, hield ik contact met Padre Giovanni en zijn confraters van de 'Padri Scalopi', de congregatie waartoe hij behoorde. Niet dat ik bijzondere religieuze interesses had. Mijn motivatie was een stuk 'aardser': naast sympathie was deze vooral van culinaire aard. Een etentje bij mijn aankomst in Italië ter ere van *la nostra amica belga*, had een prachtige traditie ingeluid: elke zondagmiddag, nadat Padre Giovanni de mis gelezen had in een wijkkapel van Siena, mocht ik mee naar Costalpino, voor een middagmaal – zeg maar feestmaal – in het landhuis van de Padri op enkele kilometers van Siena, temidden van wijngaarden, olijfbomen en cipressen.

Tijdens die zondagse momenten heb ik de Italiaanse (of beter: Toscaanse) keuken leren kennen.

De kokkinnen van dienst, drie inwonende zusters van de paters, waren van 's morgens vroeg al in de weer met het plukken van kruiden in de tuin: basilicum, salie en een soort chicorei, waarvan ik eerst dacht dat het konijnenvoer was, maar dat ik later op mijn bord terugvond en dat een delicatessie bleek te zijn.

2. DE WERELD VAN DE SMAAK



© I.C.E.



In de keuken mocht ik meekijken hoe alles werd klaargemaakt. Meehelpen deed ik niet, ik was toen nog een grote leek in de keuken en voelde me wat onwennig temidden van zoveel Italiaanse culinaire wijsheid. Keer op keer werd er uitgebreid getafeld en verschenen de heerlijkste gerechten op tafel: Toscaanse minestrone, geroosterd vlees, beignets van courgettebloemen, platbrood met druiven. Lekker wijn natuurlijk ook, zeker bij die paters. Een van hen was zelf zo'n geduchte wijnliefhebber dat zijn collega's hem met de bijnaam Don Litro bedacht hadden. En met zelfgemaakte likeuren besloten we keer op keer de dis.

Die zondagse middagmalen hebben voor onuitwisbare culinaire herinneringen gezorgd. Nog steeds kan ik me de smaak herinneren van vijgen die recht uit de tuin kwamen, van een bol échte mozzarella (van buffelmelk gemaakt en niet van koeienmelk zoals je ze hier doorgaans in de supermarkt vindt), van ricotta gemengd met koffie en cognac of van *cantucci* (kleine harde koekjes) gedoopt in *vin santo*. Ik zag er ook voor het eerst hoe koffie werd gemaakt in een *caffettiera*, een ijzeren espressoapparaatje, dat ik later mee naar België nam en bij vrienden en familie introduceerde.

1984 was voor mij een onvergetelijk jaar, en ik durf zo te vermoeden dat 2007 dat ook zal worden: met Italië als gastland kan de Week van de Smaak niet meer stuk.

Hilde Brepoels, coördinator van de Week van de Smaak in Vlaanderen

Mamma's en nonna's:

de ongekroonde koninginnen
van de Italiaanse keuken



© I.C.E.

Wie Italiaanse keuken zegt, zegt in één mond pasta, pizza, lasagne en nog talloze andere tongstrelende gerechten en ingrediënten. In geurige keukens wordt al dat lekkers bereid door de mamma's en de nonna's (grootmoeders), creatieve culinaire duizendpoten die hun kookkennis en -vaardigheden van generatie op generatie overleveren. Smaakcultuur bindt en brengt mensen bijeen, al was het maar in gedachten. Dat blijkt duidelijk uit de getuigenissen van twee Italiaanse vrouwen uit Genk.

2. DE WERELD VAN DE SMAAK

Maria Zangari, woont al sinds haar zevende in Winterslag, in de schaduw van de koolmijn. Oorspronkelijk komt zij uit Calabrië, in het puntje van de Italiaanse laars. Bij een kop sterke koffie vertelt zij haar verhaal.

Wij hadden geen kookboeken of zo, dus probeerden we allerlei recepten uit.

“Het was mijn mamma die mij heeft leren koken. Ik heb vooral over haar schouder meegekeken hoe zij bepaalde dingen deed ... Als je op die manier leert koken, leer je heel erg veel. Uiteindelijk moest ik het wel leren omdat zij ging werken en van mij verwacht werd dat ik voor het eten zorgde thuis. Als Italiaanse ouders vroeger ongetrouwde meisjes thuis hadden, stuurden ze die niet zo maar werken hoor, die leerden van de mamma wat ze behoorden te weten. Wij hadden geen kookboeken of zo, dus probeerden we allerlei recepten uit. Dat was natuurlijk met vallen en opstaan (lacht). Wat mijn ma kende, deed ze voor en ze verwachtte dat ik dat dan ook kon als ze terug van haar werk kwam. Ik was vijftien toen ik voor het eerst in de keuken aan de slag ging. Mijn vader is hier in 1948 in de koolmijn beginnen werken. De rest van het gezin is pas in 1953 – ik was toen zeven – naar België overgekomen. Wij waren thuis met zeven, vijf kinderen en mijn ouders. De jongens mochten allemaal studeren, de meisjes niet ... De meisjes, die moesten dan maar een man vinden hè (lacht).”

Heksen

“In Italië kookte mijn *nonna*, mijn grootmoeder. Daar heb ik eerlijk gezegd nooit hoeven te koken. Wij kinderen gingen naar school en mijn mamma ging toen werken op het veld, olijven oogsten en zo. 's Middags aten wij op school en 's avonds kookte mijn grootmoeder dan voor het hele gezin. Ja, wij aten toen twee keer per dag warm ... en dat ben ik blijven doen. Op school kregen we 's morgens eerst een klein ontbijt. Dat was toen zo'n bol, met koffie en melk en wat brood. En 's middags kregen we daar ook eten, dat was meestal pasta. En om



© Week van de Smaak






vier uur kregen we ook nog een broodje, met gelei ... 's Avonds was er dan vis of vlees, met aardappelen en veel groenten ... Op school werd er gekookt op een open vuur, in hele grote potten. Wij kinderen keken door de ramen naar binnen, en voor ons waren die mensen die aan het koken waren, precies heksen die in die enorme ketels roerden (lacht).”

“Mijn grootmoeder maakte echt zeer eenvoudige dingen klaar. Vis was er wel bijna iedere dag, net zoals zowat alle groenten. Vlees daarentegen was voorbehouden voor 's zondags of voor de grote feesten. Met Kerstmis, Pasen of carnaval stond er wel altijd vlees op het menu. Met carnaval werden de varkens geslacht en werd er worst gemaakt. In ons huis in Italië was de keuken op zolder. Daar was een open haard en daarbovenop was een bakoven. Een schouw was er niet, de rook moest gewoon door de dakpannen naar buiten. En aan de balken van het dak hingen er worst en spek ... te roken. In die tijd waren er immers erg weinig mensen die al een frigo hadden, en gerookt vlees kon bewaard worden. De kookpotten stonden op een ijzeren driepoot, sommige potten hingen aan een zware haak.”

Oliebollen met kabeljauw



“Ik heb uit Calabrië veel gebruiken meegebracht. Zo moet je bijvoorbeeld op 24 december een specifiek gerecht gegeten hebben om de kerstdagen in te gaan. Dat is een pastagerecht met broccoli, spaghetti, kikkererwten en ansjovis. Dat is heel lekker en dat proberen we op kerstavond altijd klaar te maken. Dat wordt echt nog steeds gedaan in Calabrië en bij de meeste emigranten uit onze regio. En met carnaval worden er olieballen met kabeljauw gemaakt. Dat is ook een traditie die levendig wordt gehouden. Pasen is dan weer de tijd om ronde broodjes met eitjes te maken. Die broodjes worden in de oven gebakken, met de eieren in de schaal er bovenop. Als het broodje klaar is, heb je ook een lekker gebakken eitje ... En als er kindjes zijn, wordt er een poppetje gebakken, en dan heeft dat poppetje ook een ei ... We noemen dat een *scuta*. En op 25 juli vieren we de patroonheilige van ons dorp. En dan maken we speciale macaroni's die we zelf kneden en vervolgens met een breinaald uitrollen. Er wordt dan een sausje van geitenvlees en tomaten bij geserveerd. Na deze macaroni's volgen dan de gevulde aubergines met gehakt. Dat hoort zo.”

“Of ik mijn recepten opschrijf? Daar zeg je nu iets. Ik heb een dochter verloren. Dat kind was bijna achttien toen ze stierf, ze is nu negen jaar geleden gestorven. Die stond letterlijk altijd achter mij. Die kwam van school en die kwam onmiddellijk achter mij staan om te kijken wat en hoe ik aan het klaarmaken was. Soms trapte ik op haar voet en zei ik: ‘Veronica, ik ga u nog pijn doen en door u ga ik nog eens vallen!’ En toen zei ze: ‘Maar mamma, ik moet toch zien

2. DE WERELD VAN DE SMAAK

wat je doet!’ Ik verstond daar echt niks van. Een tijdje na haar dood ben ik computerlessen gaan volgen. Zij had immers een computer op haar kamer staan en ik wou weten wat daar op stond. Toen heb ik diskettes gevonden. En de titel van hetgeen daar op stond was: *De kookkunst van mijn mamma*. En daar staan heel veel gerechten op die zij van mij had gezien en vervolgens genoteerd. Ik hoop daar ooit eens een boek van te maken.”

Antonietta Bomboi is de buurvrouw van Maria Zangari. Deze kranige vrouw kwam op haar 20^e naar België. Zij verliet haar dorp in Sardinië en kwam in Winterslag wonen. Zij ontvangt ons met feestelijke koekjes en geurige espresso.

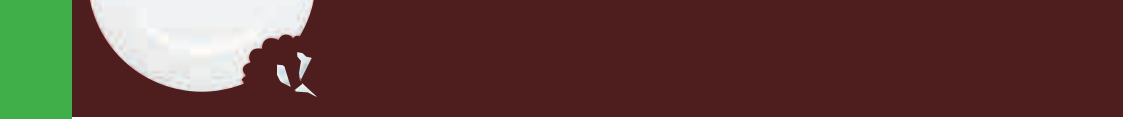
Het was erg hard

“Zoals de meeste Italiaanse meisjes, heb ook ik leren koken van mijn mamma. Maar eigenlijk probeerde ik gewoon ook heel erg veel uit, op mijn eigen manier. Ik probeer alle culinaire tradities van mijn land, van pasta tot allerlei zoetigheden, gebak, vlees, vis, ... Kookboeken gebruikte en gebruik ik niet. Ik ging gewoon aan de slag met de ingrediënten die voorhanden waren. Alleen vlees kwam zelden op tafel, dat was vroeger redelijk duur. Eigenlijk waren we thuis erg arm en hadden we niet

altijd evenveel keus wat we gingen koken. En in tegenstelling tot vroeger vind je vandaag de dag echt wel alles in de winkels en supermarkten. Toen moesten we ons behelpen met wat er op de markt te koop was. Ik herinner me dat we erg veel vis bereidden, vers uit de zee. En verse groenten, aardappelen, tomaten, boontjes, courgettes, en noem maar op. Alleen prei kenden we niet, die heb ik voor het eerst in België gegeten (lacht).”

“Eerst is de man van mijn oudste zus naar België gekomen, in 1957. Een paar maanden later volgde zij, en daarna ben ik gevolgd. In de allereerste plaats ben ik naar hier gekomen om voor mijn zus te zorgen, die ernstig ziek was. Ik vermoed dat ze door heimwee ziek is geworden.





Het leven was toch niet zo eenvoudig in die tijd. Mijn zus en schoonbroer woonden in een piepklein huisje, waar ik bij kwam inwonen. Wij woonden met z'n drieën in één kamer, die tevens als keuken functioneerde. Er was daar geen enkel comfort ... De stoof diende er zowel als verwarming als fornuis. Ja, het was erg hard, we hadden niet veel ... Maar toch waren we tevreden!”

Geen tijd voor hobby's

“Het was pas hier in België dat ik mijn man heb leren kennen. Aanvankelijk kon ik aan de slag in een hotel-restaurant, waar hij langskwam. En toen wij eenmaal getrouwd waren, was het voor mij niet meer mogelijk om nog geld naar huis te sturen. We moesten hier ook ons leven uitbouwen ... In het begin hebben we

Onze stoof stond altijd vol potten en pannen

echt zwarte sneeuw gezien. Algauw kregen we een kindje, en kwamen er twee van mijn broers uit Italië bij ons inwonen. Het jaar daarna kwam mijn jongste broer. Die was toen slechts 17! Voor mij betekenden al die mensen in huis toch een hele belasting, met veel verantwoordelijkheid. Eén van mijn broers vond namelijk geen werk, wat erg lastig was. Zonder dat mijn man dat wist, stopte ik hem geregeld wat geld toe. Ik zorgde ook dat er altijd eten op tafel kwam. Mijn broers en mijn man werkten allemaal in een ploegenstelsel, en meestal kwamen ze op verschillende tijdstippen thuis. Ze vertrokken ook op andere uren naar hun werk. Ik zorgde dus dagelijks voor drie verschillende ‘gangen’. Onze stoof stond altijd vol potten en pannen. Niet alleen om te koken, maar ook om water op te warmen om de was te doen, en ons te wassen. Ik was altijd bezig, er was geen tijd voor hobby's of uitstapjes ...”

“Ik maakte toen ook veel vleesbouillon, *brodo*, maar evengoed minestrone. Er kwam heel veel vlees op tafel. Mijn broers en man deden verschrikkelijk zwaar werk en hadden dat echt nodig. Ikzelf heb pas mijn eerste biefstuk gegeten toen ik zestien was! Ik was toen ziek en verzwakt. Mijn mamma had dat klaargemaakt en verplichtte mij om dat afgezonderd in de slaapkamer op te eten. Er was niet genoeg vlees voor iedereen ... Om de anderen te ‘sparen’ zette ze me toen apart ...”

“Nu ik wat ouder word, en mijn geheugen niet meer hetzelfde is, moet ik toch af en toe eens een recept opschrijven. Mijn schoondochter – een Belgische – noteert al die recepten, zo zijn we zeker dat deze ‘in de familie’ blijven. Als ik eens iets wil weten, vraag ik het aan mijn buurvrouw of de familie. Zo heeft iedereen wel zijn eigen gerechten. En het is altijd fijn om nieuwe dingen uit te proberen.”

Lekkere ervaringen tijdens de Week van de Smaak 2006

Voor de eerste editie van de Week van de Smaak tekenden meer dan 500 organisatoren in. Samen organiseerden ze zo'n 700 erg diverse activiteiten: tentoonstellingen, proeverijen, quizzes, buurtwerk, wedstrijden allerhande ... Veel te veel om op te noemen. Maar stuk voor stuk ging het over onze rijke smaakcultuur. Hieronder is – in kort bestek – een lijstje met inspirerende voorbeelden.

Geef eens een picknickmand door

Gert Philippeth van de dienst Cultuur van de Stad Genk over hun 'verenigenkettingpicknick': "Voor ons was het heel erg belangrijk dat we de ontmoeting tussen mensen en verenigingen zo veel mogelijk stimuleerden. De Week van de Smaak leek ons het ideale middel om een project uit te werken om mensen rond de tafel te krijgen. Ons idee was aanvankelijk: laten we iets doen waarbij de ene groep de andere iets geeft.

En zo zijn we uiteindelijk uitgekomen bij 'de reizende picknickmand'. Een vreedzaam en lekker idee, dat zeer goed heeft gefunctioneerd! Zonder moeite hebben elf lokale verenigingen aan het initiatief meegewerkt, met onder andere kookclubs, de KAV, een Marokkaanse moskee, een straatcomité en zelfs een theatervereniging! De resultaten waren echt onverdeeld positief. We hadden in die picknickmand een dagboekje gestoken, waardoor de ene vereniging aan de andere iets kon vertellen, met name over de bereiding of over de achtergrond van bepaalde recepten en gerechten. Ook was er telkens een 'overgavemoment' voorzien, waarbij het bestuur van vereniging A de mand aan het bestuur van vereniging B overhandigde. Dat was heus niet zo formeel, hoor ... Volgende editie doen we zeker opnieuw mee, en gaan we nog een stap verder. We denken eraan om een grote afsluitpicknick voor alle deelnemers te organiseren, maar ook om meer manden te laten circuleren. Zoals iedereen weet, zijn er nogal wat



© dienst Cultuur, Stad Genk



Italianen en dito verenigingen in Genk, dikwijls georganiseerd per regio. Elk van die regio's hebben eigen gerechten en gebruiken ... Dat belooft dus héél smakelijk te worden. Want daar draait het toch om? Elkaars nieuwsgierigheid prikkelen en elkaar verrassen!”

Proeven in het voetbalstadium

Robert Van Duïren, voorzitter van de Vereniging van Meesterkoks van België over *Wat is pocheren, wat is fileren, wat weet ik van peren?* dat zij in het voetbalstadium van RSCA Anderlecht organiseerden: “Toen ik voor het eerst van de Week van de Smaak hoorde, dacht ik onmiddellijk dat we met de Meesterkoks naar de scholen moesten gaan.



© Robert Van Duïren

Maar toen bedachten we dat

we daar misschien toch niet in de beste omstandigheden zouden kunnen koken. Vervolgens zijn we gaan aankloppen bij RSCA Anderlecht, waar een studiegenoot van mij in de keukens staat. Bovendien is er veel ruimte, is het makkelijk bereikbaar en kijken kinderen ook heel erg op naar de voetbalsterren. Zij waren onmiddellijk akkoord. Daarna heb ik de VLAM aangesproken – het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing – dat ons heeft voorzien van vis en groenten. Aan de hand van een aantal ‘degustatietafels’ wilden we de kinderen confronteren met hun smaakkennis. Zo was er een tafel met twintig soorten vis, een tafel met fruit en een tafel met vlees. We voorzagen ook een wedstrijd, een klasfoto, een bezoekje aan het stadium en een smakelijke verrassing. Weet je, veel meer dan een les over gezond eten en voeding, zijn we ervan overtuigd dat de boodschap veel beter aankomt door zo’n ervaring als deze. Dat is althans toch de boodschap die de scholen ons nadien hebben gegeven. En met zo’n 600 leerlingen uit de laatste twee jaren van het lager onderwijs die we op zo’n korte tijd bereikt hebben, ben ik ervan overtuigd dat we op het goede spoor zitten.”

Dineren met een handicap

Marijke Van Remoortere, medewerker ‘vrije tijd’ bij de vzw Kompas hielp mee *Dineren met een handicap* organiseren: “Onze bedoeling was om mensen

met en zonder een handicap dichter bij elkaar te brengen en elkaar te leren kennen. Samen in de keuken werken en daarna de maaltijd opeten, het leek ons een mooi project voor de Week van de Smaak. In gemeenschappelijk overleg tussen onze vrijwilligers, de mensen met een handicap en de deelnemers aan de activiteit hebben we zowel een aantal kookplaatsen uitgezocht – waaronder een heus restaurant in Gent – en een menu samengesteld. Zo hebben we onder meer samen konijn klaargemaakt, een primeur voor zowel de koks als degenen die het hebben opgegeten. Het was voor iedereen een verfrissend en aangenaam gebeuren en ik stel vast dat we enkel positieve reacties hebben gekregen. Ja hoor, volgende keer zijn we er zeker opnieuw bij!”

Met de zintuigen fruit en kruiden ontdekken

De afdeling Tuinbouw van Elishout, school voor voeding, sloeg de handen in elkaar met Blindenzorg Licht en Liefde en Kasterlinden, een secundaire school voor jongeren met gehoor- en gezichtsproblemen. Samen dokterden ze *Blinde ontdekkingsstocht in de proeftuin van Roosdaal-Pamel* uit en een *Bomenhoroscoop in de afdeling Bloementeel te Anderlecht*. Volgens de teeltleiders Luc Smets, Sonja Van Mulders en Siegfried Anthoons “beschikt Elishout over een enorme verscheidenheid aan fruit-, laan-, sierbomen en sierheesters, alsook een uitgebreide kruidencollectie. Om die variëteit en verscheidenheid duidelijk te maken aan blinden en slechtzienden hebben we een voel- en proefparcours ontworpen. Het zijn de leerlingen zelf die deze ontdekkingsstocht hebben ontworpen en uitgewerkt. Ze stonden ook in voor de begeleiding van de bezoekers. Ze proefden de diverse appelrassen, betastten de takken en de schors van bomen, maakten kennis met de kenmerken van de bomen uit de bomenhoroscoop, ontdekten de geuren verspreid door de verschillende kruiden. Het was voor iedereen een heel bijzondere ervaring. Voor onze leerlingen, die een mooi project hebben gerealiseerd, en uiteraard ook voor de bezoekers. Deze vonden het bijzonder prettig om zo goed door zo'n jonge gasten te worden begeleid.”



© Elishout Instituut



Haar naam was Marie Thumas

“Eigenlijk hadden we gewoon een oproep gelanceerd over de conservenfabrikant Marie Thumas, in het kader van onze publicatie over het leven in de jaren '50,” vertelt Sylvie Dhaene, conservator van het Huis van Alijn in Gent. “Niet alleen verzamelaars van reclameartikelen en ex-medewerkers van de conservenfabriek contacteerden ons, maar ook kotstudenten, huisvaders en grootmoeders. De reacties lieten er geen twijfel over bestaan: Marie Thumas is een Belgisch icoon. De naam roept bij mensen veel meer op dan alleen ‘groenteconserven’ of ‘conservenfabriek’. Marie Thumas is ‘jeugdsentiment’. De oproep bracht herinneringen aan vroeger naar boven. Veel blikken bleken omkleed met persoonlijke verhalen. Blikken met geschiedenis. Vaak nostalgie naar moeders keuken en de geur van verse soep, maar ook herinneringen aan familiefeesten. Marie Thumas was kwaliteit, een ‘goed merk’ in de volksmond.”

Mogen we even opscheppen?

De Universitaire Ziekenhuizen Leuven wilden tijdens de Week van de Smaak hun beste beentje voorzetten. Luc Vanhaverbeke, diensthoofd faciliteiten van de Universitaire Ziekenhuizen Leuven vertelt: “Voor onze patiënten is smaak een heel belangrijk, want herkenbaar gegeven. Naast het medische aspect en de vriendelijkheid van ons personeel is het smaakgegeven iets waar we hier

toch de nodige aandacht aan geven. Tijdens de Week van de Smaak hebben we ervoor gekozen elke dag iets uit een andere provincie te koken, zeg maar de specialiteiten van elke provincie. Daarnaast maakten we elke dag een speciaal krantje, met informatie over wat er op het menu stond, kruiswoordraadsels, een grapje, taalspelletjes en noem maar op. Ook voor onze personeelsleden hebben we die week iets speciaals gedaan. Elke dag hadden we een ander gerecht uit de wereldkeuken. Volgende editie kunnen we zeker met het thema Italië erg leuke dingen doen. Vermoedelijk zullen ook de ALMA-studentenrestaurants meewerken, waardoor het bereik en de weerklank van de Week van de Smaak binnen de universiteit nog groter worden.”



Mooie initiatieven in 2007

Tijdens de Week van de Smaak kijken we, samen met heel Vlaanderen, uit naar de meest creatieve voorstellen.

Organiseren en samenwerken is iets dat tijd vraagt. Maar ook ambitie, de zin om buiten de lijntjes te kleuren en mensen te verrassen.

Het Centrum voor Agrarische Geschiedenis (CAG) en het Ename Expertisecentrum voor Erfgoedontsluiting vzw hebben zich nu al gemeld voor de Week van de Smaak, elk met een verrassend initiatief.

Rode kool met appeltjes

Rode kool met appeltjes. Niet alleen een parel uit moeders keuken, maar ook een lekker, gezond en actief erfgoedprogramma met groenten en fruit van vroeger en nu in de hoofdrol!

© Centrum voor Agrarische Geschiedenis



Van pastinaak via bloemkool tot paksoi. Misschien lust u liever aardpeer, spruitkool of tuinkers? Appelen en peren zijn er in overvloed maar de Belgische tafeldruif blijft even verlokkelijk. En dan hebben wij het geeneens over de zalig smeltende aardbei. Geen probleem, u wordt op uw wenken bediend ...

Van lente 2007 tot begin 2008, van West-Vlaanderen tot Limburg en zelfs in Nederlands-Limburg en Wallonië. U verkent de diepvriesregio, de hopstreek, het land waar het miniwitloof zich thuis voelt en daar waar grote broer nog altijd gedijt. Maar u kunt ook halt houden in het centrum van de groenteteelt of even verder genieten van het witte goud. En vergeet vooral niet de verrassend veelzijdige champignon te leren kennen!

Tientallen partners nodigen u uit om tentoonstellingen te bezoeken, te wandelen langs bloesems en hoogstamboomgaarden, te lezen, te luisteren naar boeiende sprekers, te proeven van de lekkerste gerechten en te koken met vergeten groenten en fruit.



Tijdens de Week van de Smaak 2007 zijn overigens heel wat 'Rode kool'-partners uitermate bedrijvig, onder meer met een educatief aanbod voor lager en secundair onderwijs.

Is uw appetijt gewekt? Voor meer info kunt u terecht op de projectwebsite www.rodekool.be en bij Eddie Niesten, Centrum Agrarische Geschiedenis, Vlamingenstraat 39, 3000 Leuven, tel. 016 32 35 25.

Rode kool met appeltjes is een initiatief van het Centrum Agrarische Geschiedenis (CAG), het Openluchtmuseum Bokrijk en het Museum voor Industriële Archeologie en Textiel (MIAT). Het project loopt in nauwe samenwerking met tientallen partners uit de wereld van erfgoed, landbouw en platteland.

Talloor

Sinds eind 2006 pakt het Ename Expertisecentrum voor Erfgoedontsluiting vzw uit met het project Talloor - Culinair erfgoed in Oost-Vlaanderen. Talloor verzamelt verhalen rond culinaire tradities en verwerkt deze tot portretten op de website www.talloor.be. Zo wil het Ename Expertisecentrum ons rijk culinair verleden bundelen én door het brede publiek laten (her)ontdekken. Al wie nog een stukje van dit culinair erfgoed in ere houdt, kan dit laten meeproeven door het via de website op de talloor te scheppen. In het kader van de Week van de Smaak 2007 kunt u in Ename uw eigen culinaire tradities inspreken in de Talloorbox. En smakelijke keukenhistories van anderen ontdekken.

Info bij het Ename Expertisecentrum voor Erfgoedontsluiting vzw, www.talloor.be, tel. 055 33 17 35 (Kaatje Van Der Meiren).



Doen! Inhoudelijke tips en suggesties

U bent creatief, bruist van de ideeën en de Week van de Smaak is volledig uw ding? Prima! Neem dan als de weerlicht het inschrijvingsformulier in het midden van deze brochure. Toch presenteren wij u hieronder een paar van onze wildste ideetjes, ter inspiratie voor een goede inhoudelijke uitwerking.

Als u nog geen idee heeft wat u tussen 15 en 24 november 2007 kan of zal doen, moet u daar (voorlopig nog) niet van wakker liggen. Onze remedie tegen besluiteloosheid, lege pagina's voorstellen en nachtelijk gepieker is redelijk eenvoudig. Zoek één grote tafel, nodig iedereen uit die kan helpen (vrienden, burens, collega's, familie, concurrenten, personeel, enz.) en neem de tijd om een ambitieuze en creatieve smaakactiviteit uit te werken. Zoek wat u bindt (of net niet) en kunt (of net niet), leer elkaar beter kennen. The sky is the limit! Door samen ideeën te spuien, komen dikwijls de leukste voorstellen naar boven.

Niets voor u, denkt u? Niks van. Dit is dé kans voor u(w organisatie). Tijd om bruggen te slaan, om in beeld te komen. Eten en laten eten, genieten en doen genieten.



Van oud tot jong, voor iedereen, ook voor ú!

Opa en oma zetten de feestneus op

Vergeet het klassieke schoolfeest. Ruim baan voor de oma's en opa's! Zij doen iedereen versted staan met hun kookkunsten en de straffe verhalen uit hun schooltijd. De dagelijkse lepel levertraan, het rauwe ei in een glas melk, de (toen nog niet) vergeten groenten ... Stel een menu (of dessertjesbuffet) samen 'uit de tijd van toen', de tijd dat uw (groot-)ouders op school zaten. De (klein-)kinderen zorgen voor animatie, met verhalen, liederen, goochelnummers en dansen. Een fotocollage uit de oude doos zorgt voor de spreekwoordelijke kers op de taart.

Snoep gezond op school

Tijdens de Week van de Smaak belandt de snoep- en frisdrankenautomaat op school in een donker hoekje. In plaats daarvan bereidt elke dag een andere klas een gezond fruit- en/of groentesapje, met producten uit de streek. De klas

die met de beste ideeën voor de dag komt, gaat een dag op uitstap naar een groentemuseum of een andere inspirerende plek.

De wereld op uw bord

Hoe goed kent u uw (mede-)leerlingen? Wat komt er bij hen thuis op het bord? Benut de multiculturele samenstelling van de klas om op culinaire ontdekkingstocht te gaan. Couscous, tajine, bortsch, pizza, baklava, slakken, ... hebben na de Week van de Smaak geen enkel geheim meer voor u! Proeven is leuk, maar probeer zeker ook uit te vissen welke gebruiken en tradities er rond sommige gerechten bestaan. Verzamel recepten en geef een boekje uit.

Latijn-Grieks dood?

Wat aten die oude Romeinen? Kunt u de evolutie van het Romeinse Rijk op culinair vlak volgen? At men in Athene anders dan in Sparta? En wat in Efese? Wat waren de belangrijkste handelsroutes, wie zorgde voor wat? En kan er iets gezegd worden over onze streken tijdens de Gallo-Romeinse tijd? De Griekse les wordt voor één keer heel praktijkgericht. De leerlingen kokkerellen in groepjes Griekse gerechten. Uiteraard met de juiste benamingen voor gerecht en ingrediënten.

Raad (en eet) uw plaatje op school

Koffie, groeit dat hier op de akker? Mango's, papaya's en limoenen, waar komen die vandaan? Geef uw leerlingen een wereldkaart en laat ze aanduiden uit welke landen ze voedingsproducten thuis in de koelkast en de voorraadkast aantreffen. Als groepswork kunnen ze ook de uitdaging opnemen om uit zoveel mogelijk verschillende landen producten te spotten.

Straffe kost? Straffe verhalen!

Niets zo gezellig als samen lekker eten en drinken. Heel wat recepten zijn bovendien voorwerp van familiegeheimen en worden doorgegeven van ouders op kinderen. Ontrafel deze geheimen, organiseer een ontmoetingsmoment waarbij iedereen zijn smaakverhalen kan vertellen. Nodig uw burens of klasgenoten uit voor een proeverij van uw lievelingseten en -drinken en vertel waarom u deze gerechten zo bijzonder vindt.

Vervolg op pagina 39

Inschrijvingsformulier

Week van de Smaak in Vlaanderen

15 tot 24 november 2007

- ❖ U kan enkel dit formulier (versie 2007!) gebruiken om uw actie aan te melden.
- ❖ Vul steeds de verplichte* velden in en schrijf leesbaar a.u.b. (drukletters).
- ❖ Kruis een vakje (○) aan waar nodig.
- ❖ U kan slechts één actie invullen per formulier (neem kopieën van dit formulier indien u meerdere activiteiten wenst aan te melden, of vraag meer exemplaren aan.)
- ❖ Dit formulier kan u ook downloaden van de website.
- ❖ Lees best vooraf de algemene voorwaarden die opgenomen zijn in de informatiebrochure en die u kan downloaden van de website.
- ❖ De inschrijving voor non-profitorganisaties (o.a. verenigingen, vzw's, scholen e.d.) is gratis.
- ❖ Profitorganisaties (o.a. horeca, (voedings)bedrijven, kmo's, zelfstandigen e.d.) betalen een inschrijvingsvergoeding van 50 euro per aangemelde actie.
- ❖ Stuur dit formulier **ten laatste op 31 mei 2007** ingevuld terug naar: de Week van de Smaak in Vlaanderen, p/a Vlaams Centrum voor Volkscultuur vzw, Gallaitstraat 76/2, 1030 Brussel.

Voor meer informatie:

Tel.: 02 243 13 50

E-mail: info@metsmaak.be

Web: www.weekvandesmaak.be/deelnemers

Bedankt voor uw medewerking !



1. Een aantrekkelijke titel voor de activiteit (max. 250 karakters) (verplicht)*:

.....

.....

2. Duid aan welk type activiteit u in de Week van de Smaak wenst te organiseren (verplicht)*: (U kan meerdere mogelijkheden aanduiden.)

- | | |
|--|--|
| <input type="radio"/> Artistieke activiteit | <input type="radio"/> Gastland van de Smaak: Italië |
| <input type="radio"/> Product in de kijker | <input type="radio"/> Culinair erfgoed, tentoonstellingen |
| <input type="radio"/> Literaire activiteit | <input type="radio"/> Smaak op school (activiteiten onderwijs) |
| <input type="radio"/> Uit eten (speciaal menu) | <input type="radio"/> Opendeur, wandeling, rondleiding |
| <input type="radio"/> Diversiteit in smaken | <input type="radio"/> Proeven, kooklessen, demonstratie |
| <input type="radio"/> Stad van de Smaak:
Kortrijk | <input type="radio"/> Educatieve activiteit, lezing, studiedag |

3. Beknopte omschrijving van de activiteit (max. 400 karakters) (verplicht)*: (Geef hier een wervende aankondiging op voor publicatie in de programmabrochure en op de website.)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Eventueel bij de activiteit ‘optredende’ artiesten, sprekers, begeleiders of gezelschappen (volledige naam van een persoon of een organisatie):

1. Naam:

2. Naam:.....

5. Doelgroepen naar leeftijd (voor wie is de activiteit bedoeld?):

(U kan meerdere mogelijkheden aanduiden.)

- | | | |
|---|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="radio"/> Voor iedereen | <input type="radio"/> Kinderen 3+ | <input type="radio"/> Jongeren 12+ |
| <input type="radio"/> Volwassenen (18+) | <input type="radio"/> Kinderen 6+ | <input type="radio"/> Jongeren 15+ |

6. Andere specifieke doelgroepen waarvoor uw activiteit eventueel bedoeld is: (U kan meerdere mogelijkheden aanduiden.)

- | | | |
|--------------------------------|---------------------------------|---|
| <input type="radio"/> Gezinnen | <input type="radio"/> Studenten | <input type="radio"/> Allochtonen |
| <input type="radio"/> Scholen | <input type="radio"/> Senioren | <input type="radio"/> Personen met handicap |
| <input type="radio"/> Holebi | <input type="radio"/> Kansarmen | <input type="radio"/> Andere: |

7. Publieksbereik (verplicht)*:

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Lokaal (wijk/buurt/eigen gemeente) | <input type="radio"/> Nationaal (landelijk) |
| <input type="radio"/> Regionaal (provincie) | <input type="radio"/> Internationaal (activiteit in het buitenland) |



8. Gegevens van de organisator (verplicht)*:

Naam organisatie: (verplicht)

.....

Straat/nummer/bus: (verplicht)

.....

Postcode/gemeente: (verplicht)

.....

Telefoon/gsm: (verplicht)

E-mail: (verplicht)

Website organisatie:

Geef een contactpersoon op voor de Week van de Smaak:

Naam: (verplicht)

Telefoon/gsm (direct): (verplicht)

E-mail (persoonlijk): (verplicht)

.....

Administratieve gegevens v/d organisator:

De organisatie is een: profitorganisatie non-profitorganisatie

Geef hier het **facturatieadres** van de organisatie, indien verschillend van adres hierboven:

Naam:

Straat/Nummer/Bus:

.....

Postcode/Gemeente:

.....

9. Geef aan waar de activiteit plaatsvindt (d.w.z. de 'locatie') (verplicht)*:

Naam locatie: (verplicht)

.....

Straat/nummer/bus: (verplicht)

.....

Postcode/gemeente: (verplicht)

.....

(Opgelet: activiteiten worden in de programmabrochure op naam van de gemeente gerangschikt.)

Telefoon/gsm: (verplicht)

E-mail: (verplicht)

Website locatie:

10. Duid aan waar het publiek terecht kan voor informatie over de activiteit en voor reservering (indien nodig) (verplicht)*:

Bij de organisator (fiche 8)

Bij de locatie (fiche 9)

Bij een andere dienst of organisatie:

Naam: (verplicht)

.....

Straat/nummer/bus: (verplicht)

.....

Postcode/gemeente: (verplicht)

.....

Telefoon/gsm: (verplicht)

E-mail: (verplicht)



11. Toegang tot de activiteit (prijs, voorwaarden, toegankelijkheid) (verplicht)*:

Gratis

Betalend - prijs (bv. 5,50 euro of 4,00-12,00 euro):

Omschrijving prijs (bv. kortingen, groepen, enz.):.....

.....

.....

Andere toegangsvoorwaarden en **info reservering:**

.....

.....

.....

12. Aanwezige voorzieningen (in de locatie – plaats waar de activiteit doorgaat):

- Faciliteiten voor rolstoelpatiënten aanwezig
- Faciliteiten voor doven en gehoorgestoorden aanwezig
- Blindenvoorzieningen aanwezig

13. Toegang tot de activiteit (verplicht)*:

- Open: voor iedereen toegankelijk.
- Besloten: enkel voor leden, klanten, leerlingen van de eigen school, enz.

14. Wanneer vindt de activiteit plaats? (verplicht, kies één van de 3 mogelijkheden) *

1. **Eén tijdstip:** (Opgelet: enkel van 15/11 tot 24/11/2007)

- Datum (bv. 20/11/2007): _ _ / _ _ / _ _ _ _
- Aanvangsuur (bv. 18:15): _ _ : _ _ u.

2. **Meerdere tijdstippen:** (Opgelet: enkel van 15/11 tot 24/11/2007)

- Datum: _ _ / _ _ / _ _ _ _
- Aanvangsuur: _ _ : _ _ u.
- Datum: _ _ / _ _ / _ _ _ _
- Aanvangsuur: _ _ : _ _ u.
- Datum: _ _ / _ _ / _ _ _ _
- Aanvangsuur: _ _ : _ _ u.
- Datum: _ _ / _ _ / _ _ _ _
- Aanvangsuur: _ _ : _ _ u.
- Datum: _ _ / _ _ / _ _ _ _
- Aanvangsuur: _ _ : _ _ u.
- Datum: _ _ / _ _ / _ _ _ _
- Aanvangsuur: _ _ : _ _ u.
- Datum: _ _ / _ _ / _ _ _ _
- Aanvangsuur: _ _ : _ _ u.
- Datum: _ _ / _ _ / _ _ _ _
- Aanvangsuur: _ _ : _ _ u.

3. **Periode (data)** (bv. tentoonstelling):

- van _ _ / _ _ / _ _ _ _ tot _ _ / _ _ / _ _ _ _
- Openingsuren: van _ _ : _ _ u. tot _ _ : _ _ u.
- Openingsdagen:



De ondertekenaar verklaart dat hij/zij kennis heeft genomen van de **algemene voorwaarden** van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen' en dat hij/zij ermee akkoord gaat (algemene voorwaarden: zie informatiebrochure en website).

Gedaan te:

Op (datum):

Naam:

Handtekening:

Graag dit formulier terugsturen (a.u.b. niet faxen) aan:

de Week van de Smaak in Vlaanderen
p/a Vlaams Centrum voor Volkscultuur vzw
Gallaitstraat 76/2 – 1030 Brussel
info@metsmaak.be



In samenwerking met CultuurNet Vlaanderen

Kampvuur en koken, twee handen op één buik

Inductieplaten, hightechkeukeninstallaties ... behoren stilaan standaard tot elke keuken. Ga de uitdaging aan om met nat hout en twee lucifers een vuurtje te stoken waarop u een eenvoudige maaltijd kan koken. Snor kampvuurliederen op, nodig de burens uit en maak er een gezellige avond in de koele novemberlucht van. De lokale jeugdbeweging geeft het goede voorbeeld en zet haar beste beentje voor. Iedereen van het dorp of de wijk wordt uitgenodigd voor een heerlijk maaltje, bereid op een houtvuur. De tafels en stoelen zijn stevig vastgesjord volgens de regels van de kunst. Daarbij kan de KSA leren van de Chiro, de scouts van de KLJ (en uiteraard ook vice versa). Bestaat er typische kampkost? Een boterham met bruine suiker? Vertel honderduit over die keukenverhalen. Laat proeven, stook uw vuur op en zing een lied!

Vrijheid, blijheid. Koken op kot

Jongelui die de deur van het secundair achter zich dichttrekken, springen een gat in de lucht als ze op kot kunnen/mogen. Maar ... wat staat er bij hen op het menu? Begeleid uw leerlingen en toon hen dat u zelfs met weinig geld een lekker menu in elkaar kan draaien. Organiseer een wedstrijdje 'Met 3,00 euro een driegangenmenu bereiden'. De winnaar krijgt een kurkentrekker!

Onrust in het rusthuis

Onrust, haast onlusten, ontstond er in dat ene rusthuis dat niet meedeed aan de Week van de Smaak. Ook gezien of gehoord op radio en tv? Laat het u niet overkomen. Het was pijnlijk: in al die andere rusthuizen hadden de begeleiders en verzorgers wel hun huiswerk gemaakt en favoriete gerechten uit de tijd van toen voorzien, de hele week lang. In andere rusthuizen hadden ze zich wel op tijd aangemeld, wel Week van de Smaak-onderleggers besteld (en gekregen), wel een middag samen met de kleinkinderen gekookt, wel hippe wraps met rode kool gegeten, wel de jeneverdegustatie gedaan, de biersoort-geblinddoektproeven-examens afgelegd, wel de krant en de regionale tv over de vloer gehad, wel die interviewende studenten ontvangen, ...

De kleuren van de regenboog in uw bord: diversiteit troef!

Eten is delen

Samen zijn en genieten van eten en elkaars gezelschap is fijn, maar wat met de mensen die uit de boot vallen? Zij die onvoldoende middelen hebben om



elke dag warm eten te maken: de daklozen en de vluchtelingen? Organiseer, zoek partners bij de lokale restaurants, groente- en fruithandelaars en maak iets lekkers klaar. Zo heeft u in een handomdraai een hartverwarmend feest.

Met Dionysos de wereld rond

Wijn wordt overal ter wereld geproduceerd, ook in Vlaanderen. Doorgaans komt de wijnkeuze bij de maaltijd pas op de tweede plaats. Dat kan anders! Draai de rollen om en start de planning van uw maaltijd bij de wijn, waarbij deze keuze bepalend is voor wat er op het bord komt. Steek moeiteloos grenzen over, en serveer wijn uit diverse landen. Zoek op wat de karakteristieke eigenschappen zijn van elke wijn, wat de oorsprong is en kruid de maaltijd met verhalen waarin Dionysos, de wijngod uit de oudheid, de hoofdrol speelt.



© I.C.E.

Denk globaal, eet lokaal

Pluk de vruchten van de aanwezigheid van verschillende smaakculturen in uw eigen gemeente. Verschillende gemeenschappen en subculturen - jong/oud, vrouw/man, Congolees / Turks / Marokkaans / Indonesisch / Braziliaans ... staan voor nog meer variatie aan smaken en gewoonten. Organiseer met de zelforganisaties uit de buurt een wandeling langs verschillende zaken voor proeverijen, kook samen of bedenk samen nieuwe smaken. Adressen van zelforganisaties vindt u via de cultuurdienst van uw gemeente.

(F)e(es)ten

Eten en drinken vormen belangrijke onderdelen van feesten en rituelen zoals het breken van het brood in de christelijke eucharistie, het uitdelen van dadels bij het aanbreken van de ramadan. Niet alleen communiceren gerechten,

ze worden ook op speciale wijze bereid en maken deel uit van een sociaal gebeuren. Kent u de betekenis van ingrediënten en gerechten van uw bureu? Melk als symbool van gastvrijheid in de Marokkaanse keuken? Het paaslam bij de plechtige communie? Organiseer een tentoonstelling of een eetmoment met aandacht voor de gerechten bij levensrituelen. Encsceneer een Ghanees of Japans huwelijk. Maak een leuk receptenboekje van de gerechten en hun betekenissen.

Allergieën, roet in het eten

Gluten, tin, ijzer, suikers, zuivelproducten, ... Voor sommige mensen is voedsel bereiden (en daarbij horend: op restaurant gaan, bij vrienden aanschuiven) een heus hindernissenparcours. Organiseer een 'allergievrije maaltijd' die is afgestemd op een aantal van de meest voorkomende voedselallergieën. Neem een diëtist onder de arm die het hoe en waarom van deze onaangename voedselphenomenen uitlegt, laat zij die allergieën hebben hun verhaal doen, samen met de *do's en don'ts* van de allergievrije keuken.

Van pannenkoeken krijgt u mooie ogen

Het is in 2006 bewezen: pannenkoeken bakken leidt rechtstreeks naar de titel van Miss België en later een tv-carrière. Je kan er dus echt niet vroeg genoeg mee beginnen, en dat geldt ook voor jou, Mister Vlaanderen (in spe). Er zijn 1001 manieren om pannenkoeken te bakken en maar tien dagen Week van de Smaak. Daarom wordt de Moeder van alle pannekoekenfestijnen georganiseerd.



De tuin is gansch het volk

In Gentbrugge hebben de tuinders van de vele volkstuintjes aan de Scheldeboorden het nuttige aan het aangename gekoppeld. Na de eerste vrieskou van november zijn de spruitjes immers in optima forma om gegeten te worden. In het midden van de buurt hebben ze hun tenten opgeslagen om voor het eerst in de geschiedenis een groot spruitjesbal te houden. Naast de klassieke hutsepot wordt er spruitjessoep geserveerd, spruitjesrollade en spruitjesquiche. Kleine vuuroventjes verspreiden een aangename gloed. Omdat de buurtcomités van Gentbrugge, Ledeborg en Sint-Amansberg tijdig op voorhand hebben overlegd, heeft elke inwoner van deze Gentse deelgemeentes een uitnodigingsfoldertje in de bus gekregen. In de volkstuintjes ziet het die avond in november dan ook zwart van het volk, wat mooi contrasteert met het groen van de spruitjes.

Duizend boeken en granaatappels

Strip-tease en tableau vivant

Stripboekhandels, stripmusea, stripliefhebbers en amateur-toneelgezelschappen werken samen aan het plan. Ze mogen in de grote winkelstraat verschillende etalages vullen. Beroemde eetscènes, te beginnen met de slotmaaltijden van Nero (wafels)

en Asterix, worden uitgebeeld. Wie ze allemaal juist kan raden en door het lot geselecteerd wordt, kan zijn of haar gewicht in stripverhalen winnen.



© Standaard Uitgeverij Antwerpen - België

De zoete broodjes van de boekhandel

De tijd voor outing is aangebroken! 2007 is het jaar waarin de boekhandels het verschil kunnen maken tijdens de Week van de Smaak. Elke zichzelf respecterende boekhandelaar mag deze keer niet ontbreken. Kijk gewoon rond: hoeveel kookboeken en andere boeken over eten en drinken staan er wel niet in de winkel? Lezingen en dialogen met koks in de winkel is nog braaf; dat kan best straffer. Sommige kookboeken verkopen als zoete broodjes, waarom eens niet mét? Spreek dat af met de bakkerij van de overkant, die – voor één keer mag het – smaakvolle boeken tussen de pistolets heeft staan. De groetehandelaarster en de kruidenier van om de hoek hebben ook uw boeken tussen hun waren staan, bij u staat er toch ook dat mandje wortelen en peren? Adverteer die verwarring en kruisverwijzing volop. De literaire lezing in de tearoom lokt andere belangstellenden dan normaal, net als de kruidenlikeur- of bonbondegustatie in uw winkel.

Milkemelkemel karwitsel karditsel kardol

Beste melkbrigadiers, de voorbije jaren waren jullie slapende mollen in ons land. Tijd om op te staan! Ja, na al die jaren komt het uit: grootvader

of misschien zelfs vader waren lid van de legendarische Melkbrigade. De emblemen om op de mouw te naaien, de speldjes M, het boek voor goede daden, ... Het is hoog tijd dat het boek en de tentoonstelling gemaakt worden, dat wij, Melkbrigadier For Ever, er zo massaal kunnen gaan kijken dat dit project zijn eigen leven gaat leiden. De Melkbrigade! Nostalgie is niet meer wat het ooit geweest is.

Groente- en fruittheater

De creatieve duizendpo(o)ten onder de leerkrachten gooien het eens over een andere boeg. In plaats van de klassieke ‘poppenkast’ ontwerpt hij/zij nu een theatervoorstelling met groenten en/of fruit. Het verhaal ontardt in een veldslag, waarbij alle hoofdrolspelers door de mixer veranderen in een ... heerlijke soep. Die wordt na de voorstelling geserveerd. In een apart kamertje kunnen kinderen zelf groentepoppen maken en er een improvisatie mee brengen.

Forza la cucina italiana!

Op Italiaanse maat gesneden

Deze editie van de Week van de Smaak met Italië als gastland is op maat gesneden van de Italiaanse gemeenschap om de verscheidenheid en rijkdom van de Italiaanse eetcultuur in de kijker te zetten. Zelforganisaties (verenigingen van ‘migranten’) of Italiaanse restaurants kunnen Italiaanse recepten bereiden en laten proeven door hun bezoekers. Als u graag wilt samenwerken kunt u adressen van zelforganisaties opvragen via de landelijke verenigingen van migranten (zie www.socius.be), bij de integratiecentra (zie www.vmc.be) of de cultuurdienst van uw gemeente.

Een passie voor pasta

Pasta – Italiaans voor deegwaren – zou als thema op zich al een hele Week van de Smaak kunnen vullen: zoveel variëteiten zijn er, zoveel is erover gezegd en geschreven.

Nodig een aantal mamma’s uit die een demonstratie geven over hoe je zelf pasta maakt: sommigen hebben misschien nog een *bigolaro* (primitief keukenapparaat van vóór de uitvinding van de pastamachine), een *cavarola* of een *ferretta*. Laat hen pastadeeg maken en de regels van het pasta koken toelichten.



Heb het over de verschillende soorten pasta's, het onderscheid tussen *pasta secca* en *pasta fresca*, *pasta lunga* en *pasta corta*, *pasta strisce* (gesneden uit deegplakken) en *ripiena* (gevuld). Alle mogelijke varianten van kort (*penne, farfalle, orecchiette, spirali, fusili, ...*) tot lang (*spaghetti, tagliatelle, maccheroni, lingue, capellini, bavetti, bucatini ...*) en met welke sauzen ze het best samengaan. De combinatie van pasta en een saus is in Italië een wetenschap op zich.

Leg uit hoe u pasta kleurt, welke ingrediënten u gebruikt voor de vullingen.

Nobele onbekenden

Pasta alla carbonara en *pizza* kent iedereen, maar doe ook iets met minder bekende maar daarom niet minder typische Italiaanse gerechten of producten, zoals *polenta, bresaola, pasta e fagioli, ...* Speur die Italiaanse chef-kok in uw gemeente op en organiseer een heuse kooksessie!

Eten in de Italiaanse kunst

Ook hier mogelijkheden in overvloed.

Theaterauteur Carlo Goldoni, een van de vaders van de *comedia dell'arte*, hield net zo veel van lekker eten en drinken als van zijn geboortestad Venetië. Bekend bijvoorbeeld is zijn portret van de Venetiaanse oliebollenbakster die de heerlijkste *fritole* bereidde.

Van de Italiaanse componist en meester van de *opera buffa* Gioacchino Rossini zijn er veel uitspraken terug te vinden over diens grote hobby, *la buona tavola*. Sommige van zijn recepten zijn echte klassiekers geworden, zoals de *maccheroni stringati*. Vele koks hebben bovendien een aantal van hun creaties opgedragen aan de componist, zodat er momenteel meer dan honderd recepten in omloop zijn met de toevoeging *alla Rossini*.

Doe iets rond de beroemde filmscene uit *Il Gattopardo* van Visconti, gebaseerd op een beschrijving van een feestmaal bij de Siciliaanse adel door Giuseppe Tomasi di Lampedusa. Deze laat zich lezen als een verhandeling over de gastronomische bevlogenheid van de Siciliaanse adel in die tijd, het verwerpen van de geldende regels van de haute cuisine als een 'afgrijselijk buitenlands gebruik' en de resolute keuze voor de voedzame, overvloedige Siciliaanse burgerkeuken. Met als ultieme symbool de enorme *Timbalo di maccheroni* (macaronisoufflé).

INSPIRATIE EN TIPS VOOR EEN VERRASSEND SMAKENPALET



Feesten en gerechten

Net zoals bij ons gaan in Italië bepaalde feesten gepaard met specifieke gerechten of producten. Zo is er met Kerstmis de *Panettone*, met Pasen de *smacafam*, met carnaval de *fritole*, ... Tijdens de Week van de Smaak kunt u het hele jaar op uw bord beleven.

Italiaanse grappa en Vlaamse Jenever

Serveer een avondvullend programma over *grappa*, de bekende Italiaanse jeneverdrank die gemaakt is van druivenresten. Nodig een ambachtelijke Italiaanse producent uit en organiseer samen met een Vlaamse jeneverstoker een proeverij van verschillende soorten Italiaanse grappa's en Belgische jenever.

Design en gastronomie

Italië gastland en Kortrijk Stad van de Smaak, dat moet esthetisch vuurwerk geven. Maak een brugje tussen design en lekker eten: organiseer een etentje op een onverwachte (kunstzinnige) locatie, een wedstrijd voor het mooiste 'Week van de Smaak'-pastabord of -spaghettibestek, laat kinderen tekeningen maken over de Italiaanse keuken en gebruik die voor etiketten op grappa- of wijnflessen.

In de bres voor de palazzo's

In België bestaat een organisatie die zich inzet voor het behoud van de Venetiaanse *palazzo's* (www.veneziaviva.be). Organiseer een volledig Venetiaans diner waarvan de opbrengst naar de restauratie van zo'n *palazzo* gaat. Of doe hetzelfde voor Vlaams (bedreigd) erfgoed.

De langste tafel

Typisch Italiaans is het grote familiefeestmaal met grootouders, ooms, tantes, kinderen, kleinkinderen aan één lange tafel. Diezelfde lange tafel vindt u ook terug op buurtfeesten. Legendarisch bijvoorbeeld zijn de culinaire buurtfeesten die er in Siena door de verschillende *contrada's* gegeven worden naar aanleiding van de *Palio*, de beroemde paardenrennen.

Organiseer een feest met de langst mogelijke tafel. Hierop zijn vele varianten mogelijk:

- ❖ zoveel mogelijk generaties aan een tafel;
- ❖ zoveel mogelijk Italiaanse regio's aan een tafel (heel Italië – Sicilië en Sardinië inbegrepen – samen aan tafel in Vlaanderen);
- ❖ een groot banket voor Italië-fans met aansluitend een quiz.

Giro d'Italia

Elke regio in Italië heeft zijn eigen culinaire specialiteiten. Bereid met partnerorganisaties of uw collega's een gerecht uit elke streek en maak zo een culinaire *Giro d'Italia*.

La belga

Ons eigen witlof staat in Italië bekend als *insalata belga*, of kortweg *la belga*. Er bestaan een aantal Italiaanse recepten met onze Vlaamse trots als voornaamste ingrediënt. Waarom geen internationaal witlofbanket, waarbij elke nationaliteit zijn versie van witlof brengt?

Bar Luigi

Iedereen denkt aan wijn wanneer het over Italië gaat, maar er zijn nog zoveel andere bekende Italiaanse dranken: *limoncello*, *nocino*, *Amaretto di Saronno*, *Campari*, *grappa*, *Fernet*, *sambuca* ... En vergeet de espresso niet, in al zijn varianten. Of het Italiaanse mineraalwater, *frizzante* of *liscia*. Er is stof genoeg om dit alles met achtergrondinformatie en verhalen te kruiden.

Hou deze bar, net als in Italië, de hele dag open en laat iedereen, net als in Italië, zijn drank rechtstaand nuttigen.

- ❖ serveer 's morgens koffie met brioches;
- ❖ om 10u een espresso of slokje *spumante*;
- ❖ tijdens de middagpauze een *tramezzino* (een rijkelijk belegde sandwich, die eventueel in het tosti-ijzer krokant gebakken wordt);
- ❖ na 17u een aperitief, bij voorkeur bitter (*Campari*, *Aperol*, of andere bitters op kruidenbasis of droge *spumante*);
- ❖ na het avondeten *caffè latte* of *espresso*, waarvan de werking 'gecorrigeerd' wordt door een *amaretto*, een *grappa* of een *sambuca*.



Week van de Smaak-olijfolie

Midden november is zowat de start van de olijvenpluk in Italië. Trek tijdens de Week van de Smaak met een groep vrienden naar Toscane of naar Zuid-Italië en kom terug met uw 'eigen' olijfolie. Ontwerp zelf het 'Week van de Smaak'-label voor deze flessen.

Dolci italiani

Intussen kent zowat iedereen de ciabatta, het Italiaans stokbrood. Maar er is meer te beleven in de Italiaanse bakkerij. Aan alle Vlaamse bakkers die tijdens de Week hun winkel willen opfleuren met een Italiaans accent: bak en verkoop specialiteiten zoals *panettone*, *panforte*, *cassata*, *biscotti*, ... Geef klanten achtergrondinformatie en recepten mee.

Pinot Italia

Iedereen kent wel klassieke druivensoorten als de *chardonnay* en de *sauvignon blanc*. Maar Italië – nota bene na Frankrijk de grootste wijnproducerende natie ter wereld – heeft ook eigen druivensoorten, de *nebbiolo* en de *sangiovese*. Het zijn twee blauwedruivensoorten die tot de beste van de wereld worden gerekend. Ga op zoek naar wijnen waarin deze druivensoorten verwerkt zijn. Pluis de wijnkaart van de Italiaanse delicatessenhandelaar om de hoek uit, onderwerp de etiketten aan een nauwkeurig onderzoek, laat een sommelier aanrukken die de Italiaanse wijngeheimen uit de doeken doet ... en vergeet niet te proeven! *Salute!*

'Pizza Bert'

Iedereen kent ronde pizza's, met de klassieke namen als *Quattro Stagioni* en *Primavera*. Verzin een nieuwe vorm (een Italiaanse laars?) en nieuwe combinaties. Nodig uw burens uit en laat hen raden wat u hebt klaargemaakt. Als trendsetter verovert u hierdoor misschien een plaatsje op de Italiaanse menukaarten wereldwijd.



© I.C.E.

Wees creatief & zorg voor een goede inhoudelijke uitwerking

Er zijn duizend-en-een benaderingen en invalshoeken mogelijk voor de Week van de Smaak. Ook in deze editie krijg je weer volop de kans om met een creatief en origineel idee aan de slag te gaan. Verras ons met uw voorstel!

Nog meer dan vorig jaar is de bewaking van de kwaliteit – “mag het iets meer zijn” – van het aanbod een absolute prioriteit, een belangrijke taak die is weggelegd voor het Kwaliteitscomité van de Week van de Smaak. Dit comité, bestaande uit experts uit verschillende beleidsdomeinen, werd in 2006 in het leven geroepen en heeft als belangrijkste opdracht het aftoetsen van alle voorstellen tot deelname aan de Week van de Smaak aan het Charter. De screening gebeurt na het afsluiten van de inschrijvingsperiode en vóór het samenstellen van de programmabrochure.

Activiteiten die niet of onvoldoende beantwoorden aan het Charter, voorstellen die te weinig culturele meerwaarde bieden of te commercieel getint zijn, zullen niet aanvaard worden of dienen bijgestuurd te worden.

Lees dus aandachtig het Charter, werk uw initiatief inhoudelijk uit, zorg voor die culturele meerwaarde!



© Week van de Smaak



Enige ambitie in de voorstellen die u uitwerkt, is meer dan welkom. Probeer uzelf te verbazen. Zoek daarom creatieve of ongewone partners, ga uit van ieders sterke kanten en probeer het onderste uit de kan te halen.

Ter illustratie geven we u hieronder enkele voorbeelden van voorstellen die geweigerd zouden worden en van voorstellen die zonder problemen de programmaprochure zouden halen. Bij de 'goede' voorbeelden, zijn we met opzet ver gegaan in de inhoudelijke uitwerking, om duidelijk te maken hoe belangrijk creativiteit en samenwerking met andere partners zijn.

Kan niet

Een restaurant schrijft zich in voor de Week van de Smaak met een viergangen-'Week van de Smaak'-menu, dat aan een vaste prijs wordt aangeboden.

Dit voorstel biedt geen culturele meerwaarde, is te commercieel, is niet inhoudelijk uitgewerkt.

Kan wel

Een restaurant schrijft zich in voor de Week van de Smaak met een viergangenmenu volledig in het teken van de Purusgarnaal en de Sint-Jacobsschelp. De uitbater heeft zijn huiswerk gemaakt en contact gezocht met promotoren van streekproducten. Er zijn tijdens de week volop informatiefolders over de Purusgarnaal als erkend streekproduct beschikbaar voor de gasten. Er wordt aan de ingang van het restaurant een aardige, door een kustgemeente voor de Week van de Smaak gemaakte en uitgeleende postertentoonstelling getoond over het leven van garnaalvissers op schepen en met paarden in de 19^e en 20^e eeuw. Klanten die het menu nemen, krijgen



© Bart Van Der Moeren

een kopie van de teksten van de tentoonstelling als klein boekje achteraf mee. Tijdens de week komt een klas uit de lagere school op bezoek in de keuken. Zij krijgen uitleg over hoe lekker een garnaal is en hoe garnalen gepeld moeten worden, gevolgd door een proeverij. Het restaurant heeft tijdig het lokale Vormingpluscentrum gecontacteerd, waardoor er tijdens de Week van de Smaak een lezing van een bekende voedingshistoricus op het programma staat. Deze komt met veel animo het ongemeen boeiende verhaal vertellen van de Sint-Jacobsschelp door de eeuwen heen. Na afloop worden de aanwezigen verwacht in het restaurant en krijgt de lezing een smakelijk vervolg.

Kan niet

Een vereniging viert tijdens de Week van de Smaak haar 20-jarig bestaan en organiseert een receptie met Italiaanse proevertjes. Deze receptie meldt de vereniging aan als activiteit van de Week van de Smaak.

Proevertjes louter in het teken van het gastland plaatsen is op zich onvoldoende. Dit heeft te weinig culturele meerwaarde.

Kan wel

Naar aanleiding van haar 20-jarig bestaan houdt een vereniging een Italiaanse *Ricevimentissimo*. Hoewel het woord in het Italiaans strikt genomen niet bestaat, staat het tijdens de Week van de Smaak voor een overtreffende trap van receptie. In de weken voor het evenement werden zeven groepjes gevormd die elk een speciaal gerechtje uit een andere streek van Italië inoefenen. Bij de uitnodiging voor de receptie krijgen alle deelnemers een kaart met twee Italiaanse woorden en steekkaarten met informatie over een schilderij (waar eten op te zien is) uit de renaissance. Aan de hand van een aantal tips die de deelnemers bij elk gerecht geserveerd krijgen, wordt het smakelijke *Ricevimentissimo*-spel gespeeld. De oplossing van het raadsel zit verstopt in een reuzentaart, die op het einde van het spel wordt aangesneden en geserveerd.



© Fabio Marangon



Financiële en promotionele tips

Neemt de Week van de Smaak (een deel van) de kosten voor haar rekening? Mag ik inkomgeld vragen voor een activiteit? Moet ik inschrijvingsgeld betalen om te kunnen deelnemen aan de Week?

De inschrijving voor non-

profitorganisaties zoals vzw's en scholen is gratis. Aan organisaties uit de profitsector zoals horeca, bedrijven en kmo's zal een inschrijvingsvergoeding worden gevraagd voor de administratieve kosten van 50,00 euro per aangemelde activiteit. Dit bedrag wordt gefactureerd nadat wij uw deelname hebben bevestigd. Alle financiële lasten voor het organiseren van uw eigen activiteit zijn voor uw rekening.



© Bart Van Der Moeren

Hoe kan ik de kosten van mijn activiteit dekken?

Uiteraard is het niet verboden om als profit- of non-profitorganisatie inkomgeld te vragen zodat uw activiteit de gemaakte kosten dekt. Wij vragen u wel de toegangsprijs tot uw activiteit zo democratisch mogelijk te houden. Als blijkt dat u uw kosten niet kunt dekken door het innen van inschrijvings- of inkomgelden, of wanneer u de voorkeur geeft aan een gratis evenement, dan kunt u op zoek gaan naar sponsorgeld of subsidies.

Hoe geraak ik aan sponsoring?

Voor sponsoring (of niet-geldelijke vormen van ondersteuning) zoekt u naar een partner die zich door uw activiteit wil profileren en waarmee u ook wenst samen te werken. Een lokale bakker, café, restaurant of winkel is misschien een mogelijkheid, omdat het meestal toch over eten en drinken gaat, maar denk ook aan bv. lokale mediapartners of financiële instellingen

(banken, verzekeringskantoren). Er zijn talloze mogelijkheden. Stel een goede overeenkomst op met uw sponsor(s), zodat de afspraken duidelijk zijn. Deze overeenkomst mag echter niet indruisen tegen de algemene voorwaarden voor deelname aan de Week van de Smaak. U kunt de algemene voorwaarden achteraan in deze brochure vinden.

Voor interessante en praktische tips over sponsoring, zie: www.cultuurnet.be/front/inhoud/detail.jsp?id=79831 (deze link kan wijzigen).

U kan ook te rade gaan bij uw provincie- of gemeentebestuur voor subsidies, logistieke, infrastructurele en/of promotionele ondersteuning. Ga eens praten met de schepen of de gedeputeerde verantwoordelijk voor Cultuur of Toerisme, of pluis de bestaande subsidiereglementen uit die meestal op de website van de gemeente of provincie te vinden zijn, of vraag ze bij de betrokken gemeente of provincie. U kunt ook de lokale cultuurbeleidscoördinator benaderen in uw gemeente (voor meer info en een lijst van coördinatoren: www.cultuurlokaal.be).

U kan ook tips en informatie vragen aan de lokale toeristische dienst of eventueel de 'vrijetijdswinkel' van uw gemeente. Denk ook aan uw eigen netwerk. Hoe meer u de boodschap verspreidt, hoe meer kans u maakt om de juiste perso(o)n(en) te ontmoeten.



Hoe communiceer ik mijn activiteit(en)?

De Week van de Smaak verbindt zich ertoe om met diverse mediapartners een landelijke communicatiecampagne te ontwikkelen. Op die manier worden de activiteiten tijdens de Week van de Smaak ruim bekendgemaakt. Uw activiteit wordt eveneens opgenomen in de programmabrochure die in oktober op grote schaal verspreid zal worden. Datzelfde programma zal ook na te lezen zijn op de websites www.weekvandesmaak.be en www.cultuurweb.be.

Voer ook zelf op lokaal niveau promotie voor uw evenement. U kan daarvoor gebruikmaken van de promotiekit (affiches, flyers, programmabrochures) die we u ter beschikking stellen. Let wel: één promokit is gratis, de rest kan u vanaf september tegen een kostendekkende vergoeding bijbestellen.

Lees meer over communicatie en promotie op p. 59.

• U kan lokale promotie voeren via:

- ❖ de gemeentelijke communicatiekanalen (gemeentelijke website, magazine, reclamepanelen);

- ❖ regionale dagbladen, de lokale radio en de regionale tv-stations;
- ❖ uw eigen communicatiekanalen (website, tijdschrift, e-zine, correspondentie, sms, newsgroups, maar ook de goede, oude mond-aan-mondreclame);
- ❖ affiches, flyers of folders (zie ook promotiekit);
- ❖ bedrijven in de buurt. Spreek met de personeelsdienst af dat ze uw info verspreiden in ruil voor een kortingtarief of een aantal gratis kaartjes.

Er zijn heel diverse vormen van regionale samenwerking mogelijk. CultuurNet Vlaanderen heeft een volledig en gebruiksklaar lijstje opgesteld, zie: www.cultuurnet.be/front/inhoud/detail.jsp?id=168338 (deze link kan wijzigen).

Bepaal ruim op voorhand welk promotiemateriaal u nodig zal hebben en via welke kanalen u promotie wil voeren. Wij vragen u bij uw eigen lokale promotie het logo (beeldmerk) van de Week van de Smaak in Vlaanderen te vermelden en ook het campagnebeeld te gebruiken. U kan dit beeldmateriaal downloaden van onze website, of u kan het bij ons aanvragen.

• Als u de (lokale) pers wil benaderen denk dan aan het volgende:

- ❖ op de site van CultuurNet Vlaanderen vindt u een omvangrijke lijst met regionale perscontacten (www.cultuurnet.be/front/downloadDocument.jsp?id=168277) (deze link kan wijzigen);
- ❖ benader een journalist persoonlijk met een 'kapstok', d.w.z. een goed verhaal, met 'nieuswaarde', een originele invalshoek, een opmerkelijk gegeven, enzovoort;
- ❖ maak een persmap die u aan geïnteresseerde journalisten kan bezorgen;
- ❖ organiseer een persconferentie op een moment dat journalisten beschikbaar zijn (meestal in de voormiddag). Wees beschikbaar voor journalisten, ook 's avonds. Lokale freelancecorrespondenten zijn overdag door de week meestal niet vrij.

Schakel eventueel een (lokale) bekende persoon (de BV) in om uw activiteit te promoten. Maak op tijd de nodige afspraken met die persoon.

Wenst u zelf de landelijke media te benaderen om een overeenkomst met hen te sluiten, dan kan dat enkel gebeuren na overleg met de Week van de Smaak in Vlaanderen.

4. HOE KAN U DEELNEMEN?

Deelnemen aan de Week van de Smaak

Wie kan deelnemen?

Met deelnemer bedoelen we iedereen die een actie organiseert tijdens de Week van de Smaak in Vlaanderen, en die hierbij de algemene voorwaarden om deel te nemen onderschrijft. Iedereen kan in principe deelnemen aan de Week van de Smaak: zowel grote instellingen, organisaties en bedrijven als kleinere verenigingen, kmo's of zelfstandigen. Zowel de profit- als de non-profitsector. Ook individuele initiatieven zijn mogelijk. U kan een actie organiseren voor een bepaald doelpubliek (onderwijs, jeugd, senioren, enz.), voor uw klanten, leden of voor het grote publiek. Zowel kleine, lokale acties als grotere 'evenementen' kunnen aangeboden worden in de Week van de Smaak.



© Bart Van Der Moeren



Als u een activiteit aanmeldt in het inschrijvingsformulier of als u online een activiteit voor de Week van de Smaak invoert in de Cultuurdatabank, verklaart u zich akkoord met de 'algemene voorwaarden' van de Week van de Smaak in Vlaanderen: dit is een juridisch document dat noodzakelijk is om zowel uw als onze rechten en plichten te omschrijven en dat voor de organisatoren en de bezoekers garandeert dat het evenement kwaliteitsvol en correct kan verlopen.

Wat is een 'actie'?

Onder een 'actie' wordt verstaan elke onderscheiden activiteit die door één of meerdere deelnemers wordt georganiseerd tijdens de Week van de Smaak in Vlaanderen.

Omwille van de vindbaarheid van de acties in de brochure en op de website is het noodzakelijk dat u elke actie apart aanmeldt:

- ❖ indien u eenzelfde actie op meer dan één locatie (plaats) aanbiedt en u wenst dat deze actie per locatie vindbaar is, moet u elke actie per locatie apart aanmelden. Bijvoorbeeld een actie rond lokale streekproducten in meerdere plaatselijke restaurants. Een culinaire wandeling waarbij op meerdere locaties tijdens de wandeling geproefd wordt, kan daarentegen als één actie worden aangemeld;
- ❖ indien u meerdere te onderscheiden acties op dezelfde locatie simultaan aanbiedt en u wenst dat elke actie/deelnemer apart identificeerbaar en vindbaar is, moet u elke actie apart aanmelden. Bijvoorbeeld een happening of markt met meerdere deelnemende standhouders.

Aan profitorganisatoren wordt een inschrijvingsvergoeding gevraagd van 50 euro per aangemelde actie (zie verder).

Belangrijk: koepelacties

Een 'koepelactie' is een eerder grootschalige actie die uit meerdere te onderscheiden activiteiten bestaat of/en op meerdere locaties (plaatsen) en/of op meerdere data wordt georganiseerd.

In een aantal gevallen is het aan te raden dat u een actie aanmeldt als 'koepelactie', bijvoorbeeld:

- ❖ de toeristische dienst of cultuurdienst van een gemeente organiseert 'de Week van de Smaak in [naam gemeente]' en coördineert alle activiteiten van alle deelnemers onder deze noemer;
- ❖ een voedingsketen organiseert in al zijn winkels een gelijkaardige actie;
- ❖ een landelijke vereniging organiseert i.s.m. de lokale afdelingen van de vereniging een gelijkaardige actie.

Indien u een koepelactie wil aanbieden in het programma van de Week van de Smaak, moet u zich als verantwoordelijke hoofdorganisator kenbaar maken bij het secretariaat van de Week van de Smaak. Er worden dan afspraken gemaakt over de wijze waarop u de koepelactie kan aanmelden en promoten en over de inschrijvingsvergoeding (zie verder) die eventueel verschuldigd is.

De verantwoordelijke hoofdorganisator zal instaan voor (de coördinatie van) de aanmelding van alle aparte acties onder de noemer van de koepelactie, volgens de gemaakte afspraken met het secretariaat van de Week van de Smaak. Daarnaast zal de hoofdorganisator de koepelactie als zodanig ook aanmelden. Opgelet, de merknaam van het evenement 'de Week van de Smaak

4. HOE KAN U DEELNEMEN?

(in Vlaanderen) kan niet als benaming van een koepelactie worden gebruikt. Wat wel kan is bijvoorbeeld: 'de Week van de Smaak in [naam gemeente]: [ondertitel]'. Zorg ervoor dat de gekozen benaming uw koepelactie goed omschrijft.

Wat kost de deelname?

- ❖ De inschrijving voor non-profitorganisaties (o.a. vzw's, scholen e.d.) is gratis.
- ❖ Aan profitorganisaties (o.a. horeca, (voedings)bedrijven, kmo's, andere zelfstandigen e.d.) zal een inschrijvingsvergoeding worden gevraagd voor de administratieve kosten van 50 euro per aangemelde actie. Dit bedrag wordt pas gefactureerd nadat u van ons de bevestiging van deelname heeft ontvangen.
- ❖ U draagt zelf alle financiële lasten voor het organiseren van uw eigen actie(s).
- ❖ Lees meer over financiële en promotionele tips op p. 52

Hoe schrijft u zich in?

U kan acties aanmelden die lopen in de periode van 15 tot en met 24 november 2007. De periode van schriftelijke inschrijving loopt tot uiterlijk 31 mei 2007.

• De inschrijving verloopt in een aantal stappen:

- ❖ **De schriftelijke aanmelding (tot 31 mei):** om uw activiteit aan te melden moet u per onderscheiden actie het uitneembaar inschrijvingsformulier invullen dat u in deze brochure vindt. Vul dit formulier zo volledig mogelijk in en stuur het terug naar de Week van de Smaak in Vlaanderen, p/a Vlaams Centrum voor Volkscultuur vzw, Gallaitstraat 76/2 – 1030 Brussel. Laattijdig of onvolledig ingeleverde formulieren kunnen worden geweigerd. U kan altijd gratis formulieren of brochures aanvragen bij de organisatie of ze downloaden van onze website: www.weekvandesmaak.be/deelnemers.
- ❖ **De verwerking van de gegevens (juni-juli):** nadat wij het inschrijvingsformulier hebben ontvangen verwerken wij de gegevens in de Cultuurdatabank (www.cultuurdatabank.be). Organisatoren die ervaring hebben met de Cultuurdatabank, kunnen zelf hun aanbod invoeren, maar gelieve eerst de instructies te lezen elders in deze brochure of op onze website. Invoerders moeten de standaard invoerprocedure in



Cultuurdatabank volgen (en NIET de 1-2-3-invoerprocedure).

- ❖ **Wijzigen en annuleren van uw actie (uiterlijk 31 juli 2007):** indien u een aangemelde actie wenst te schrappen uit de programmabrochure moet u ons de annulering doorgeven tegen uiterlijk 31 juli 2007. Ook wijzigingen voor de programmabrochure moeten uiterlijk op deze datum bij ons toekomen. Stuur alle gegevens naar: info@metsmaak.be.
- ❖ **De 'kwaliteitscontrole' (augustus):** de aangemelde activiteiten worden door een kwaliteitscomité behandeld. Dit gebeurt enkel om na te gaan of de aangemelde activiteit niet tegenstrijdig is met 'het charter van de Week van de Smaak in Vlaanderen' (zie elders in deze brochure), en bijvoorbeeld geen louter commerciële bedoelingen heeft. U kan gevraagd worden om uw activiteit bij te sturen.
- ❖ **Bevestiging van uw deelname (september-oktober):** u krijgt van ons een schriftelijke bevestiging van uw inschrijving en meer informatie over het verdere verloop. Deelnemers uit profitsectoren ontvangen een factuur voor hun deelname.
- ❖ **Publicatie in de programmabrochure (september):** uw actie wordt opgenomen in de landelijke programmabrochure die op ruime schaal zal worden verspreid, en wordt gepubliceerd op onze website.



4. HOE KAN U DEELNEMEN?

- ❖ Uw actie annuleren na publicatie in de programmabrochure: via de algemene voorwaarden wordt bepaald dat u de organisatie van de Week van de Smaak, mogelijke co-organisatoren van uw actie en ook de eventueel ingeschreven bezoekers zo snel mogelijk schriftelijk op de hoogte brengt van de annulering. Alle kosten van de annulering zijn te uwen laste.
- **Graag attenderen we nog op de volgende aandachtspunten:**
 - ❖ de Week van de Smaak vindt plaats in Vlaanderen en Brussel: mogen wij vragen alle informatie over uw activiteit steeds in het Nederlands aan te bieden, naast eventueel andere talen;
 - ❖ wij vragen dat de toegangsprijs tot uw activiteit zo democratisch mogelijk is;
 - ❖ de activiteiten van de Week van de Smaak staan in principe open voor iedereen, maar als u dat wenst kan u ook een besloten activiteit aanbieden voor eigen leden of klanten, of voor bepaalde doelgroepen. Gelieve dat duidelijk aan te geven in het inschrijvingsformulier.

Welke promotie wordt er gevoerd?

• Landelijke promotiecampagne

Een landelijke promotiecampagne wordt opgezet i.s.m. diverse mediapartners (tv, radio, kranten) om het evenement in beeld te brengen bij het grote publiek. De acties van de deelnemers worden ook opgenomen in de programmabrochure van de Week van de Smaak die door de organisatoren wordt verspreid op ca. 300.000 exemplaren via allerlei kanalen, i.s.m. de partners van het evenement. De Week van de Smaak en CultuurNet Vlaanderen (www.cultuurnet.be) zijn een samenwerking aangegaan waarbij CultuurNet via allerlei mediakanalen het programma verspreidt, bijvoorbeeld in de cultuuragenda's van de landelijke en regionale pers, op allerlei websites, enz.

• Zelf promotie voeren

Elke deelnemer kan natuurlijk ook zelf publiciteit maken voor de eigen actie(s). Gelieve steeds het logo en het campagnebeeld van de Week van de Smaak 2007 te plaatsen in brochures, folders, flyers of op websites waar u uw acties voor de Week van de Smaak aankondigt. U kan bovenvermeld beeldmateriaal downloaden op onze website. We vragen ook de stijl van de publiekscampagne zoveel mogelijk over te nemen in brochures en andere gedrukte media (door gebruik van zelfde lettertype, kleurenpalet, campagnebeeld, enz.). Via het organisatiesecretariaat kan u alle informatie aanvragen.



Als u landelijke media (persbureaus, geschreven pers, landelijke tv- of radiostations, enz.) benadert voor eigen promotie, wordt via de algemene voorwaarden bepaald dat u eerst hierover overleg pleegt met de coördinatie van de Week van de Smaak.

• Promotiepakket

Bij de inschrijving is één promotiepakket gratis inbegrepen per aangemelde actie. Het pakket omvat programmabrochures, affiches, flyers en eventueel andere promotiematerialen. U ontvangt het pakket in de loop van de maand oktober.

U kan vanaf dan ook bijkomende pakketten of losse promotiematerialen bestellen via de online shop van het VCV.

Belangrijke data en deadlines van de Week van de Smaak

- ❖ 15 februari: start van de campagne voor deelnemers
- ❖ 15 februari – 31 mei: inschrijvingsperiode
- ❖ 31 juli: uiterste datum waarop u uw inschrijving kan wijzigen of annuleren voor de programmabrochure
- ❖ 30 september: uiterste datum waarop u bevestiging krijgt van uw deelname
- ❖ oktober (precieze datum nog te bepalen): start van de publiekscampagne, verspreiding van de programmabrochure en van de promotiepakketten
- ❖ 15 november: start van de Week van de Smaak met een openingsfeest
- ❖ 24 november: slotactiviteit in Kortrijk, Stad van de Smaak

Zelf online inschrijven via www.cultuurdatabank.be

Organisatoren kunnen hun aanbod voor de Week van de Smaak zelf invoeren in de Cultuurdatabank via www.cultuurdatabank.be. U kan er via zelfregistratie een gebruikerslogin en paswoord aanvragen. Organisatoren die al over een login in de Cultuurdatabank beschikken kunnen hiermee onmiddellijk aan de slag.

De gegevens die u invoert, worden gecontroleerd en gevalideerd door het organisatiesecretariaat van de Week van de Smaak. Ook het aanbod dat door regionale en lokale



4. HOE KAN U DEELNEMEN?

invoerders voor hun gemeente of werkingsgebied in de Cultuurdatabank wordt ingevoerd en/of gevalideerd, zal door het organisatiesecretariaat van de Week van de Smaak extra gecontroleerd en gevalideerd worden. Het organisatiesecretariaat houdt zich het recht voor om alle invoer voor de Week van de Smaak aan te passen en zo nodig te weigeren.

Alle invoer voor de Week van de Smaak staat onder embargodatum en kan pas worden verspreid en gebruikt vanaf de start van de publiekscampagne.

Als u online een activiteit voor de Week van de Smaak invoert, verklaart u zich akkoord met de algemene voorwaarden van de Week van de Smaak in Vlaanderen.

• **Opgelet:**

- ❖ Invoerders moeten de standaard invoerprocedure in Cultuurdatabank volgen en NIET de 1-2-3-invoerprocedure.
- ❖ u moet VERPLICHT bij de invoer van aanbod voor de Week van de Smaak in de Cultuurdatabank:
 - onder **algemene info** bij type aanbod hoofdcategorie 'de Week van de Smaak' selecteren (en de gewenst subcategorieën onder deze hoofdcategorie);
 - onder **locatie** info het koepelaanbod 'de Week van de Smaak' selecteren.



Praktische info

U kan via ons geen login aanvragen voor invoer in de Cultuurdatabank. We verlenen ook geen hulp bij de online invoer. Op de website van de Cultuurdatabank vindt u een handleiding en invoerriichtlijnen. Als u deze online invoer te complex vindt, raden wij u aan het schriftelijk inschrijvingsformulier te gebruiken. Wij zorgen dan zelf voor de invoer.

→ We verwijzen voor **alle informatie** naar de **website**:
www.cultuurdatabank.be.

→ **Contacteer ons**: **E-mail**: info@metsmaak.be
Telefoon: 02 243 13 50

→ **Consulteer onze website** voor de **meest recente informatie**:
www.weekvandesmaak.be/deelnemers

→ Abonneer u via onze website op de elektronische nieuwsbrief voor deelnemers!

Veel succes!

De Week van de Smaak in Vlaanderen

Algemene voorwaarden

Artikel I. Algemeen

- ❖ Onder 'De Week van de Smaak in Vlaanderen' wordt verstaan het evenement rond 'smaak' dat door het Vlaams Centrum voor Volkscultuur vzw, hierna het 'VCV', onder deze benaming (of een andere vrij door het VCV te kiezen benaming) i.s.m. andere partnerorganisaties en met de steun van de Vlaamse overheid jaarlijks wordt georganiseerd in Vlaanderen en het Brussels Hoofdstedelijk Gewest.
- ❖ Onder 'partner' wordt verstaan iedere natuurlijke persoon of rechtspersoon die als deelnemer een actie in het kader van de Week van de Smaak in Vlaanderen organiseert.
- ❖ Onder 'bezoekers' wordt verstaan alle personen die een actie bezoeken die wordt aangeboden tijdens de Week van de Smaak in Vlaanderen.
- ❖ Onder 'het kwaliteitscomité' wordt verstaan een adviescomité van specialisten dat wordt samengesteld door het VCV en dat de aangemelde acties van partners inhoudelijk zal beoordelen op basis van het charter.
- ❖ Onder 'actie' wordt verstaan elke onderscheiden activiteit die door één of meerdere partners wordt georganiseerd tijdens de Week van de Smaak in Vlaanderen. Een 'koepelactie' is een actie die uit meerdere te onderscheiden activiteiten bestaat of/en op meerdere locaties (plaatsen) wordt georganiseerd.

De huidige algemene voorwaarden regelen de contractuele relaties tussen de partner en het VCV en de rechten en plichten van elk van deze partijen in verband met de organisatie van de Week van de Smaak in Vlaanderen en de acties van de partners. Afwijken van deze algemene voorwaarden is enkel mogelijk na een aparte schriftelijke overeenkomst tussen de partner en het VCV.

Elke partner die met een actie aan de Week van de Smaak in Vlaanderen deelneemt en zich schriftelijk dan wel online inschrijft verklaart zich akkoord met deze algemene voorwaarden.

Artikel II. Plichten van het VCV

Het VCV verbindt er zich toe:

- ❖ 'de Week van de Smaak in Vlaanderen' te laten plaatshebben, tijdens een door het VCV te bepalen week, onder deze benaming of – indien daartoe gegronde redenen zijn – onder een andere door het VCV aan te duiden benaming;
- ❖ een landelijke communicatiecampagne met diverse mediapartners te ontwikkelen voor de promotie van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen', met het oog op een zo ruim mogelijke bekendmaking;
- ❖ de actie die door de partner binnen 'de Week van de Smaak in Vlaanderen' wordt georganiseerd te promoten, en dit minimaal via een website en een programmabrochure;
- ❖ één promotiepakket voor de partner gratis ter beschikking te stellen, zolang de voorraad strekt. (Dit pakket bevat een basisinformatiepakket met een aantal promotiematerialen.);
- ❖ de partner toe te laten om voor zijn eigen evenement gratis gebruik te maken van het officiële beeldmerk en/of het campagnebeeld van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen' en dit vanaf de officiële start van de publiekscampagne tot en met de officiële afloop van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen'. Het gedeponeerde beeldmerk is het officiële logo van de Week van de Smaak in Vlaanderen, het campagnebeeld is het beeld dat gebruikt wordt bij de publiekscampagne, dat jaarlijks kan wijzigen.

4. HOE KAN U DEELNEMEN?

Artikel III. Plichten van de partner

3.1 De partner zorgt ervoor dat zijn actie aan de volgende voorwaarden voldoet:

- ❖ de actie moet overeenkomen met wat voorgesteld werd in het kandidatuurdossier (gegevens bij inschrijving) dat aanvaard werd;
- ❖ de actie moet plaatsvinden tijdens de officiële data van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen'. Hiervan kan enkel afgeweken worden in uitzonderlijke omstandigheden en na schriftelijk akkoord van het VCV;
- ❖ de actie moet passen binnen het charter van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen' (zie op de website en in andere publicaties van de organisatie, waar dit charter opgenomen is);
- ❖ wanneer bij de actie gebruik wordt gemaakt van eetwaren, zullen deze aan alle reglementaire bepalingen en hygiënische eisen voldoen;
- ❖ de actie mag de rechten van derden niet schenden, noch tegen enige wettelijke bepaling indruisen.

3.2 De partner verbindt zich ertoe het imago van het VCV en/of van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen', onder welke vorm dan ook, niet te beschadigen of te misbruiken.

Het VCV heeft het recht de onmiddellijke beëindiging van gebruik van dragers en communicatiemiddelen te vorderen indien deze dragers en communicatiemiddelen het imago van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen' kunnen schaden;

3.3 Betreffende het gebruik van het beeldmerk (logo) en het campagnebeeld van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen' verbindt de partner zich tot het volgende:

- ❖ het beeldmerk (logo) zonder enige wijziging of aanpassing en op een duidelijk zichtbare manier aan te brengen op elke drager en elk communicatiemiddel van de partner, dat de bedoeling heeft de actie van de partner in het kader van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen' te promoten via eigen kanalen of via externe kanalen (persmededelingen, brochures, advertenties, publiciteit op tv of radio, of elke andere vorm van reclame en publiciteit.);
- ❖ het campagnebeeld op geen enkele wijze te gebruiken voorafgaand aan de officiële startdatum van de publiekscampagne of na de officiële afloop van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen';
- ❖ na de start van de publiekscampagne, de stijl van die campagne zoveel mogelijk over te nemen in brochures en andere gedrukte media (door gebruik van zelfde lettertype, kleuren, campagnebeeld);
- ❖ eventuele campagneslogans zonder enige wijziging of aanpassing te hanteren in elke communicatie, en steeds in combinatie met het beeldmerk (logo).

Artikel IV. Communicatie en promotie

Het VCV staat zelf exclusief in voor de landelijke promotie- en communicatiecampagne om 'de Week van de Smaak in Vlaanderen' te promoten via de landelijke media (geschreven pers, radio en tv), de website en de programmabrochure.

De partner kan evenwel eigen promotie voeren voor zijn actie en de in het kader daarvan gebruikte producten of verleende diensten, onder de volgende voorwaarden:

- ❖ zich houdende aan het voorschrift van artikel 3.3.;
- ❖ elke benadering van of overeenkomst met landelijke media (persbureaus, geschreven pers, landelijke tv- of radiostations, enz.) is onderworpen aan voorafgaandelijk overleg met en schriftelijke goedkeuring van het VCV;
- ❖ met uitzondering van de reclameplannen (vergezeld van documenten of ontwerpen die daartoe worden gebruikt) aangegeven in het kandidatuurdossier en die goedgekeurd werden in het kader



van de kandidatuur, is elke reclame of publiciteit die wordt gevoerd naar aanleiding van of in het kader van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen', en waarbij een directe link wordt gelegd met dit evenement, onderworpen aan voorafgaande schriftelijke goedkeuring van het VCV alsook de eventuele ontwerpen en documenten die daartoe worden gebruikt.

Artikel V. Financiering van de actie

5.1 Kosten ten laste van de partner

De partner neemt alle financiële lasten op zich voor het organiseren van zijn actie.

De inschrijving voor partners uit non-profitsectoren is gratis, voor partners uit profitsectoren kan een forfaitaire inschrijvingsvergoeding worden gevraagd per onderscheiden actie voor de administratieve kosten. Bij de inschrijving is per aangemelde actie één promotiepakket gratis inbegrepen. Voor bijkomende promotiepakketten of promotiematerialen, die door de partner besteld kunnen worden, kan een kostendekkende vergoeding worden gevraagd.

5.2 Kosten ten laste van het VCV

Het VCV draagt de financiële lasten van de landelijke communicatie en promotie zoals vermeld in artikel II. Het VCV komt niet tussen in de organisatiekosten van de partners.

Artikel VI. Procedure voor deelneming

6.1 Procedure

Elke actie moet apart aangemeld worden via de daartoe voorziene kanalen en binnen de aanmeldingsperiode, die start vanaf het begin van de deelnemerscampagne. Acties van de partners die niet via de daartoe voorziene kanalen worden aangemeld, zullen niet aanvaard worden. Onvolledig of onleesbaar aangemelde acties kunnen eveneens geweigerd worden. Louter commerciële initiatieven zonder culturele of educatieve meerwaarde zullen niet aanvaard worden. De merknaam van het evenement 'de Week van de Smaak in Vlaanderen' of 'de Week van de Smaak' kan niet als benaming van een actie of koepelactie worden gebruikt.

6.2 'Koepelacties'

Een 'koepelactie' is een actie die uit meerdere te onderscheiden activiteiten bestaat of/en op meerdere locaties (plaatsen) wordt georganiseerd. Om aanvaard te worden in het programma van de Week van de Smaak in Vlaanderen zijn de partners gehouden elke onderscheiden activiteit binnen een koepelactie apart aan te melden:

- ❖ één of meerdere partners die een zelfde actie op meerdere locaties aanbieden, eventueel onder dezelfde benaming, moeten elke actie per locatie apart aanmelden;
- ❖ één of meerdere partners die meerdere te onderscheiden acties op dezelfde locatie aanbieden, eventueel onder dezelfde (koepel)benaming, moeten elke actie apart aanmelden.

Van deze richtlijnen kan enkel afgeweken worden in onderling overleg en na schriftelijke toestemming van het VCV. Het VCV bepaalt de voorwaarden op basis waarvan een koepelactie kan worden aanvaard.

6.3. Het kwaliteitscomité

De aangemelde acties van de partners kunnen voor advies worden voorgelegd aan een kwaliteitscomité, dat de acties beoordeelt op basis van de algemene doelstellingen, de aard en het karakter van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen' (zie het charter). De samenstelling van het kwaliteitscomité behoort tot de bevoegdheden van het VCV.

6.4 Aanpassingen of afwijzing van de kandidatuur

Het VCV behoudt zich het recht voor om aanpassingen aan de aangemelde actie voor te stellen,

4. HOE KAN U DEELNEMEN?

waaraan zal moeten worden voldaan door de partner, zodat de actie past binnen de algemene doelstellingen, of om de actie die niet aan de doelstellingen beantwoordt, af te wijzen. De partner zal hiervan schriftelijk op de hoogte worden gebracht.

6.5 Aanvaarding van de kandidatuur

Wanneer de door de partner aangeboden actie wordt aanvaard, zal de partner daar schriftelijk door het VCV op de hoogte van worden gebracht. In afwezigheid van schriftelijke bevestiging van aanvaarding zal de partner niet kunnen inroepen dat hij aanvaard werd.

Artikel VII. Gegevens aangeleverd door de partner

Het VCV en CultuurNet zijn een samenwerking aangegaan waarbij alle gegevens inzake aanbod, organisaties en personen m.b.t. het evenement 'de Week van de Smaak in Vlaanderen' door het VCV of door de partners in de 'Cultuurdatabank' van CultuurNet vzw worden ingevoerd. De gegevens in deze databank zullen toegankelijk zijn voor het publiek, o.a. op de website van het VCV, www.weekvandesmaak.be en op de website van CultuurNet, www.cultuurweb.be, en ze worden ook gepubliceerd in programmabrochures, op de websites van partners en via allerlei andere publieke informatiekanaalen (media, pers, e.d. meer).

De partners zullen zich schikken aan de vereisten van CultuurNet in verband met de waarborgen die moeten worden verleend omtrent het gebruik door CultuurNet en door het VCV van de door de partners aangeboden gegevens (zie: www.cultuurdatabank.be).

Indien bepaalde gegevens aangeleverd door de partners auteursrechtelijk beschermd zijn, verlenen de partners aan het VCV het recht om deze gegevens te wijzigen, aan te passen, op alle dragers te reproduceren en door alle middelen aan het publiek mede te delen, met het oog op de organisatie en promotie van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen'.

Het VCV kan niet verantwoordelijk of aansprakelijk gesteld worden voor mogelijk geleden (in)directe of incidentele schade, winstderving of voor welke schade dan ook ten gevolge van het aanleveren van foute gegevens door de partners, of ten gevolge van fouten en vergissingen bij de verwerking van de aangeleverde gegevens door het VCV.

Artikel VIII. Niet-exclusiviteit en niet-concurrentie

In het kader van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen' kunnen acties door partners worden georganiseerd, waarvan de activiteiten of de producten direct of indirect in concurrentie staan met activiteiten of producten van andere partners die deelnemen.

Artikel IX. Intellectuele eigendomsrechten

Het beeldmerk (logo) en de campagnebeelden van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen' en de eventuele andere logo's gebruikt om 'de Week van de Smaak in Vlaanderen' te promoten, zijn eigendom van het VCV. Bij elk onrechtmatig gebruik van een logo zal het VCV optreden. Indien een logo als merk wordt geregistreerd, zijn de partners niet gerechtigd de registratie van een licentie bij het Benelux Merkenbureau te eisen. Indien het VCV door derden wegens gebruik van een logo wordt aangesproken, zal het VCV gerechtigd zijn van de partners de onmiddellijke stopzetting te vorderen van elk gebruik van dit logo, zonder tot enige schadevergoeding van de partners gehouden te zijn.

Het VCV verleent toestemming aan de partner om alle onderdelen van de promotiepakketten, zoals vermeld in artikel II, te gebruiken vanaf de officiële startdatum van de promotiecampagne en tijdens de periode van 'de Week van de Smaak in Vlaanderen'. Elk gebruik buiten deze periode is enkel toegestaan na instemming van het VCV.

Artikel X. Exoneratie of vrijwaringsclausules

Behalve in geval van opzettelijke daden van het VCV kan het VCV niet verantwoordelijk gesteld worden voor mogelijk geleden (in)directe of incidentele schade, winstderving of voor welke schade



dan ook die door de partner, bezoekers of derden wordt opgelopen in het kader van zijn deelname aan ‘de Week van de Smaak in Vlaanderen’.

De partner (en/of zijn eventuele toeleveranciers) verklaart dat hij afstand doet van welk verhaal dan ook tegen het VCV. De partner draagt alle gevolgen van zijn actie ten opzichte van de bezoekers, en vrijwaart het VCV voor elke schadeclaim die bezoekers of derden zouden kunnen uitoefenen in verband met zijn evenement.

Voor de goede orde en teneinde een efficiënte schadevergoeding van bezoekers en derden te waarborgen zal de partner zich verzekeren bij de verzekeringsmakelaar van zijn keuze, tegen:

- ❖ burgerlijke aansprakelijkheid in het kader van het evenement: met name voor de mogelijke schade die wordt veroorzaakt aan bezoekers of derden tijdens zijn actie;
- ❖ schade aan goederen die gebruikt worden ten behoeve van of naar aanleiding van zijn actie.

Op eerste verzoek van het VCV zal de partner het bewijs voorleggen van het afsluiten van deze verzekering.

Artikel XI. Annulering

Wanneer de partner zijn actie annuleert, verbindt hij zich ertoe het VCV, eventuele co-partners en ook de eventueel ingeschreven bezoekers daarvan zo snel mogelijk schriftelijk op de hoogte te brengen. Alle kosten van de annulering zijn ten laste van de partner.

In geval van annulering behoudt het VCV al de aan hem eventueel betaalde sommen (voor bv. de inschrijving van de partner en de eventueel door hem aangekochte promotiepakketten en andere promotiematerialen).

In geval van annulering door het VCV kan het VCV niet verantwoordelijk gesteld worden voor mogelijk geleden (in)directe of incidentele schade, winstderving of voor welke schade dan ook die door eventuele co-partners of toeleveranciers wordt opgelopen.

Artikel XII. Opzegging

Het VCV heeft steeds het recht de deelneming van een partner aan ‘de Week van de Smaak in Vlaanderen’ eenzijdig op te zeggen, mits een opzeggingsperiode van vier weken.

Als het imago van het evenement ‘de Week van de Smaak in Vlaanderen’, al dan niet bewust, wordt beschadigd door de partner, of wanneer de partner niet voldoet aan de voorwaarden van deze algemene voorwaarden, kan de deelneming van de partner aan ‘de Week van de Smaak in Vlaanderen’ onmiddellijk worden opgezegd zonder plichtplegingen of voorafgaande kennisgeving en zullen alle promotieacties van het VCV rond de actie van de partner kunnen worden stopgezet.

Deze opzegging impliceert voor de partner een onmiddellijk verbod om het logo van ‘de Week van de Smaak in Vlaanderen’ of de promotiepakketten verder te gebruiken, of om te verwijzen, op welke wijze of moment dan ook, naar ‘de Week van de Smaak in Vlaanderen’.

Bij opzegging van de deelneming van de partner wegens niet-naleving van huidige algemene voorwaarden, behoudt het VCV zich het recht om schadevergoeding vanwege de partner te vorderen, voor de geleden schade.

Artikel XIII. Betwisting

In geval van betwisting van de interpretatie of de uitvoering van de in deze algemene voorwaarden verleende rechten en plichten, en bij gebrek aan een minnelijke schikking, is de rechtbank van Brussel bevoegd.

4. HOE KAN U DEELNEMEN?



Week van de Smaak in Vlaanderen

p/a Vlaams Centrum voor Volkscultuur vzw

Gallaitstraat 76/2

1030 Brussel

Tel. 02 243 13 50

E-mail: info@metsmaak.be

Web: www.weekvandesmaak.be

Abonneer u op onze elektronische nieuwsbrief!



15 - 24 NOVEMBER 2007

