

# INVESTEREN IN IJSBEREIDING BIEDT INTERESSANTE KANSEN

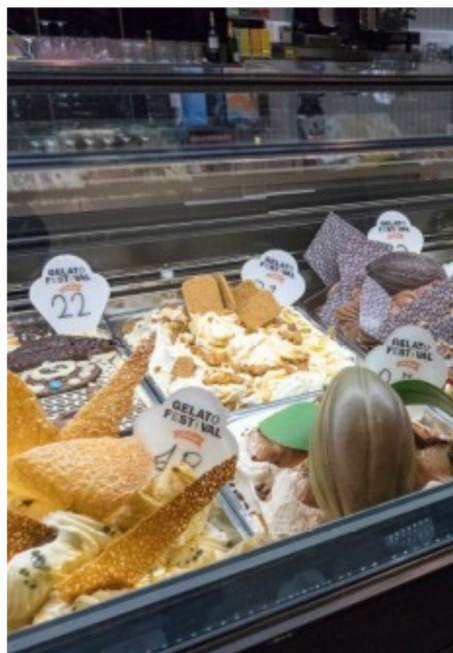
SHOCKVRIEZERS EN PASTEURISATORS ZIJN GEEN OVERBODIGE LUXE

De zomermaanden zijn voor chocolatiers doorgaans een moeilijke periode om te overbruggen. De temperaturen stijgen en mensen willen verfrissing, een nood waar hun kernproduct alleen geen soelaas kan bieden. Chocolade valt echter gemakkelijk te combineren met ijs. Dat maakt van ijs een interessante extra inkomstenbron. Het is bovendien een investering waar interessante marges bij komen kijken en die bovendien relatief snel terug te verdienen is. Fabrikanten bieden tegenwoordig voor starters bijkomende opleidingen aan om een stevige basiskennis op te bouwen.

Pascal Vandenberghe



Carpigiani Benelux spitst zich met Gelato University toe op begeleidingscursussen voor beginners



Ijs biedt weg voor heel wat creativiteit met verschillende soorten decoraties en garnituren zoals fruit en koekjes



Klanten aantrekken kan met duidelijke visuele stoptekens, ook buiten je pand

## MEER DAN AANVULLING

Wanneer de eerste zonnestralen erdoor komen en de temperatuur stijgt snakken mensen niet zozeer naar een praline. Als chocolatier is het dan logischerwijze opportuun om meer in te zetten op een product dat verfrissing biedt en bovendien niet te zwaar op de maag ligt. Op die manier zorgen ijsjes voor de uitgelezen aanvulling. Zeker voor een chocolatier is dat een waardevolle investering. Het is een product dat niet alleen goed samengaat met chocolade, maar het werkt ook goed in zowel een drukke binnenstad als op het platteland, denk maar aan de populariteit van hoeve-ijs.

Tegenwoordig wordt er eveneens door chocolatiers niet enkel in de zomermaanden, maar het hele jaar door geëxperimenteerd met ijs. Ijsjes maken nodigt bovendien uit om creatief

te zijn met zowel smaken als bijkomende decoraties en garnituren, zoals verschillende soorten koekjes of fruit.

Naast chocolatiers die de stille maanden overbruggen zijn er ook heel wat ijsalons die diversifiëren met chocolade. Er is dus sprake van tweerichtingsverkeer.

**ER WORDT TEGENWOORDIG DOOR CHOCOLATIERS HET HELE JAAR DOOR GEËXPERIMENTEERD MET IJS**

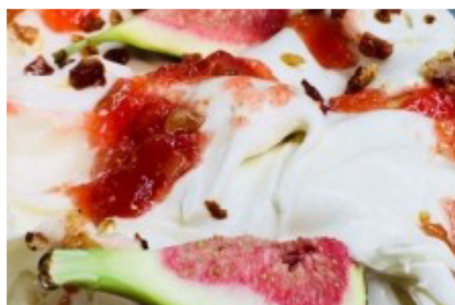
## Hoge omzet, hoge marges

Wie zich toespitst op de bereiding en verkoop van ijs verhoogt bovendien zijn omzet en zal daar op termijn ook goede marges op terugzien, veelal tot 80 procent. Voor één liter

vloeibare basis ligt de productiekostprijs tussen 1,5 en 2,5 euro, afhankelijk van in welke mate smaken worden toegevoegd. Voor verpakt ijs wordt het vier maal dat bedrag. Bij schepijs en artisanal ijs mag je tot maal zeven rekenen. Wie zelf ijs draait zal echter sowieso een streepje voor hebben op iemand die zich beroept op kanten-klaar aangeleverd ijs. Maar wanneer je een artisanale of semi-industriële bereider vindt die aan jouw wensen voldoet zijn de marges van 45 procent eveneens aantrekkelijk. Dat alles is uiteraard verbonden met je locatie en hoeveel de klant bereid is om te betalen.

## BEGELEIDING DOOR FABRIKANTEN

Fabrikanten zijn zich eveneens bewust van de mate waarin chocolatiers ervoor openstaan om te experimenteren met ijsproducten.



Mathieu Eyckmans werd Belgisch Gelatokampioen door gorgonzola samen te brengen met vijgen en ham



De Fructital Base LatteVega & Stevia ijsbasis is geschikt voor vegans en bevat geen suikers. Deze basis is beschikbaar bij Ranson.

Sommigen daarvan spelen erop in door handleidingen of volledige starterscursussen aan te bieden die het heel ABC van ijsbereiding en -verkoop overlopen, van de nodige apparatuur tot de ingrediënten en de preparatie van de verschillende basissen.

In België en Nederland wordt er daarbij het diepst ingegaan op de witte basis en de chocoladebasis. In Italië is een gele basismix (rijk in eiwitten) ook erg in trek, maar in de Lage Landen is die minder populair. Sommigen zetten de inrichting extra in de verf door zelf, of met hulp van een binnenhuisarchitect, advies te geven om de verkoop van de starter optimaal te kunnen boosten.

## KLANTEN AANTREKKEN

Ijsjes zijn veelal impulsaankopen. Het aantrekken van toevallige voorbijgangers is dus *key*, vooral als je in een binnenstad of een druk gebied bevindt. Klanten binnenhalen begint uiteraard al vanaf buiten je pand. Zo kan je zichtbaar aan het raam of met een reclamebord een menu met bijhorende prijzen presenteren met een in het oog springend logo. Met de klassieke kartonnen ijsdoorn

## Belgisch kampioen Gelato Mathieu Eyckmans over trends in de ijswereld

Mathieu Eyckmans is de uitbater van het ijsalon Oyya in Brugge. In februari nam de Bruggeling deel aan het Belgische kampioenschap Gelato. Dat werd in Antwerpen georganiseerd door Carpigiani Benelux. Voor de lekkerste gelato van het jaar pikte de jury er Eyckmans' creatie uit, gorgonzola-ijs met vijgen en een crumble van gekarameliseerde ham (foto links).



### Populaire smaken

"De traditionele smaken zoals vanille, chocolade, stracciatella en aardbei blijven het heel goed doen. Wat ik wel merk is een toenemende bewustwording bij de klant. Mensen willen wel weten waar de ingrediënten vandaan komen en willen het liefst pure producten in hun ijs zien. Ik werk zelf met zo pure mogelijke producten: hazelnoten uit Piemonte, pistachenoten uit Bronte, vanille uit Madagascar en Belgische chocolade. In de gezondheidstrend die gaande is wordt de oorsprong van de producten ook steeds belangrijker. Klanten willen de mooie verhalen erachter horen."

### Vegan ijs

"Een andere grote trend is de toenemende vraag naar veganistisch ijs, gemaakt zonder dierlijke producten. Enerzijds bereik je met veganistisch ijs niet alleen veganisten, maar ook mensen die lactose-intolerant zijn. Wat veel mensen niet weten is dat sorbets ook vaak melkeiwitten bevatten. Om die reden is het belangrijk dat je steeds meer informatie vraagt omtrent de allergenen."

### Zoetstoffen

"Er is in het algemeen een vermindering in het gebruik van suikers. Meer en meer komen andere zoetstoffen op de proppen zoals stevia en zusto. Ijs heeft echter suiker nodig om schepbaar te blijven. Vaak bevat suikervrij ijs andere 'schadelijke' ingrediënten zoals maltitol of aspartaam. Om die reden is het belangrijk altijd aandacht te hebben voor wat te gebruiken ter vervanging van suikers."

als visueel stopteken weten mensen ook meteen waar de lamp brandt. In tijden van sociale media kan u die als bedrijf ook naar uw hand zetten om de nodige informatie te verspreiden, of het nu gaat om een tijdelijke verkoop of een blijvende focus op ijs: een informatieve aankondiging op Facebook of een welgemikte campagne op Instagram kan altijd een meerwaarde bieden.

## INRICHTING

### Vitrines

Om ijs op een appetijtelijke manier te presenteren bestaan er heel wat soorten vitrines die in twee categorieën opgedeeld. Enerzijds zijn er de klassieke schepijs-vitrines zoals we ze kennen, waarbij de verschillende smaken zichtbaar worden gepresenteerd aan de consument. Anderzijds zijn er de traditionele Italiaanse pozzetti-vitrines. Bij die tweede categorie wordt het ijs afgedekt met een deksel, wat zorgt voor een betere kwaliteit doordat er amper lucht aan het ijs kan. Daar het Belgische/Nederlandse oog ook wat wil zijn pozzetti-systemen bij ons minder in trek dan in het land van oorsprong.

## POZZETTI-VITRINES KENNEN EEN OPMARS, MAAR HALEN HET IN BELGIË EN NEDERLAND NOG NIET VAN DE KLASIEKE SCHEPTOGEN

Italianen zullen sneller beslissen wat ze willen, wij kijken graag eerst. Sommige fabrikanten spreken echter wel van een lichte opmars in de verkoop van pozzetti-systemen. Er zijn ook hybride systemen op de markt. Dat zijn pozzetti-vitrines waarbij het deksel van glas



Fabrikanten zoals Carpigiani bieden voor starters vrijstaande ijsmachines aan, zoals deze READY 20/30

wordt gemaakt, zodat er minder lucht aan het ijs kan én het visueel aantrekkelijker is. Wie als verkoper van ijs tenslotte niet graag op één plek blijft kan zich ook beroepen op bakfietsmodellen die werken met eutectische koelementen. Over het algemeen is een zelf aangebrachte decoratie altijd een goede manier om uw vitrine een persoonlijke touch te geven.

## DE NODIGE APPARATUUR

Wie zelf ijs wil produceren moet rekening houden met een flinke investering. Hoe zwaar die uiteindelijk zal doorwegen is moeilijk te voorspellen. Dat hangt af van wat je doel is, in hoeverre je zelf aan het roer wil staan voor de bereiding (je kan ook gewoon een vloeibare ijsbasis aankopen) en welke toestellen je als chocolater of patissier al in huis hebt. Banketbakers zullen bijvoorbeeld vaak al een pasteurisator en diepvriezer in huis hebben. Daar komen dan wel nog shock- en bewaar-diepvriezers bij kijken. Materiaal voor een aantrekkelijke presentatie mag eveneens niet ontbreken.

## Ambachtelijke bereiding

Wanneer je ervoor kiest om een basismengsel op ambachtelijke wijze te vervaardigen hangt het ervan af of die rauwe melk of verse eieren bevat. Als dat het geval is, dient die te worden gepasteuriseerd op 85 °C om daarna het geheel af te koelen tot 4 °C, wat effectief is tegen de vorming van bacteriën. Daarbij heb je ook een gekoeld rijpingsvat nodig om na pasteurisatie het mengsel te laten rusten en de homogeniteit ervan te laten toenemen. Vervolgens mag het mengsel in een ijs turbine, waar de warmte wordt onttrokken en kleine ijskristallen zich vormen. Om luchtig ijs te krijgen schraapt het roerwerk de kristallen af. De turbine voegt daarbij 50 procent lucht toe. Daar zijn wettelijke normen aan verbonden. Zo is artisaan ijs bijvoorbeeld lichter dan industrieel ijs, maar moet het wel 450 gram per liter halen.

## Bewaren

Wanneer het ijs de turbine verlaat op onge-

---

### OCCASIE MATERIAAL EN NIEUWE MACHINES WORDEN GECOMBINEERD OM DE KOSTEN TE DRUKKEN

---

veer -8 °C is 60 procent van de watermoleculen bevroren. Om de gevormde waterkristallen niet de kans te geven om te groeien moet het ijs

vervolgens zo snel mogelijk naar -40 °C gebracht worden. Met een shockvriezer is die klus op een kwartier tijd geklaard. Daardoor wordt het grootste deel van de watermoleculen stilgezet. De resterende deeltjes kunnen dan in een diepvriezer of eventueel in de vitrine worden stilgezet. Wat een diepvriezer betreft kies je best voor een met compartimenten die op verschillende temperaturen kan worden ingesteld (-18 °C voor langere bewaartijd, -13 tot -14 °C voor een schepklaar ijs). Ook hierbij bestaan er hybridevormen, diepvriezers die kunnen worden ingezet als shockvriezer door middel van een schakelaar.

Met dank aan Carpigiani Ambachtelijk Benelux

Volledig artikel in Chocolaterie magazine.