nieuws

Kindvriendelijke EETiKET-restaurants ver te zoeken

nieuws

De met veel omhaal gelanceerde campagne EETiKET moet meer gezinnen met kinderen naar het restaurant lokken. Het klonk Tom Ysebaert en zijn gezin als muziek in de oren. De journalist van De Standaard belde rond naar deelnemende restaurants in de streek van Vlaams-Brabant en Mechelen, maar bleef op zijn honger zitten. Van de beloofde verrassingen, berggidsen of gelegenheidsgerechten viel niets te vernemen. "Dat is niet normaal, ik moet dringend rondbellen", reageerde EETiKET-woordvoerster Fien Danniau.

20 NOVEMBER 2007 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:40

De met veel omhaal gelanceerde campagne EETiKET moet meer gezinnen met kinderen naar het restaurant lokken. Het klonk Tom Ysebaert en zijn gezin als muziek in de oren. De journalist van De Standaard belde rond naar deelnemende restaurants in de streek van Vlaams-Brabant en Mechelen, maar bleef op zijn honger zitten. Van de beloofde verrassingen, berggidsen of gelegenheidsgerechten viel niets te vernemen. "Dat is niet normaal, ik moet dringend rondbellen", reageerde EETiKET-woordvoerster Fien Danniau.

De promotieteksten voor EETiKET klinken veelbelovend. Het is de bedoeling om kinderen te laten kennismaken met eetcultuur en gepaste manieren, op een leuke en originele manier. De deelnemers bieden 'een speciaal EETiKET-menu'. Dit kan het volwassenenmenu zijn in aangepaste porties, een gerecht volgens kindvriendelijk recept van chef-kok Lut De Clercq of een bijzondere creatie van de huiskok. Voor de kinderen ligt er bovendien een leuke verrassing op tafel en ze kunnen deelnemen aan een spel. 93 restaurants doen mee aan de actie.

Bij restaurant De Bibliotheek in Vaalbeek hoorde Tom Ysebaert dat ze het campagnepakket "wel erg laat" gekregen hadden, en het nog niet konden doornemen. Ze hadden zondag een "proeverij met ook iets voor kinderen" gepland, maar dat was niet waar de journalist naar op zoek was. Het Hof van Craynbergh in Keerbergen bood een kindermenu aan "zoals tijdens de rest van het jaar". Hetzelfde kreeg Ysebaert te

horen bij Spiga d'Oro in Hever. Zelfs bij Tivoli in Mechelen, waar zaterdag de feestelijke start van de campagne plaatsvond, ving hij bot. "Ja, zaterdag was er die workshop, maar daar blijft het bij. Vanaf zondag doen we weer als vanouds".
Ysebaert bleef achter met de indruk dat de restaurants amper gebrieft waren. Ze schenen niet te weten wat EETiKET inhoudt en welke verwachtingen het wekt. La Loggia in Mechelen diepte eerlijke verontschuldigingen op. "Dit weekend hebben we zoveel reserveringen naar aanleiding van de Week van de Smaak, dat we de kinderextraatjes er echt niet bij kunnen nemen. Misschien vanaf dinsdag?" Daarmee zat hij door zijn kransje geschikte restaurants.
"Wij dachten iedereen duidelijk geïnformeerd te hebben over het project en over welk engagement we verwachtten. Akkoord, het pakket is wellicht te laat bezorgd. Mogelijk is de campagne het slachtoffer van het feit dat ze samenvalt met de Week van de Smaak, die al veel energie vergt van de deelnemers", aldus EETiKET-woordvoerster Danniau. EETiKET loopt nog een jaar. Er is dus nog tijd om te herkansen, besluit Ysebaert.(KS)
Meer informatie: EETiKET

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |