


Onder magazine nemers



‘We gaan voor foie gras
mét een geweten’

Hans Van den Auwelant, NIVO-finess’

A man with a beard and glasses, wearing a white button-down shirt with a red 'NIVO' logo on the chest, stands next to a large, green, textured sculpture of a hand holding a long, thin, pointed object. The man is leaning against the sculpture. The background is a plain, light-colored wall with a metal pipe running horizontally across the top.

‘We hoeven geen trucjes
met calvados of cognac om
bitterheid te verdoezelen.’

Hans Van den Auwelant, NIVO-finess’



‘Een modale kip zou jaloers zijn op de ruimte van onze ganzen’

Foie gras: het blijft een culinair icoon dat emoties oproept. Voor de ene is het een onweerstaanbare delicatessen die symbool staat voor feestelijkheid en verfijning, voor de andere een product dat ongemak veroorzaakt door de link met dierenwelzijn. Tussen die twee polen werkt het Belgische familiebedrijf NIVO-finess’ nu al meer dan 30 jaar.

door Katrien Verreyken
fotografie Zidis

Vanuit het atelier in Zoersel, waar het bedrijf sinds 2016 is gevestigd, kiest zaakvoerder Hans Van den Auwelant niet voor het defensieve gelijk, maar voor de moeilijke middenweg: kwaliteit mét zorg, traditie mét vernieuwing. ‘We zijn klein en dat willen we bewust zo houden’, zegt hij. ‘Dat maakt dat we volledig kunnen staan voor wat we doen.’ NIVO-finess’ werd in 1994 opgericht door Hans’ ouders, toen nog letterlijk achter hun huis in Zandhoven. ‘Het was een kleine ruimte, maar het was wel de start van ons verhaal’, vertelt Hans. Hij groeide erin op. ‘Ik heb drie zussen, maar geen van hen had interesse om in het bedrijf te stappen. Voor mij voelde het vanzelfsprekend.’

GASTRONOMISCHE TOP

2016 markeerde een kantelmoment: de verhuizing naar Zoersel en een moderner atelier betekenden een duidelijke keuze voor groei in kwaliteit. ‘We hebben altijd stap voor stap gewerkt, heel organisch. Geen grote sprongen, wel gestaag bouwen. Dat is onze manier.’

Vandaag levert NIVO-finess’ aan de absolute top van de Belgische gastronomie. Chefs als Viki Geunes, Tim Boury en Johan Segers behoren tot de vaste klanten. Ook in Nederland en Duitsland vinden de producten gretig aftrek, bij toprestaurants zoals ‘t Nonnetje in Harderwijk en The Table in Hamburg. Toch blijft België de kernmarkt: ongeveer twee derde van de omzet wordt hier gerealiseerd, omdat het bedrijf dicht bij zijn klanten staat. Export verloopt voornamelijk via partners en groothandels. ‘Vorig jaar hebben we ongeveer 2,1 miljoen euro omzet gedraaid’, is Hans Van den Auwelant open over de cijfers.

Over de kritiek en gevoeligheid rond foie gras is hij ook uiterst eerlijk. ‘Er zijn praktijken die totaal niet oké zijn. Dat moet je erkennen. Dat is niét hoe wij werken. Wij zetten in op rust, ruimte en het natuurlijke ritme van de gans’, legt hij uit. ‘De ganzen die de lever voor NIVO-finess’ aanleveren, zitten minstens zes maanden buiten, met veel bewegingsruimte. Daar zou een modale Belgische kip jaloers op zijn. Bij nacht of extreem weer gaan ze wel naar binnen, ook om hen te beschermen tegen onder andere roofdieren. We werken samen met kleine landbouwers. Die krijgen maar enkele honderden dieren ter beschikking, zodat het geen megabedrijven worden. Elke gans wordt individueel opgevolgd naar startgewicht, voeding en welzijn. Tijdens de voederfase gebeurt alles stapsgewijs en voorzichtig, en het voederen wordt geleidelijk opgebouwd. We houden de levers trouwens bewust klein, 400 tot maximaal 600 gram. Want stress beïnvloedt de smaak. Bij te gespannen dieren komt er gal in de lever, wat bitterheid veroorzaakt. Door te belonen op kwaliteit en niet op gewicht, hebben onze boeren er geen baat bij om de dieren te snel of te zwaar te voederen.’

NIVO-finess’ beknopt

-  Belgische leverancier van premium foie gras & truffels, sinds 1994
-  Netwerk van kleinschalige kwekers en topchefs
-  Sterk in traceerbaarheid, pure smaak en maximale benutting van het dier
-  Nieuw: plantaardig alternatief voor foie gras: V-gans



Meer weten over **ons aanbod voor familiebedrijven**? Ontdek het via deze QR-code.





Ook bij de verwerking van de lever maakt NIVO-finess' bewuste keuzes. 'Wij hoeven geen trucjes met calvados of cognac om bitterheid te verdoezelen. We laten de lever helemaal voor zichzelf spreken: puur, natuurlijk en smaakvol. Foie gras valt vaak buiten keurmerken, omdat de sondevoeding geen biocertificering toestaat.'

De zaakvoerder ziet dat niet als een beperking, maar juist een uitdaging. 'Je kunt ethische normen volgen, en dat móét je doen', zegt hij. Het is een kwestie van transparantie en respect, zowel voor de dieren als voor de gastronomie.

TOPPRODUCT ÉN CIRCULAIR

Bij NIVO-finess' wordt de gans volledig benut. De levers, borsten, billen, magen en hartjes vinden hun weg naar culinaire gerechten. Koppen gaan naar dierenvoeding, zwemvliezen worden in China gegeten. Ook de pluimen krijgen een bestemming: niets wordt verspild.

Het idee van volledige benutting vertaalt zich ook naar het assortiment. Naast foie gras vormen truffels een tweede specialiteit. Hans Van den Auwelant werkt daarnaast samen met nicheproducenten, van artisanale escargots tot Marigold-eieren. Hij ontwikkelt ook producten op maat voor zijn chefs: ravioli met foie gras, creatieve amusebereidingen, unieke

combinaties. 'Ik hou van uitzonderlijke dingen, dingen met een verhaal. Daar zit de ziel van gastronomie.'

SPRONG NAAR PLANTBASED

Wie de zaakvoerder van NIVO-finess' hoort, snapt meteen dat innovatie voor hem geen modieuze verplichting is. Het komt uit nieuwsgierigheid én realisme. De grootste innovatie van de afgelopen jaren is zonder twijfel het plantaardige alternatief voor de foie gras: de V-gan(s). 'Ik zag chefs worstelen: gasten die geen foie gras willen of mogen eten, maar wél die feestelijke textuur en smaak verwachten. Dat gesprek leg je niet zomaar naast je neer. Dan moet je als leverancier meedenken', klinkt het.

'Topchef Thierry Theys noemde onze V-gan(s) een volwaardig culinair product. Dan glunder je.'

En dus ontwikkelde NIVO-finess' een veganistisch alternatief, op basis van cashewnoten. 'We hebben drie jaar gezocht.

Het moest romig zijn, boterachtig bijna, met een elegante notigheid. En vooral: het mocht geen slap aftreksel worden van het origineel. Het product moest zélf bestaansrecht hebben en dezelfde beleving aan tafel kunnen bieden.' De reacties waren, zoals hij het noemt, 'eerlijk gemengd': 'Sommige chefs keken eerst even de kat uit de boom. Maar wie proeft, is meestal aangenaam verrast. De meesten zagen ook wel de meerwaarde: je hoeft geen apart gerecht te maken voor de vegetariërs, maar je kan met dezelfde ingrediënten aan de slag. Topchef Thierry Theys van tweesterrenrestaurant Nuance noemde onze V-gan(s) een succes. 'Het is geen veggie-leverpastei, het is een volwaardig culinair product,' zei hij. Dan glunder je.'

MEE VERANDEREN

Hans Van den Auwelant ziet hoe de Belgische gastronomie evolueert: meer aandacht voor duurzaamheid en traceerbaarheid, kleinere porties, minder verspilling en flexibele menu's, ook op sterrenniveau. Gasten zijn kritischer en willen uitleg over de herkomst van producten. 'Wij kunnen dat verhaal mee ondersteunen: kwaliteit mét geweten. Foie gras kán een plaats behouden, maar alleen als je transparant én innovatief blijft', zegt hij.



Het kleine team van NIVO-finesse draait op enkele vaste medewerkers, aangevuld met flexkrachten. De week van Sinterklaas is cruciaal: 'Honderden kilo's lever liggen klaar, maar de exacte vraag blijft spannend tot op het einde. Dat maakt het eerlijk gezegd ook plezant', haalt de zaakvoerder lachend aan.

'Ik wil dat we blijven wie we zijn: een familiaal bedrijf dat staat voor ambacht, respect en smaak. Geen volume, geen massaproductie.'

Service zit alleszins diep ingebakken. 'Als een klant dringend onze producten nodig heeft, bewegen we hemel en aarde om hem van dienst te zijn. Chefs rekenen op ons. Dat vertrouwen mag je niet beschamen', zegt Hans Van den Auwelant stellig. Digitalisering helpt: de b2b-webshop groeit goed en een b2c-kanaal komt stap voor stap dichterbij. Toch blijft persoonlijk contact, de telefonische bestellingen en de directe communicatie, het

merk van het huis. In samenwerking met de Nederlandse partner Vanilla Venture breidt NIVO-finesse gestaag het assortiment uit. 'Haar gamma is fantastisch en we hebben dezelfde doelgroep: topchefs die alleen het beste willen.'

Internationaal ziet Hans Van den Auwelant ook veel potentieel in plantaardig: de V-gan(s) kan nog groeien, misschien ook als private label. Toch blijft de kern altijd kwaliteit en controle. 'Ik wil niet té snel groeien. Het gaat om het beste maken wat we kunnen.'

AMBACHT MET RESPECT

Wanneer we de zaakvoerder vragen naar de toekomst, denkt hij even na vooraleer te antwoorden: 'Ik wil dat we blijven wie we zijn: een familiaal bedrijf dat staat voor ambacht, respect en smaak. Geen volume, geen massaproductie. Gewoon het beste maken wat we kunnen.'

Hij beseft dat hij in een moreel complexe sector werkt. 'Wie foie gras eet, moet dat bewust doen. En wie het niet wil, moet een evenwaardig alternatief kunnen vinden. Dat is precies wat we proberen te bieden. Gastronomie gaat over genieten. Als iedereen aan tafel mee kan genieten, dan heb je je job goed gedaan.'

www.nivofinesse.be

'Meer betekenis op het bord wordt de maatstaf'

'Chefs willen minder afval en meer betekenis op het bord. Dat wordt de maatstaf. Niet luid roepen, maar stil uitstekend leveren: dat is ons pad', weet Hans Van den Auwelant. In die zin wil NIVO-finesse de komende jaren verder inzetten op plantbased innovatie, kleinere porties met grote smaakimpact, volledige verhaaltransparantie en duurzame en ambachtelijk werken zonder compromissen.