



Tadal, au carrefour des cuisines een trefpunt van keukentradities

On le sait sans doute trop peu : Mabru est une plateforme du commerce ethnic food. Tadal, l'entreprise des frères Deniz et Murat Toko, dont le bâtiment déploie 5.000 m² à l'entrée du site, est une référence dans ce domaine.

Te weinig mensen weten dat Mabru ook een platform is voor de handel in ethnic food. Tadal, de onderneming van de broers Deniz en Murat Toko, waarvan het gebouw aan de ingang van de site 5.000 m² beslaat, geldt als een referentie op dit domein.

Bocaux d'olives, conserves de légumes, paquets de haricots secs, huiles, sauces et, bien sûr, épices... Deniz Toko pose fièrement devant les rayons du nouveau show-room de Tadal, à Mabru.

Comme dans le magasin cash & carry que l'entreprise exploite au fond de la Halle F, on y voit pratiquement tous les produits de la cuisine méditerranéenne. Une cuisine qui plonge ses racines à l'Orient, comme la famille Toko, originaire du pays araméen, au sud-est de la Turquie, aux confins de la Syrie et du Liban.

« *Nous venons de la minorité chrétienne de Turquie* », explique le CEO de Tadal. « *Nous sommes arrivés en Belgique en 1983. J'avais alors neuf ans et j'ai dû commencer par apprendre le français.* »

« La cuisine, c'est un lieu de rencontre entre les gens, entre différentes habitudes alimentaires, qui nous amène plein de couleurs, de saveurs, de goûts que l'on retrouve ici, au marché. »

Doué pour les mathématiques, Deniz Toko se destinait à des études d'ingénieur. « *Mon père m'a poussé à m'orienter vers la médecine, plus prestigieuse à ses yeux. J'ai donc fait trois années de médecine, mais je ne m'y reconnaissais pas. En même temps, j'aidais mon papa, qui était marchand de textiles. J'ai perdu le goût des études, mais j'ai pris goût à l'entrepreneuriat. En 1995, je me suis lancé dans la distribution de produits méditerranéens et j'ai ouvert ma première entreprise de gros, avenue du Port, avec 300 m² d'entrepôt et une camionnette.* » Au début, les produits importés sont exclusivement turcs, « *parce que c'était ce qu'on connaissait le mieux.* »

Dès 1999, Tadal dispose d'un emplacement au marché matinal. « *Nous étions le premier grossiste de produits ethniques à nous installer. Au début, ça a été dur. Tout le monde nous disait que ça ne marcherait pas, que le marché, c'était pour les fruits et légumes. Parallèlement, nous avons gardé notre magasin de l'avenue du Port, mais nous avons dû le quitter en 2001 et déménager à Molenbeek. C'est alors devenu très difficile pour moi, parce que j'enchaînais la journée à Molenbeek et la nuit à Mabru. Je ne*

Als achtergrond, olijven in stopflessen, groenten in blikjes, pakjes gedroogde bonen, allerlei oliesoorten, sauzen en, natuurlijk, kruiden... Deniz Toko poseert trots voor de rekken van de nieuwe Tadal-showroom in Mabru.

Zoals in de zelfbedieningszaak die het bedrijf achteraan in Hal F uitbaat, tref je hier nagenoeg alle producten van de mediterrane keuken aan. Deze vorm van gastronomie vindt zijn oorsprong in het Oosten. De familie Toko eveneens. Ze is namelijk afkomstig uit het Aramese gebied in het zuidoosten van Turkije, nabij Syrië en Libanon.

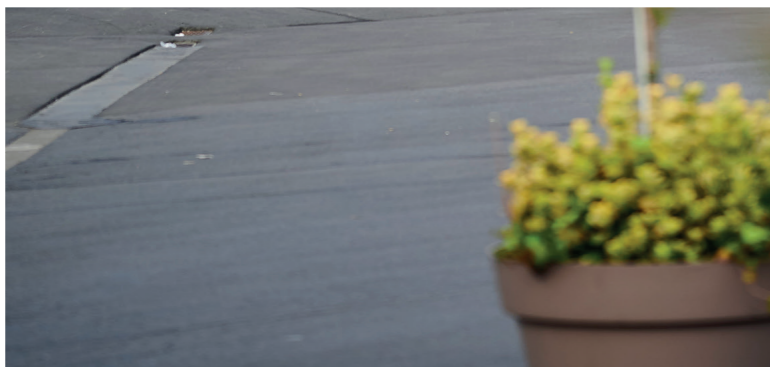
“*Wij stammen uit de christelijke minderheid in Turkije*”, legt de CEO van Tadal uit. “*We kwamen naar België in 1983. Ik was toen negen jaar oud en moest eerst en vooral Frans leren.*”

Deniz Toko vertoonde aanleg voor wiskundige en wou ingenieursstudies aanvatten. “*Mijn vader drong er echter op aan dat ik voor dokter zou gaan studeren. Hij vond dat prestigieuzer. Dus deed ik drie jaar geneeskunde, maar die studierichting lag me niet zo. Tegelijkertijd hielp ik mijn vader, die textielhandelaar was. Ik raakte het studeren beu, maar kreeg de smaak voor ondernemerschap te pakken. In 1995 begon ik met de distributie van mediterrane producten en opende ik mijn eerste groothandel*

“*Via de kookkunst ontmoeten mensen elkaar. Daar komen verschillende eetgewoonten samen, in een boeket van kleuren, smaken en aroma's die we hier op de markt vinden.*”

in de Havenlaan, met 300 m² magazijnruimte en een bestelwagen. In het begin waren de ingevoerde producten uitsluitend Turks, 'omdat we die het beste kenden.'”

Vanaf 1999 beschikte Tadal over een locatie op de vroegmarkt. “*We waren de eerste groothandel in etnische producten die er zich vestigde. Het begin was moeilijk. Iedereen probeerde ons wijs te maken dat het niet zou lukken, dat de markt voor groenten en fruit bestemd was. Ondertussen hadden we onze winkel aan*



dormais presque plus. Un jour, je croise le président de Mabru à l'époque, M. Barnstijn, qui me demande pourquoi j'ai l'air si fatigué. 'De quoi as-tu besoin?', me dit-il. Et je répons: 'Un entrepôt ici!' On a posé la première pierre en 2004 et depuis, on n'a pas cessé d'investir.»

La gamme, quant à elle, s'est élargie et diversifiée : elle compte aujourd'hui plus de 2.200 références. « Je ne me considère plus comme un grossiste de produits turcs, plutôt comme un grossiste de produits méditerranéens, au sens large. Nous sommes très développés dans les produits secs, les épices, les pâtes, huiles et conserves, mais nous avons aussi un pôle très important en fromages et charcuteries halal. » Les produits ne viennent plus seulement des pays méditerranéens, mais d'Allemagne, de Pologne... et aussi de Belgique.

La clientèle de Tadal, ce sont notamment les grandes surfaces, « mais ce n'est pas notre cheval de bataille », nuance M. Toko. « Aujourd'hui, les consommateurs se détournent un peu des supermarchés. Ils ne vont plus remplir un caddie le samedi, ils veulent acheter au quotidien, près de chez eux. Même si on collabore avec les grandes surfaces, ce qu'on veut, c'est rentrer dans chaque magasin de quartier, dans toutes les supérettes, les boucheries, les boulangeries... On ne veut pas se contenter de mettre des produits dans des rayons, on veut développer ces produits sur le marché local, en apportant notre savoir-faire. »

La cuisine, Deniz Toko pourrait en parler longuement. « C'est un lieu de rencontre entre les gens, entre différentes habitudes alimentaires, qui nous amène plein de couleurs, de saveurs, de goûts que l'on retrouve ici, au marché. »

« La cuisine turque elle-même est à cheval sur l'Occident et l'Orient », poursuit-il « La région d'origine de ma famille, dans l'ancienne Mésopotamie, était un carrefour de produits venus d'Inde, du Pakistan ou de plus loin. On y a développé une cuisine très riche, très variée. Cela nous a donné par exemple le houmous, qui est en train de conquérir le public. Au départ, c'est un plat du pauvre, où la protéine animale est remplacée par le pois chiche. En Europe, c'est devenu un classique végétarien mais aussi un mets raffiné, où les gens peuvent projeter leur propre vision de la cuisine. Moi, je crois que la cuisine n'en est encore qu'à ses débuts ! »

de Havenlaan behouden, maar die moesten we in 2001 verlaten en naar Molenbeek verhuizen. Toen werd het voor mij bijzonder moeilijk. Ik werkte namelijk de hele dag in Molenbeek en de hele nacht in Mabru. Van slapen was er nagenoeg geen sprake meer. Op een dag ontmoette ik de toenmalige voorzitter van Mabru, de heer Barnstijn. Die vroeg me waarom ik er zo uitgeput uitzag. 'Wat heb je nodig?' Ik antwoordde: 'Een opslagplaats hier!' De eerste steen hebben we in 2004 gelegd en sindsdien zijn we blijven investeren.»

Het assortiment is tussentijds uitgebreid en gediversifieerd: het overschrijdt nu de 2.200 referenties. « Ik beschouw mezelf niet langer als een groothandelaar in Turkse producten, maar eerder in mediterrane producten, in de breedste zin van het woord. We hebben ons heel ruim ontwikkeld in droge producten, kruiden, pasta, oliën en conserven en beschikken bovendien over een aanzienlijke afdeling kazen en halavleeswaren. » De producten komen niet meer uitsluitend uit mediterrane landen, maar ook uit Duitsland, Polen... en zelfs België.

Tot de klantenkring van Tadal behoren grote supermarkten, « maar die zijn niet echt onze topprioriteit », verduidelijkt de heer Toko. « Tegenwoordig keren consumenten zich enigszins af van supermarkten. Ze gaan niet langer systematisch op zaterdag een

karretje vullen. Nee, ze willen dagelijks hun boodschappen doen, dicht bij huis. Ook al werken we voor supermarkten, wat we echt willen is in elke buurtwinkel aanwezig zijn, in elke minimarkt, elke slagerij, elke bakkerij... Er alleen producten in de rekken leggen interesseert ons niet: we willen deze producten op de lokale markt ontwikkelen met inbreng van onze kennis van zaken.»

Deniz Toko raakt nooit uitgepraat over kookkunst. « Daar ontmoeten mensen elkaar, daar komen verschillende eetgewoonten samen, in een boeket van kleuren, smaken en aroma's die we hier op de markt vinden. »

« De Turkse keuken is ergens een koppelteken tussen Oost en West », zegt hij. « De streek van herkomst van mijn familie, in het oude Mesopotamië, was een kruispunt van producten uit India, Pakistan en verder weg. Daar ontwikkelde zich een zeer rijke en gevarieerde keuken. Daarvan hebben we bijvoorbeeld hummus geërfd, die nu een steeds breder publiek bekoort. In het begin was het een gerecht voor de arme bevolking, waarbij de dierlijke eiwitten werden vervangen door kikkererwten. In Europa is het voortaan een vegetarische klassieker, en ook een verfijnd gerecht, waarin mensen hun eigen visie op koken gestalte kunnen geven. Ik denk dat de kookkunst nog in de kinderschoenen staat. »

