



*90 jaar een
luisterend oor*





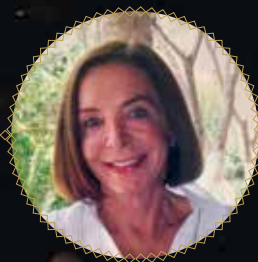
Jean-Baptiste van Gysel de Meise

Jean-Baptiste van Gysel de Meise werd in 1885 geboren in een grote familie in het Vlaams-Brabantse dorp Elewijt. Na zijn studies in Mechelen trad hij in het begin van de eeuw in dienst bij de Belgische spoorwegen en werd hij attaché van het kabinet van de minister van Communicatie, de heer Helleputte, die hem vroeg om de bevoorrading van de Belgische regering in Le Havre tijdens de eerste wereldoorlog te verzorgen. Na de oorlog richtte Jean-Baptiste van Gysel de Meise, die onder de indruk was van het succes van de Amerikaanse commerciële bedrijven, in België de bedrijven Sarma en Nopri op, die sinds hun oprichting aanzienlijk groeiden. In 1953 kocht Jean-Baptiste Van Gysel de Meise Hotel Le Plaza van Graaf Paulus d'Oultremont om er de parel van zijn erfgoed van te maken.



Jean-Paul en Anne van Gysel de Meise

In het begin van de jaren negentig besloot de zoon van Jean-Baptiste van Gysel de Meise, Baron van Gysel, om deze mooie plek nieuw leven in te blazen. Dit was voor hem een logische beslissing, aangezien hij een voorliefde had voor de hotellerie, nadat hij daar in zijn jeugd naartoe gebracht was door zijn ouders. Hij begon met de verbouwingen, die maar liefst 5 jaar duurden. Naast zijn vrouw, barones Anne van Gysel, die interieurvormgeefster is en tot op de dag van vandaag sterk betrokken is bij de inrichting van het hotel, deed hij een beroep op de Parijse hotelarchitect Pierre-Yves Rochon, die ook het "Four Season's" hotel "Georges V" in Parijs, het "Westin Palace" in Madrid en het "Les Bergues" hotel in Genève renoveerde.



Jean en Aurore van Gysel de Meise

De kinderen van Baron van Gysel steunen hun vader en willen het werk van hun grootvader voortzetten. Jean, de kleinzoon, die een Master in Finance heeft aan Columbia University in New York, en Aurore, de kleindochter, die is afgestudeerd aan de Ecole Hôtelière de Glion in Zwitserland, zetelen in de Raad van Bestuur van Le Plaza.



EDITO

90 jaar een luisterend oor

Indien u deze tweede editie van het Plaza Magazine in uw handen houdt, kan dit twee dingen betekenen: we hebben een gemeenschappelijke geschiedenis of we staan op het punt er samen een te creëren.

In beide gevallen willen we u bedanken en we zijn erg blij u te mogen verwelkomen in onze wereld, waarin het onze filosofie is om naar u te luisteren.

90 jaar na de opening deelt Le Plaza nog steeds dezelfde waarden. Een gedistingeerde elegantie in de ontvangst van haar gasten, de loyaliteit die voortkomt uit het vertrouwen van haar klanten maar ook van haar medewerkers, de trots op haar onafhankelijkheid die haar meer dan ooit Belgisch maakt, en ten slotte de orkestratie van een prachtig decor voor hoteltraditie in haar puurste vorm. We vieren dit jaar de 90ste verjaardag van Le Plaza en die willen we graag met u delen.

Ik wens u een aangenaam moment van ontspanning en plezier in de ontdekking van 90 jaar traditie.

Laurent De Kerf
Algemeen Directeur



EVA ONTHULT EEN GEHEIM EN LAAT U KENNISMAKEN MET ELIOT, DRAGER VAN DE KLEUREN VAN LE PLAZA

Eliot is geboren ter gelegenheid van de 90^e verjaardag van het hotel.

Over zijn ontwerp is zorgvuldig nagedacht; zijn naam staat symbool voor onze waarden, het blauw van zijn vacht roept de kleur van Le Plaza op en ten slotte zal hij dankzij zijn verschillende uniformen de verschillende beroepen van de hotellerie in de verf zetten.

WAT ZIJN ONZE WAARDEN?

« **E** » voor Elegantie, niet alleen in de keuze van stoffen en meubels, maar ook in de ontvangst, de kunst van het tafelen en onze expertise.

« **L** » voor Loyaliteit, we zijn ervan overtuigd dat trouw wordt opgebouwd door wederzijds vertrouwen, zowel op het niveau van gasten als van medewerkers.

« **I** » voor Individualiteit en onafhankelijkheid, want we hebben het geluk u te mogen verwelkomen in een 100% Belgisch familiehuis...

« **O** » voor Organisator, omdat wij de experts in events tot ons team mogen rekenen die bijdragen aan het succes van de missie die u ons toevertrouwt.

« **T** » voor Traditie, hoteltraditie in haar zuiverste vorm....

Elk weekend zal u Eliot, die 1m20 groot is, kunnen ontmoeten in de lobby van het hotel, hij zal met veel plezier poseren voor uw foto's! En maakt u zich geen zorgen, we hebben ook “miniatur” Eliots ontworpen om mee naar huis te nemen.

Eliot “globetrotter” zal ook bij u op bezoek komen door met onze collega's van Sales mee te gaan tijdens hun verschillende vergaderingen en reizen. Aarzelt u niet om op Instagram een foto te plaatsen met je Eliot: #leplazabrussels.

We zijn verheugd dat we Eliot, de schattigste van onze collega's, als ambassadeur hebben om dit jubileumjaar met u te kunnen delen!

Eva Forier
Communications Officer



*Het adres
voor Mice ...*

Inhoudstafel

Naast de deur	8
Brussel: De ingrediënten van een MICE stad	12
Een verschil van dag en nacht	18
Samenkomen.... is het bereiken van uw doelstellingen	24
De plaats voor uw congressen	28
Uw evenementen, momenten van plezier	32
Het verhaal van een familiepassie	38
Hofleverancier van België	46
Onze klanten hebben vertrouwen in ons	50
Advies van een expert: hoe wordt u een ervaren onderhandelaar	52
Mixologie	54
Armen Petrossian: ambachtsman van goede smaak	56
Vol vitaliteit, Breakfast at Charleston's	62
Onze klanten hebben vertrouwen in ons	64
1000 jaar ervaring	68
Advies van een expert: Buffet vs. Bediening aan tafel	70
Get Together: Summer time	72
Onze klanten hebben vertrouwen in ons	76
Incentives & Team Buildings	78
De kinderen van Le Plaza	84
Childfocus	86
Achter de schermen	88
Een passie voor reizen	90
De pareltjes van de Zavel....	92
Ze vertellen ons erover....	96

Brussel

NAAST
DE DEUR



17 steden verbonden
dankzij Thalys en Eurostar



Meer dan 650 vluchten per
dag vanuit 238 bestemmingen

Montreal
5556 km



Chicago
6667 km



New York
5907 km



Memphis
7340 km



Atlanta
7088 km

Houston
8119 km



Miami
7449 km

Amsterdam
203 km
1:50



Londen
317 km
2:10



Parijs
316 km
1:22



Frankfurt
398 km
2:50



Berlijn
800 km



Le Plaza
BRUSSELS

Marseille
843 km
5:23



Madrid
1316 km
12:00




**ZUID
STATION**

 11 min.
 15 min.




GROTE MARKT
 13 min.


STADSCENTRUM
Shopping –
voetgangersstraatjes
 5 min.


TOUR & TAXIS
 10 min.
 17 min.


**BRUSSEL
EXPO**
 11 min.
 25 min.


ATOMIUM
 11 min.
 25 min.


NOORDSTATION
Cerbinding met
de luchthaven
 11 min.
 4 min.

**BO
ZAR**
**MUSEUM
VAN SCHONE
KUNSTEN**
 25 min.
 7 min.


**MAGRITTE
MUSEUM**
 24 min.
 6 min.


**CENTRAAL
STATION**
 16 min.
 5 min.



Le Plaza
BRUSSELS



**INTERNATIONALE
LUCHTHAVEN
BRUSSEL**

 15 min.
 30 min.



**MAISON
ANTOINE**

Meester van de
Belgische friet

 8 min.
 13 min.



**EUROPEES
PARLEMENT**

 7 min.
 9 min.

BRUSSEL: DE INGREDIËNTEN VAN EEN MICE STAD





MICE-DOELSTELLINGEN: BRUSSEL!



the-art hotels.... Brussel heeft een plaats tussen de topbestemmingen van de MICE. Met 8,5 miljoen overnachtingen in 2018 en 889 door het Convention Bureau behandelde aanvragen voor evenementen wordt de stijgende tendens grotendeels bevestigd. Een puntje over de stad die beweegt.

Brussel doet er alles aan om MICE-klienten te kunnen verwelkomen, waarom?

Door haar ligging en internationale reputatie kan Brussel alle soorten evenementen organiseren. Dit gezegd zijnde, heeft Brussel nog steeds veel potentieel. Ik zal daar meteen op terugkomen. Brussel is voortdurend bezig zichzelf opnieuw uit te vinden en het uitgebreide bestaande aanbod voor de MICE-sector zal de komende jaren verder worden uitgebreid. Diverse evenementencentra zijn in volle ontwikkeling: De Gare Maritime met de site van Tour&Taxis en het toekomstige KANAL Museum voor Hedendaagse Kunst - Centre Pompidou is één van deze centra. Het toekomstige NEO-district en zijn internationale congrescentrum is een ander voorbeeld. Vorig jaar hebben onze experts van het Convention Bureau van visit.brussels 889 aanvragen voor evenementen van 50 tot meer dan 5.000 personen rechtstreeks

behandeld. Het aantal van dit soort verzoeken is in slechts één jaar tijd met 57% gestegen en deze trend zet zich voort.

Wat zijn de troeven van Brussel voor dit specifieke cliënteel?

Naast de specifieke kenmerken van Brussel die de aantrekkelijkheid van de bestemming versterken - Brussel is verbonden met een hub van macht en business, een centrum voor Europese en mondiale besluitvorming (Europese Commissie en NAVO-hoofdkwartier), een centrale strategische locatie, de favoriete zetel van internationale verenigingen, centra van uitmuntendheid - ademt Brussel vooral een bijzondere sfeer: haar kosmopolitisme met 184 verschillende nationaliteiten, de levenskwaliteit van een stad op menselijke schaal die door veel expats en bezoekers spontaan als een sterk punt wordt genoemd, met name dankzij de vele groene ruimten die over de hele stad verspreid zijn. Brussel verleidt dus enorm! Naast deze sterke punten biedt Brussel honderden echt originele evenementenlocaties. Het is een stad met een ziel, een geschiedenis, artistiek en cultureel erfgoed: deze diversiteit wordt op vele niveaus weerspiegeld, met name in het aanbod van evenementenlocaties die verre van steriel zijn: van de trendy ultra-urbane locatie tot de verfijnd versierde art-deco-symbolen, er is niet alleen keuze, maar ook een keuze met een zeer hoge toegevoegde waarde: sfeer, geschiedenis, moderne apparatuur. Aan de hotelkant, met meer dan 20.000 hotelkamers in alle categorieën, hebben we een aantal sterke argumenten die een doorslaggevende rol spelen bij de keuze van de bestemming.

Het grote voordeel van Brussel ten opzichte van veel andere bestemmingen, is dat het een verre van koude en grijze stad is die uitsluitend gericht is op het bedrijfsleven. Elk jaar worden er immers meer dan 18.000 culturele en fees-

telijke evenementen georganiseerd in de stad. Dit feestelijke DNA maakt van Brussel een stad die bruist en die de toon zet!

Brussel, hoofdzetel van vele internationale verenigingen, is de tweede stad ter wereld voor de organisatie van congressen?

Door haar succes bij het MICE-publiek te bevestigen behoudt Brussel haar plaats in de top van de MICE-bestemmingen. Voor het 6de jaar op rij staat Brussel op Europees niveau op de eerste plaats wat betreft de favoriete bestemming voor de organisatie van verenigingscongressen (UIA-rapport 2019). En deze tendensen worden op langere termijn bevestigd, aangezien er van alle kanten aanvragen toestromen voor het organiseren van een evenement in Brussel, waardoor we met Amsterdam, Madrid, Parijs, Parijs, Parijs, Barcelona en Londen moeten wedijveren. Wat de hotels betreft, wordt de opwaartse trend van de laatste jaren, met 8,5 miljoen overnachtingen in 2018, grotendeels bevestigd. Brussel trekt als MICE bestemming aan, maar ook op vrijetijdsniveau.

Welke tools hebben jullie in het leven geroepen om organisatoren van evenementen te helpen?

Elke MICE-organisator heeft toegang tot de gratis diensten op maat van visit.brussels. Brussel staat hierdoor voor direct, efficiënt en professioneel contact. Zo kunnen de MICE-organisatoren rekenen op de steun van een lokale persoonlijke expert die hen zal ondersteunen in de algemene aanpak van de organisatie van hun evenement in Brussel. De bijstand kan de vorm aannemen van logistieke steun, financiële steun, organisatorische steun.... We hebben echter vastgesteld dat de behoeften van internationale evenementorganisatoren steeds complexer en veeleisender worden. MICE organisatoren kiezen niet lan-

ger alleen voor een bestemming vanwege de ontvangstcapaciteit, toegankelijkheid en aantrekkelijkheid. Daarom biedt visit.brussels ondersteuning op het vlak van communicatie en geeft het toegang tot professionele contacten. Zo zijn we in staat om deelnemers, sponsors en stakeholders te helpen mobiliseren. Ons congresbureau begeleidt de organisatoren en brengt hen in contact met experts, lokale specialisten, instellingen of lokale verenigingen die belangrijk kunnen zijn voor het evenement. Dit is zeker de moeite waard voor de deelname en het aura van het evenement. Wat ook zeer nuttig is: de organisator maakt gebruik van de vele connecties van gespecialiseerde experts in verschillende expertisecentra (media en creativiteit, ICT, biowetenschappen, farmaceutica, duurzame ontwikkeling, cleantech, zakelijke dienstverlening) waaraan Brussel prioriteit heeft toegekend.

Welke impact hebben de Europese instellingen op de evenementensector?

Als hoofdstad van Europa is Brussel één van de 10 meest invloedrijke steden ter wereld. Het is 's werelds grootste stad voor het hosten van verenigingen, met 2.250 hoofdzetels van internationale beroepsverenigingen. Brussel is dus een bijzonder aantrekkelijk beslissingscentrum vanwege de vele professionele contacten die er mogelijk zijn. Brussel is bovendien net in de top 10 van meest invloedrijke steden ter wereld opgenomen (A.T. Kearney Global Cities Index 2018). De MICE-sector heeft deze kansen op het gebied van contacten, invloed en netwerken uiteraard gegrepen: het aantal georganiseerde evenementen is exponentieel gegroeid.

Ecologie is een sleutelfactor geworden voor organisatoren van evenementen bij het nemen van hun beslissing, welke acties onderneemt visit.brussels hieromtrent?

Duurzame ontwikkeling is een prioriteit voor het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Er worden veel initiatieven gelanceerd. In het bijzonder bieden we concrete ondersteuning aan lokale actoren (hotels, bezoekers, musea, musea, transport, enz.) en organisatoren van evenementen om te evolueren naar een duurzamere aanpak en om te denken vanuit het perspectief van de circulaire economie. We boeken goede vooruitgang op dit gebied en we zien nu al resultaten. Brussel bekleeft een plaats in de top 10 van pionierssteden wereldwijd voor zijn verantwoord en duurzaam beleid in het zakentoeerisme en de evenementenindustrie (Global Destination Sustainability Index, GDS, 2018). De labels en certificaten hebben de meer milieuvriendelijke aanpak reeds volledig geprofessionaliseerd en Brussel, een pionier op dit gebied, is in staat om een duurzame aanpak voor te stellen en te veralgemenen in alle evenementen die op zijn grondgebied worden georganiseerd.

Belgen zijn bons vivants, hoe beïnvloedt deze filosofie het MICE-aanbod?

De levenskwaliteit, de gastronomie, het architecturaal, artistiek en cultureel erfgoed, het indrukwekkende aantal microbrouwerijen, de ontwikkeling van zeer hoogwaardige wijnhuizen en natuurlijk niet te vergeten: chocolade, het nationale symbool. Deze symbolen van levenskwaliteit in België dragen sterk bij tot het persoonlijk en uitzonderlijk onthaal. Al deze troeven zorgen voor uitstekende momenten en onvergetelijke herinneringen die elke deelnemer aan een evenement zich zal herinneren. Het MICE-aanbod maakt gebruik van deze troeven om de bestemming op te waarderen. Bij visit.brussels helpen we de organisatoren om programma's op maat op te stellen, waarbij we de nadruk leggen op de lokale troeven van de deelnemers: tegenwoordigers, creatieve geesten, wetenschappelijke onderzoekers, sportliefhebbers, begeleiders, ...





90 jaar
... een luisterend oor ...

Ons verhaal
begint in 1930

EEN VERSCHIL
VAN

DAG
EN
NACHT



188

KAMERS EN SUITES



ONZE
MEERWAARDEN



VOOR
UW VIP'S

DE PRESIDENTIËLE SUITE



ZIN IN MEER ?

HET ONMOGELIJKE
IS MOGELIJK !



The image shows a dramatic, low-angle view looking up at the ceiling of a theater. The ceiling is painted a deep, rich blue and is adorned with intricate, raised gold-colored moldings and scrollwork. A large, octagonal skylight is the central feature, with a decorative blue metal grate that has a starburst or floral pattern. The skylight is surrounded by a wide, ornate border of gold-colored scrollwork. The lighting is warm and focused on the skylight, creating a sense of depth and grandeur.

EEN THEATRAAL DECOR VOOR MICE



SAMENKOMEN....

**IS HET BEREIKEN
VAN UW
DOELSTELLINGEN**

ASTRID

- > 29 m²
- > 8 tot 15 personen



**ONZE SALONS WORDEN Aangepast
aan uw behoeften**



PAOLA

45 m² > 22 tot 40 personen



ELISABETH

> 42 m² > 20 tot 40 personen



MARIE-HENRIETTE

> 42 m² > 20 tot 40 personen



FABIOLA

> 26 m² > 8 tot 15 personen



LOUISE MARIE

> 23 m² > 8 tot 15 personen

4 SALONS VAN 40 TOT 200 PERSONEN

ADOLPHE MAX

- > 225 m²
- > 60 tot 250 personen

WIST U DAT?

Net als de Boulevard waarop Hotel Le Plaza is gevestigd, is ons Salon Adolphe Max vernoemd naar een van de bekendste Brusselse burgemeesters: de heer Adolphe Eugène Jean Max.

Adolphe Max (1869-1939) was Belgisch politicus en burgemeester van Brussel van 1909 tot 1939; tijdens zijn verschil-

lende mandaten was hij mee grondlegger voor de de bouw van het Paleis voor Schone Kunsten en de organisatie van de Wereldtentoonstelling op de Heizel in 1935.

Als een echte oorlogsheld verzette hij zich tijdens de Eerste Wereldoorlog tegen de Duitse controle en weigerde zijn mandaat onder Duits juk uit te oefenen.

Hij werd gearresteerd en gevangen gezet en bracht de hele oorlog door in verschillende Duitse gevangenissen. Na de oorlog en zijn triomfantelijke terugkeer naar Brussel leverde zijn moed hem de titel van staatssecretaris op en zijn verkiezing tot lid van de Koninklijke Academie van België.

VERSAILLES

- > 116 m²
- > 40 tot 120 personen

CHARLESTON

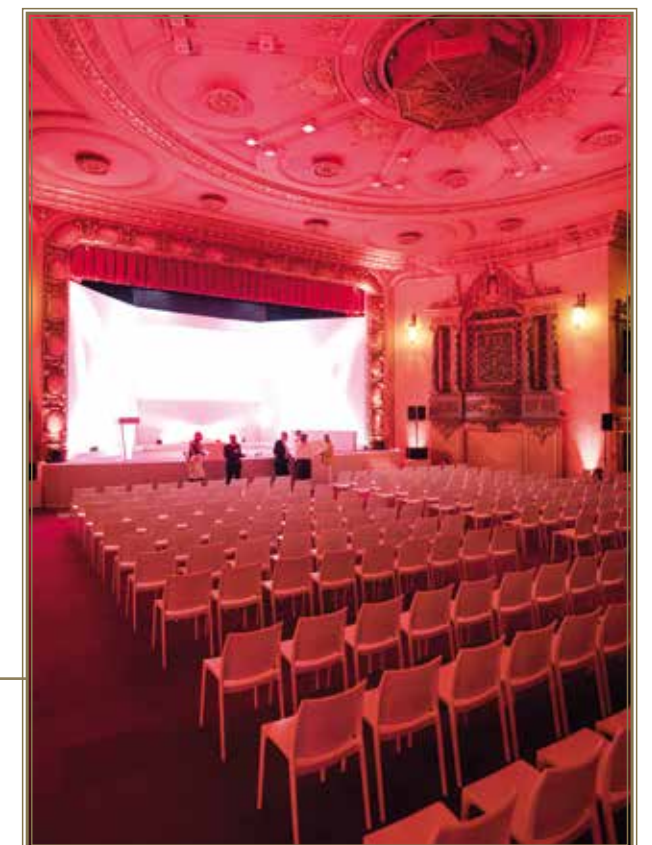
- > 264 m²
- > 60 tot 200 personen

ESTEREL

- > 180 m²
- > 50 tot 150 personen

DE PLAATS VOOR UW CONGRESSEN

WANNEER EEN CONFERENTIE
ARCHITECTUUR, DE
CAPACITEIT VAN EEN
CONGRESCENTRUM EN DE
SERVICE VAN EEN HOTEL
COMBINEERT



OPPERVLAKTE
462 m²



COCKTAIL
700 personen



SCHOOLSTIJL
350 personen



DINER
450 personen



HOOGTE
9,5 m

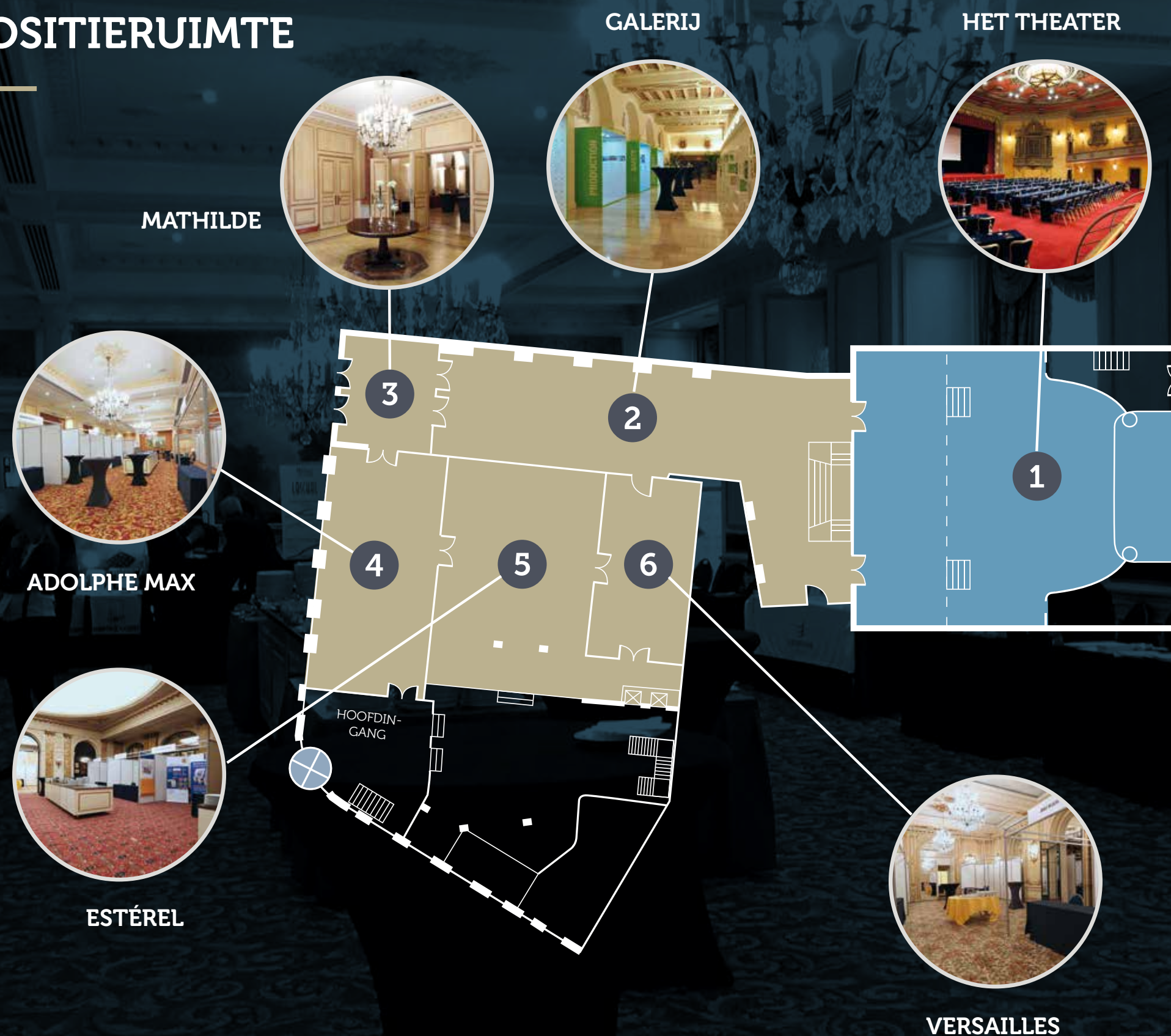


U-SHAPE
130 personen



THEATERSTIJL
700 personen

800 M² EXPOSITIERUIMTE



U ORGANISEERT EEN CONGRES, EEN SYMPOSIUM OF TOCH EEN CONFERENTIE?

Hotel Le Plaza is een onverwacht congrescentrum en is een belangrijke speler in de evenementensector in Brussel.

Onze plenaire zaal “het Theater” met een oppervlakte van 462 m² biedt plaats aan 130 tot 700 personen en heeft toegang tot een expositie- en restauratieruimte van bijna 800 m².

Deze expositieruimte is opgebouwd uit de galerij van het theater en 3 van onze salons (Adolphe Max, Estérel en Versailles). De ruimtes zijn onderling met elkaar verbonden en verzekeren een optimale circulatie van de congresleden en deelnemers.

Uit welke sector u ook komt, u kan rekenen op 90 jaar ervaring. Het team van Hotel Le Plaza Brussel staat u voor de organisatie van uw congres bij met het uitdenken van het project, het uitwerken van uw project alsook het verblijf van uw genodigden. Onze coördinatoren begeleiden u doorheen de verschillende fases van uw project, tot aan de eindmeet:

- › Project management
- › Reservering van kamers voor staff en tussenpersonen
- › Prereservering van kamercontingenten voor de deelnemers
- › Beheer van de expositieruimtes
- › Catering
- › Hostessen en security
- › Het audiovisuele en WIFI-toegang
- › Branding en inrichting
- › Logistiek en leveringen

Bovendien beantwoorden onze ervaren operationele teams aan al uw behoeften en anticiperen ze al uw wensen.

Kortom, kiezen voor Hotel Le Plaza voor uw congressen en conferenties staat gelijk aan kiezen voor het gemak en de flexibiliteit van een hotelaanbod waarbij u de sleutel zelf in handen hebt, beschikt over de verschillende ruimtes van een echt congrescentrum en dit alles in een chique en comfortabel kader.

UW EVENEMENTEN, MOMENTEN VAN PLEZIER

BIJZONDERE MOMENTEN

Voor uw gala-avonden, cocktails, diners, lanceringen van nieuwe producten, eindejaarsrecepties, huwelijken, personeelsfeesten... Hotel Le Plaza is de partner voor deze speciale momenten!

Van het aperitief tot het dessert stellen onze executive chef Olivier Bontemps en zijn brigade u een smakelijke en geïnspireerde keuken voor, verse producten van hoge kwaliteit met een snuffje originaliteit, die de smaakpapillen van uw gasten zal betoveren.

Wat zou een evenement zijn zonder een tikkeltje feeststemming? Naast de keuze van de menu's en de wijn zal het events team u met plezier begeleiden met de keuze van :

- > De tafeldecoratie
- > De decoratie van de zaal
- > De muzikale animatie en de dansavonden
- > Het uitwerken van themafeesten

Uw recepties zijn een moment van apotheose, ze wakkeren onze passie aan om u te vermaken, creatief te zijn, sterretjes te doen verschijnen in de ogen van uw gasten en u onvergetelijke avonden te bezorgen.

CHARLESTON

ADOLPHE MAX

VERSAILLES

THEATER



DINER
160 personen



COCKTAIL
200 personen



DINER
180 personen



COCKTAIL
250 personen



DINER
80 personen



COCKTAIL
120 personen



DINER
450 personen



COCKTAIL
700 personen

ONZE REALISATIES



FACT SHEET

Naam : Hotel Le Plaza

Adres : Adolphe Maxlaan 118-126
1000 Brussel, België

Telefoonnummer : Algemeen : + 32 (0)2 278 01 00
Reservaties : +32 (0)2 278 05 70
Groepsreservaties : +32 (0)2 278 05 80

E-mail : reservations@leplaza.be

Site : www.leplaza.events

Eigenaar : Baron van Gysel de Meise

Directie : Laurent De Kerf

Classificatie : 4 sterren

Locatie : - Brussel centrum
- Zuidstation op 10 minuten
- Luchthaven op 20 minuten

Kamers : 188 kamers, waarvan 16 suites

Parking : Privé-parking

Bar/Restaurant : - Ontbijtbuffet
- Restaurant and Bar L'Esterel, traditionele keuken

Salons : 11 meeting rooms van 10 tot 700 personen.

Theater : Vroegere Brusselse bioscoop met aparte ingang en een capaciteit tot 700 mensen voor conferenties en 450 mensen voor gala diners.

PLATTEGROND



	Zaal										
1	Theater	0	462 m2	9.5 m	Nee	700	450	350	700	130	-
2	Galerij	0	280 m2	4.6 m	Ja	250	-	-	-	-	-
3	Adolphe Max	0	220 m2	4.6 m	Ja	250	180	130	200	60	70
4	Esterel	0	180 m2	4 m	Nee	150	90	70	120	40	50
5	Versailles	0	116 m2	4 m	Nee	120	80	60	100	40	50
6	Charleston	-1	264 m2	3.5 m	Nee	200	160	130	180	60	70
7	Paola	1	45 m2	2.8 m	Ja	40	30	28	40	22	30
8	Fabiola	1	29 m2	2.8 m	Ja	15	10	10	15	8	10
9	Astrid	1	29 m2	2.8 m	Ja	-	-	-	-	-	16
10	Marie Henriette	1	42 m2	2.8 m	Ja	40	30	28	40	22	30
11	Elisabeth	1	42 m2	2.8 m	Ja	40	30	28	40	22	30
12	Louise Marie	1	23 m2	2.8 m	Ja	15	10	10	15	8	10

	Zaal										
2 + 3		0	500 m2	4.6 m	-	500	-	-	-	-	-
2 + 3 + 4		0	680 m2	4 m	-	650	-	-	-	-	-
2 + 3 + 4 + 5		0	796 m2	4 m	-	770	-	-	-	-	-
3 + 4 + 5		0	416 m2	4 m	-	520	350	-	-	-	-
3 + 4		0	300 m2	4 m	-	400	270	-	-	-	-
4 + 5		0	380 m2	4 m	-	270	270	-	-	-	-

HET VERHAAL VAN EEN FAMILIEPASSIE

Hotel Le Plaza.... we worden ondergedompeld in de geschiedenis van Brussel, de geschiedenis van de jaren 1930, de Roaring Thirties, Victor Horta, Charleston, art deco, de wereldtentoonstelling van 1935 en bioscopen. Tijdens de regeerperiode van Leopold II werd Brussel uitgerust met brede boulevards en groene lanen en burgemeester Anspach hielp bij de transformatie van het stedelijk landschap van de hoofdstad door de aanleg van de slagader die het Noordstation met het Zuidstation verbindt. Het is precies op deze zeer drukke en modieuze slagader dat Hotel Le Plaza is gebouwd.

Hoewel buitenlandse hoofdsteden en grote Amerikaanse steden in die tijd getuige zijn van de geboorte van weelderige paleizen, is de mode in Brussel iets terughoudender. De sobere ruimtes volgen op de grandioze plekken van de jaren twintig van de vorige eeuw. Er zijn echter enkele opmerkelijke uitzonderingen die tegen de trends ingaan, zoals Hotel Le Plaza en zijn bioscoop.



Salon Esterel 1934

Hotel Le Plaza is het werk van architect Michel Polak, de architect van de wereld van de luxe en elegantie tussen de twee wereldoorlogen, die in staat was alle stijlen te beheersen volgens de smaak van zijn klanten: Beaux-Arts, Art Deco, Classicisme of verfijnd Modern. Zijn bekendste projecten waren het Résidence Palace, de Grand Bazaar (nu Viage), de hoofdzetel van het elektriciteitsbedrijf Electrabel en de Villa Empain.

Hotel Le Plaza is geïnspireerd op de stijl van het George-V Hotel in Parijs, dat door zijn betonnen frame voor een opmerkelijke stevigheid zorgt. De gevel werd bekleed met "Pierre de France". Het interieur werd ontworpen om ideeën van helderheid en grandeur weer te geven: hoge plafonds, brede gangen, grote lichte slaapkamers, natuurlijk verlichte badkamers, majestueuze trappen op 8 verdiepingen, versierd met glas in lood en omzoomd met smeedijzeren leuningen...

Le Plaza werd al snel de ontmoetingsplaats voor Belgische en internationale elite-evenementen; grote persoonlijkheden uit de politiek en de financiële wereld bezochten het hotel regelmatig. Het was het enige hotel in Europa dat een in het gebouw geïntegreerde bioscoop had en het werd eveneens erg gewaardeerd door de wereld van kunst en entertainment.



BIOSCOOP PLAZA :

Van 1930 tot 1945, de gouden eeuw van de bioscopen, was de tijd van de geboorte van de sfeervolle bioscopen (de Rex in Parijs in 1932). In Brussel is de locatie van de zalen zorgvuldig gekozen: het zijn de plaatsen met het meeste verkeer, namelijk de belangrijkste lanen (Adolphe Max, Emile Jacqmain...) die het populairst zijn. In deze periode verwelkomde de Adolphe Maxlaan vier uithangborden (Marivaux, Plaza, Apollo & Variétés) op een afstand van minder dan honderd meter! Op vrijdag- en zaterdagavonden betekende dit dat bijna 5.000 mensen tegelijkertijd naar de bioscoop gingen.

Het moet gezegd worden dat de bioscoop destijds een heel andere vrijetijdsbesteding was dan vandaag de dag. Het was de uitstap van het weekend. Mensen kleden zich op, kwamen met hun familie van de “buitenwijken” naar het centrum van de stad om naar de film te gaan. Het is zowel een populaire als mondaine activiteit, want naar de bioscoop gaan was ook genieten van een luxe die de gemiddelde Belg thuis niet kende. Marmer, lambrisering, lederen zetels, verlichting.... De zalen waren over het algemeen luxueus en de toeschouwers genoten ervan. Sommige bleven zelfs lang na de film zitten. Destijds werden de mensen immers niet uit de zaal verdrongen zodra de film afgelopen was om de ruimte weer te kunnen vullen.



Cinéma Plaza 1960

De Cinéma Plaza, gebouwd onder de 8 verdiepingen van het gelijknamige hotel, is bijzonder luxueus. Het laat de kijker onmiddellijk kennismaken met een setting die in die tijd zeer populair was in de Verenigde Staten, de Spaanse renaissancestijl. Arcades, wapenschilden, nephouten balken en smeedijzeren armaturen doorkruisen de gangen. Een zeer mooie foyer gaat vooraf aan de zaal die versierd is met decoratieve roosters (moucharabiehs). Het scherm wordt geflankeerd door valse ramen met balkon, gebogen frontons en verwrongen zuilen. Deze decoratie zal worden bewaard tot de sluiting van de bioscoop in 1985, d.w.z. gedurende zestig jaar, wat uitzonderlijk is in Brussel. De zaal bestaat nog steeds en maakt nu deel uit van het hotelcomplex dat dienst doet als prestigieuze locatie voor evenementen.



CINÉMA PLAZA 1937



CINÉMA PLAZA 1937

L'architecture de la salle



CINÉMA PLAZA 1937

L'architecture de la salle



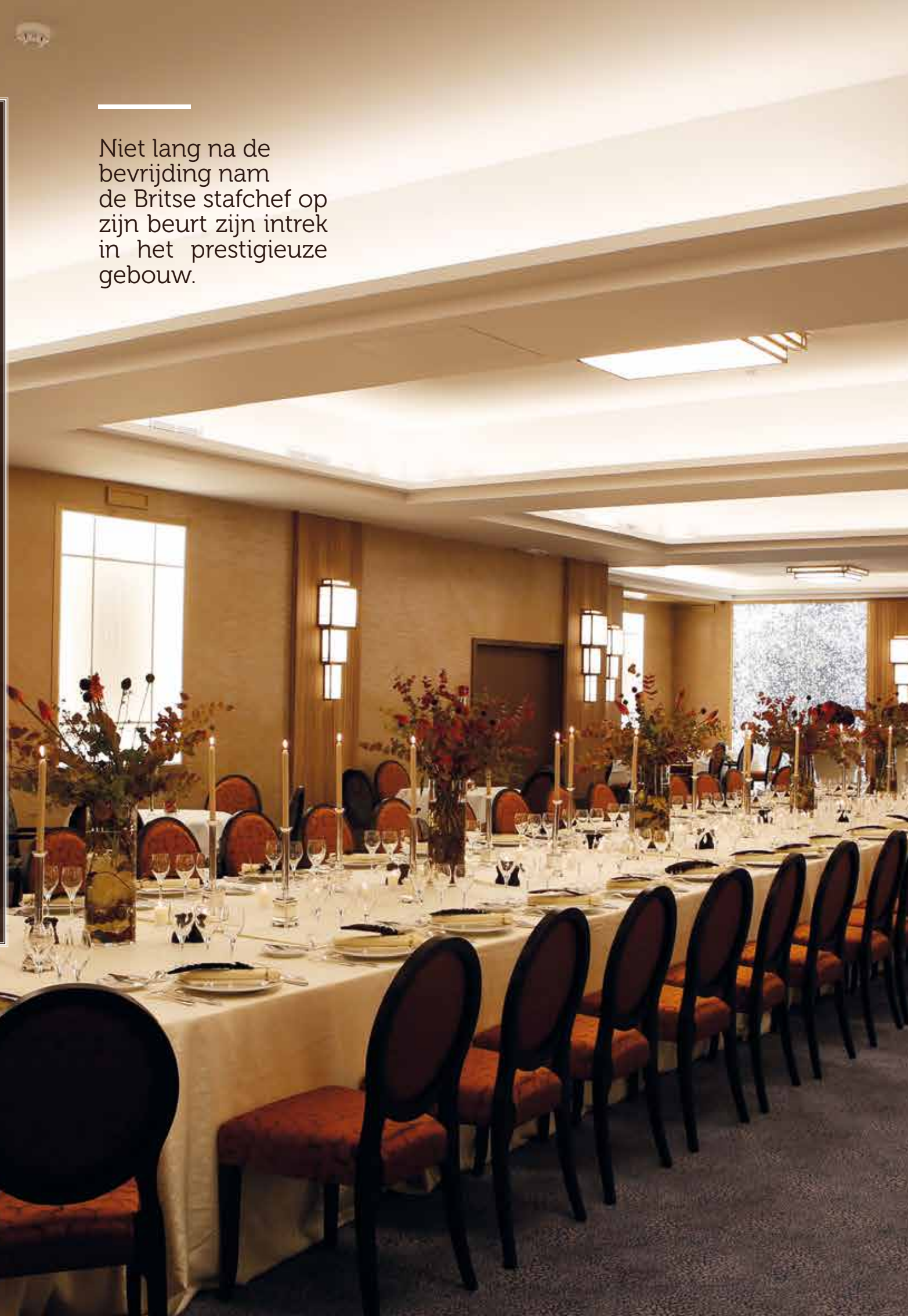
Salon meining 1965

Tijdens de Tweede Wereldoorlog was Brussel een bezette stad, alles verliep in slow motion. De Roaring Twenties behoorden tot het verleden, en het hotel onderging hetzelfde lot als andere grote hotels in die tijd; het werd onder het gezag geplaatst van het Duitse leger.

De militaire commandant verantwoordelijk voor België en het Noorden van Frankrijk nam er zijn intrek. Voor de aankomst van de Geallieerden en de nakende nederlaag plaatsten de Duitsers springstoffen in het hotel, net als in het justitiepaleis. Toch werden enkel de wintertuin en de magnifieke koepel uit loodglas verwoest.



Niet lang na de bevrijding nam de Britse stafchef op zijn beurt zijn intrek in het prestigieuze gebouw.



In de jaren zestig vond er een ware revolutie plaats in de hotel- en vrijetijdsector. Verblijven werden talrijker maar korter. De behoeften van nieuwe reizigers veranderden, waardoor de ontwikkeling van het hotelaanbod werd gestimuleerd.

In de voorhoede van Europa is Brussel dus een multiculturele en kosmopolitische stad geworden. Zoals het grootste deel van Europa is België van de economische bloei van de jaren zestig in de recessie van de jaren zeventig en tachtig vervallen. In de loop van deze decennia heeft Brussel echter zijn rol als hoofdstad van Europa versterkt dankzij het hoofdkwartier van de Europese Gemeenschap en de NAVO. Joseph Luns, die van 1971 tot 1984 secretaris-generaal van de NAVO was, verbleef regelmatig in Hotel Le Plaza.

In het begin van de jaren negentig besloot de zoon van Jean-Baptiste van Gysel de Meise, Baron van Gysel, om deze mooie plek nieuw leven in te blazen. Dit was voor hem een logische beslissing, aangezien hij een voorliefde had voor de hotellerie, nadat hij er in zijn jeugd naartoe gebracht was door zijn ouders. Hij begon met de verbouwingswerken, die maar liefst 5 jaar duurden en waarbij het hotel in zijn vroegere luxe werd hersteld en tegelijkertijd een update kreeg om te voldoen aan de noden van de hedendaagse internationale reizigers.



Lobby 1938





Salon Versailles 1954

Naast zijn vrouw, Barones Anne van Gysel, die interieurvormgeefster is en tot op de dag van vandaag sterk betrokken is bij de inrichting van het hotel, deed hij een beroep op de Parijse hotelarchitect Pierre-Yves Rochon, die ook het Four Season's, hotel Georges V in Parijs, het Westin Palace in Madrid en het Les Bergues hotel in Genève renoveerde.

Om het gebouw in zijn oorspronkelijke functie te herstellen en het tegelijkertijd te voorzien van de nieuwste toepassingen van de moderne technologie, heeft La Société de Gestion Hôtelière grote renovatie- en inrichtingswerken uitgevoerd, met een investering van 400 miljoen Belgische Frank.

Hotel Le Plaza is één van de laatste volledig Belgische parels van het hotelwezen. Het is vandaag nog steeds in handen van de familie van Gysel. Het hotel beschikt over 188 kamers en suites op 7 verdiepingen. Sinds de renovaties richt het hotel zich op service en beschikt het over een trouw, gekwalificeerd, ervaren en stabiel team. Het resultaat is een gepersonaliseerde dienstverlening, collectieve betrokkenheid en inzet met als doel te voldoen aan de verwachtingen van haar gasten.

Brussel mag zeker niet onderschat worden en heeft haar multiculturele en kosmopolitische kant verder ontwikkeld; meer dan duizend internationale organisaties en lobby's hebben zich hier gevestigd. Na Washington heeft Brussel ook het grootste aantal diplomaten.

Het stadscentrum profiteert van talrijke ontwikkelingsprojecten, zoals het Rogierplein, het de Brouckèreplein en de Nieuwstraat, die onlangs werden gerenoveerd. Andere grote projecten zullen de binnenstad en de omliggende bedrijven nieuw leven inblazen.



OP 15 NOVEMBER 2004
WORDT HOTEL LE PLAZA
OFFICIEEL BENOEMD TOT
"GEBREVETTEERDE HOFLE-
VERANCIER VAN BELGIË"
ALS ENIGE HOTEL VAN
HET LAND.



*Fournisseur Breveté de la Cour de Belgique
Gebrevetteerde Hofleverancier van België*

HOFLEVERANCIER VAN BELGIË

Op 15 november 2004 wordt Hotel Le Plaza officieel be-
noemd tot "Gebrevetteerde Hofleverancier van België".

De titel "Hofleverancier" is een privilege en een te-
ken van vertrouwen dat toegekend wordt door Zijne
Majesteit de Koning en Le Plaza is het enige hotel in
België in bezit van dit statuut.

Deze benoeming is een eer, maar een taak tegelijk-
tijd: we moeten bewijzen dat we deze titel waardig
zijn ongeacht de omstandigheden. De uitdaging ligt in
het behouden van hetzelfde, uitstekende niveau; dag
na dag, jaar na jaar; wat dit enorme privilege recht-
vaardigt.

Ter gelegenheid van het traditionele kerstconcert dat georga-
niseerd werd door Stichting Koningin Paola, overhandigt June
van Gysel de Meise-Raynar, vergezeld door haar grootvader
Baron van Gysel de Meise, Koningin Paola een mooi boeket
bloemen



ONZE BELGITUDE



Het enige hotel dat Hofleverancier is van België



De unieke en geraffineerde stijl van de Belle Epoque architectuur



Haar bijzonderheid: onafhankelijk hotel, eigendom van een Belgische familie



De Belgische gezelligheid en humor tot uw dienst



Bijna een eeuw ervaring



MAUD BERTOLINO



Zou u zichzelf eens kunnen voorstellen: voor welk bedrijf werkt u?

Sinds 2014 ben ik assistent van de gedelegeerd bestuurder van de afdeling Innovatie. Daarnaast sta ik samen met mijn collega een team van 13 managers bij.

Is de organisatie van evenementen een extra verantwoordelijkheid en stressvol onderdeel van uw werk?

Ik zou zeggen dat dit precies het deel is dat mij het meest interesseert in mijn werk. Ik heb het geluk dat ik de grootste evenementen (maximaal 150 deelnemers) in onze afdeling kan organiseren. Ik organiseer tussen de 2 en 4 evenementen per jaar, afhankelijk van het jaar. Dit zijn mijn beste momenten van het jaar!

Wat is uw professionele achtergrond? Hoe helpt het u bij de organisatie van evenementen?

Ik heb meer dan 10 jaar in een 4* hotel in Brussel gewerkt, eerst aan de receptie en daarna als evenementencoördinator voor evenementen van 10 tot 600 personen. Dit verklaart het feit dat events deel uitmaken

van mijn dagelijks leven en ik heb nog altijd uitstekende herinneringen aan deze ervaring en ik zal de hotelwereld voor altijd missen! Het is een grote familie!

Welke evenementen heeft u georganiseerd in Le Plaza? Hoe lang werkt u al samen met Hotel Le Plaza?

Ik organiseer de LRI Workshop en de prijsuitreiking sinds ik in 2014 bij Cefic aankwam. Dit is een workshop die jaarlijks plaatsvindt met een honderdtal deelnemers. Daarnaast heb ik ook 2 andere SusChem evenementen georganiseerd (Stakeholder en Sira).

Welke zalen/salons gebruikt u in het kader van de LRI Awards Ceremony en waarom? Wat zijn de doelstellingen van deze avond?

We gebruiken de Versailles lounge voor onze cocktail- en posterpresentatie en dan gaan we over naar uw prachtige restaurant dat we 's avonds privatiseren. Ons doel is om de jonge winnaar van een prijs van 100.000 euro te viëren, een prijs die hem in staat stelt zijn onderzoeksproject uit te voeren. De volgende dag presenteren we de onderzoeksprojecten die in het afgelopen jaar van start zijn ge-

gaan. Elk jaar roepen we op tot het indienen van projecten.

Wanneer beschouwt u een evenement als succesvol?

Hoe dragen de Plaza teams bij aan het succes van uw evenementen?

Voor mij is het belangrijk om me ondersteund te voelen vanaf het begin van ons evenement, vanaf onze aankomst, tot ons vertrek, om te voelen dat het team alles in het werk stelt om ons plezier te doen en al het mogelijke doet om van ons evenement een succes te maken, en dat is het geval. Al die jaren herkent het team mij, kent het mijn "eisen" en denkt het zelfs voor mij! Jullie service is een van de belangrijkste redenen waarom wij elk jaar terugkomen, behalve wanneer u geen beschikbaarheid heeft.

Cefic
Maud Bertolino



*We hebben
hun vertrouwen*

Mening van een expert: word verfijnd onderhandelaar



**Sébastien
François**
Revenue Management
Director

Hoe kan men genieten van de beste voorwaarden voor de organisatie van een evenement?

Met de komst van revenue management in de luchtvaart, hotels en andere locaties voor evenementen, fluctueren de prijzen van de diensten voortdurend in functie van vraag en aanbod. Dit maakt het voor een organisator van een evenement moeilijk om te profiteren van de beste beschikbare tarieven.

“YOU CHOOSE THE DATE WE CHOOSE THE RATE”

Om te genieten van gunstige prijsvoorwaarden is de keuze van de data voor uw evenement zeer belangrijk. Dit lijkt op het eerste gezicht logisch, maar veel van de beperkingen die verband houden met de agenda's van sprekers, deelnemers, concurrerende evenementen en vakantieperiodes dwingen organisatoren van evenementen om terug te vallen op



dezelfde weken. De hotelsector werkt echter met een beperkt inventaris (aantal kamers of zalen): wanneer de vraag stijgt, volgen dus ongetwijfeld de tarieven.

“YOU CHOOSE THE RATE WE CHOOSE THE DATE”

Omdat de effect van de toegenomen vraag tegen te gaan, is flexibiliteit in de datum zeker de belangrijkste factor; de dienstverlener staat vaak klaar om u te begeleiden naar minder gevraagde periodes en zal u in ruil daarvoor extra kortingen en promoties aanbieden. In sommige gevallen kunt u door flexibel te zijn, te beginnen op maandag in plaats van dinsdag, een leemte in het inventaris van het hotel of de evenementenlocatie opvullen, waardoor u een aantrekkelijker aanbod krijgt.

“YOU CHOOSE THE RATE AND YOU CHOOSE THE DATE, WE CHOOSE THE NUMBER OF ROOMS”

Bij conferenties waar deelnemers zelf kamers boeken, is een veelgestelde vraag van klanten: kan ik een gereduceerd tarief krijgen als ik een contingent van 100 kamers vooraf blokkeer?

Net als in de luchtvaart heeft ook in de hotelsector het revenue management een belangrijke plaats ingenomen. Gasten

die zeer verschillende tarieven hebben geboekt afhankelijk van de datum van hun reservering verblijven hierdoor zij aan zij in het hotel. In het algemeen profiteren gasten die ruim van tevoren hebben geboekt van speciale aanbiedingen en voordelige tarieven. Aan de andere kant zullen degenen die op het laatste moment geboekt hebben een hoger bedrag moeten betalen, variërend van twee keer meer tot veel meer. Wanneer u een contingent van 100 kamers wenst te reserveren, zal het tarief het gemiddelde van de op die datum voorgestelde tarieven voor 100 individueel gehuurde kamers weerspiegelen, waarbij de laatste beschikbare kamers steeds duurder worden. Volgens deze redenering geldt het volgende : hoe meer kamers u vooraf blokkeert in verhouding tot het totale aantal kamers van het hotel, hoe meer het tarief zal toenemen.

Revenue Management wordt vaak bekritiseerd voor het verhogen van de prijzen in tijden van grote vraag, waardoor bepaalde diensten soms ontoegankelijk worden. Maar men mag niet vergeten dat het grote voordeel van revenue management vooral is dat het deze zelfde diensten toegankelijk heeft gemaakt voor het grote publiek (wat in het verleden niet het geval was), met name dankzij lagere prijzen en promoties in periodes van lage vraag.



MIXOLOGIE : DE NEGRONI

DE FAVORIETE COCKTAIL
VAN ONZE GASTEN



De Geschiedenis

Negroni is een cocktail gemaakt met Gin, rode Vermouth en Campari. De cocktail werd in 1919 uitgevonden in Firzene (Italië).

In die tijd was café “Casoni” de plaats waar de Florentijnse aristocratie elkaar ‘s avonds voor het diner ontmoette.

Graaf Camillo Negroni ging er altijd heen om er van een Americano te genieten. De Graaf, die graag cocktails dronk, was echter geërgerd steeds weer dezelfde cocktail te drinken. Hij stelde de barman, Fosco Scarelli, voor het aperitief te versterken door dezelfde ingrediënten te gebruiken, maar zonder spuitwater en door gin toe te voegen, iets wat de graaf had ontdekt tijdens zijn reizen naar Londen.

Het succes van deze cocktail was onmiddellijk merkbaar. Alle klanten van Café Casoni wilden deze “Americano met gin” proeven. De barman Fosco Scarelli had het idee om de cocktail de naam van zijn uitvinder, “Negroni”, te geven om de graaf te eren en tegelijkertijd de lange naam van “Americano met gin” te verkorten. Sindsdien heeft deze cocktail een wereldreis gemaakt en is het een van de meest populaire internationale cocktails geworden.

De Negroni

- 3 cl Gin
- 3 cl Campari
- 3 cl rode Vermouth
- Madeira spray

Giet de ingrediënten direct in een “Old Fashioned” glas gevuld met ijs. Roer zachtjes en garneer met een sinaasappelschijfje. Eindig met het parfumeren van de Negroni met een Madeira spray vlak voor het serveren.

AMBACHTSMAN VAN DE GOEDE SMAAK : ARMEN PETROSSIAN



Onze executive Chef
Olivier Bontemps en
Armen Petrossian

Maison Petrossian is een familiebedrijf, wat zijn de waarden die van generatie op generatie worden doorgegeven?

Het cement van ons familiebedrijf is het hebben van enkele fundamentele waarden.

Respect voor de klant: de klant is belangrijk, je moet hem respecteren, hem dienen, want zonder de klant kunnen wij immers niet bestaan. Het is belangrijk om een bedrijfsfilosofie te hebben die de menselijke relaties benadrukt.

Een kwaliteitsservice: kwaliteitszorg is geen loze kreet, het is echt fundamenteel. Het is belangrijk altijd de kwaliteit te controleren, de productopvolging te verzekeren en de diensten te verbeteren. In alle beroepen kunnen er blunders gebeuren. Dan komt het erop aan hoe je op deze uitdagingen reageert en ervan leert om ze te verbeteren.



De waarde van integriteit, eerlijkheid: het zoeken naar het beste is tevergeefs! Wij zijn geen producent maar specialist in onze activiteit: of het nu gaat om onze eigen productie of om een externe leverancier, we moeten de tijd nemen

om mensen te ontmoeten; 5 tot 6 keer per jaar bezoeken we onze leveranciers om hen te controleren, te begeleiden en te adviseren over het productieproces van kaviaar (soort, hun aantal, hun voeding, het insnijden van de vis enz). In tegenstelling tot onze concurrenten, nemen wij niet alleen onze telefoon om een bestelling te plaatsen, maar hebben we een speciale relatie met onze leveranciers, met velen van hen werken we al meer dan 20 jaar samen. Zelfs een klein product moet geproefd worden; anders past het niet in ons assortiment!

Innovatie: de constante zoektocht naar nieuwe producten maakt deel uit van ons DNA. Ons assortiment "le caviare autrement" bestaat uit varianten van ons paradepaardje: kubusjes van kaviaar, vloeibare kaviaar, gedroogde kaviaar, bladkaviaar. Een ander voorbeeld is ons gloednieuw en buitengewoon product: een kaviaar-bottarga bedekt met honingwas. Ideaal voor de catering: het kan dun gesneden worden op een risotto, op een vis of gewoon in olie voor een aperitief. Andere producten mogen niet vergeten worden, zoals snoekeieren, krabben of zalm, met name bij Souhoi en Jajik zalmprodukten die geraffineerd of sterk gerookt zijn om te raspen.

Uw naam symboliseert de voorouderlijke knowhow van kaviaar, kunt u ons meer vertellen over het parapedaardje van uw assortiment?

Om de knowhow van kaviaar te begrijpen, moet je de geschiedenis ervan begrijpen, want kaviaar is in de loop der tijd enorm geëvolueerd. Voor de revolutie van 1917 was Rusland de enige speler. Exploitatie was een voorrecht van de Tsaar die de exploitatie goedkeurde. Slechts 5 families exploiteerden de Kaspische Zee, inclusief de familie van mijn moeder. De contracten werden om de 5 jaar verlengd door de Tsaar en werden toegekend in ruil voor grote sommen geld. Voor een van de laatste toegekende contracten, had mijn grootvader 1 miljoen roebel goud betaald (het equivalent van 1 miljard euro vandaag).



Tussen 1917 en 1989 begon een tweede land kaviaar te exploiteren: Iran. Rusland had een exploitatierecht aan Iran overgedragen in ruil voor een percentage van de productie.

In 1989: de Stroica-periode, kwamen 3 nieuwe acteurs in het spel: Azerbeidzjan, Kazachstan en Turkmenistan. Die tijd betekende voor ons een grote verandering, de tussenpersonen veranderden en we moesten een heel netwerk van leveranciers opnieuw opbouwen.

1997: deregulering en overexploitatie. Als men ten tijde van de Sovjet-Unie zonder toestemming op steur viste, riskeerde men tot 30 jaar geolag. Door de deregulering en overexploitatie was er een overvloed aan kaviaar en wisten we niet wat we ermee aan moesten omdat er bijna geen klanten meer voor waren: de prijzen, maar ook de kwaliteit daalden onder nul.

1998: begin van de kwekerij voor Huis Petrossian. Wij zagen het voordeel van het kweken in toen iedereen er alleen maar aan dacht om de wilde steur te exploiteren.

2007: Op de CITES-conferentie, een VN-orgaan dat zich richt op de bescherming van bedreigde diersoorten (23.000 beschermde soorten), werd de steur destijds als beschermde diersoort vermeld. Het idee was om de wereldmarkt te reguleren met rechten en quota voor beschermde soorten.

2008: einde van de visserij op wilde steur. Het voordeel voor ons was dat we al voorbereid waren, we werden niet overrompeld omdat we sinds 1998 al met het kweken aan de slag waren gegaan. Zo waren we onze concurrenten in 2008 al een stap voor.

Tegenwoordig leven we in een ander tijdperk: de vermenigvuldiging van kwekers heeft geleid tot een vernietiging van de kwaliteit, veel bedrijven produceren laagwaardige kaviaar.



Wat maakt uw kaviaar uniek?

In de wijnproductie heb je twee zeer verschillende beroepen: het oogsten van druiven en vervolgens het maken van wijn, ditzelfde geldt voor de kaviaarwereld.

Eerst is er de productie en inkoop op de kwekerijen, het vinden van de best mogelijke grondstof, hoe zeldzamer de kaviaar is, hoe hoger hij stijgt in het assortiment, hoe duurder hij is.

Het rauwe product heeft niet veel smaak, de rijping zal ons dan in staat stellen om de aroma's te ontwikkelen en de verkalking zal de kaviaar differentiëren in verschillende kwaliteitsklassen/rassen, bij Petrossian: koninklijk, keizerlijk en speciale reserve. De kaviaardoos is vergelijkbaar met het wijnvat, het is een instrument dat het mogelijk maakt met kaviaar te werken.

Wat onze kaviaar bij Petrossian uniek maakt, zijn de mensen die er voor zorgen: kaviaarologen! Er zijn veel mensen die beweren specialist te zijn, maar slechts weinigen kennen het vak en ik ga het hen natuurlijk niet leren!

Slechts enkele mensen zijn echte experts en kunnen smaken, texturen, soorten classificeren/herkennen en weten of kleine nuances de potentie hebben om kaviaar positief te ontwikkelen. Net als de oenoloog is het een echt beroep! Het duurt 10 jaar om iemand op te leiden. Aan smaakherinnering wordt elke dag gewerkt, dus onze kaviaarologen zijn veroordeeld tot het proeven van kaviaar hun hele leven lang. Er zijn slechtere banen!

Beschouwt u kaviaar als een luxe?

Ja, het is een luxe, een vergankelijke luxe, het leven is ook vergankelijk. Tijd: is dat geen luxe? Tijd om te kijken, te leren, te proeven, jezelf te maken en te genieten! Onze klanten vragen ons vaak: "Hoe consumeren we kaviaar best" en het antwoord is eenvoudig: "Het is niet het eten van een kilo kaviaar die het doet, maar eerder het delen van een moment met uw dierbaren. U neemt een doos kaviaar en een fles champagne en geniet ervan met uw partner om 23.00 uur voordat u naar bed gaat. Dat is waar het allemaal om draait als epicurist! Pluk de dag!



Wat zijn de andere specialiteiten en producten in uw assortiment?

Gerookte zalm is ons tweede paradepaardje: we hebben onze eigen rookmethode ontwikkeld. Om een zalm te roken zijn er verschillende stappen: hij moet met de hand ingeregeng worden, met grof zout ingesmeerd worden, de tijd geven om het zout te laten werken, hem vervolgens wassen, het overtollige zout verwijderen, hem drogen, dit alles kost tijd. Dan, als hij urenlang gerookt wordt, moet de rook opgenomen worden en het product moet zijn overtollige water en vet verliezen. Het is op dit moment dat de smaak van gerookte zalm wordt onthuld, het is ook een kunst, een beroep! In ons bedrijf is een vis minstens 8 dagen in productie terwijl er nu ook machines bestaan die een vis in een uur kunnen roken, dus we hebben het hier niet over hetzelfde product. In ons assortiment hebben we ook tarama, krab, etc.....

Dan is er ook onze laatste creatie, het snoek-eitje. Het is een product dat in principe moeilijk is om mee te werken en weinig smaak en aantrekkingskracht heeft. In de grote Canadese meren vonden we eieren van ongelooflijke kwaliteit en werkten we aan deze grondstof om een uitzonderlijk product te kunnen aanbieden.

Le Plaza en Huis Petrossian werken al meer dan 20 jaar samen, wat betekent deze samenwerking voor u?

Niet alleen ben ik hier erg blij mee, maar ik hoop je over 20 jaar weer te zien voor een nieuw artikel! Voor kleine bedrijven zoals de onze, bedrijven die op een menselijke schaal blijven en die de familiale kant behouden, moeten we de positieve krachten bundelen en dezelfde filosofieën delen.



Op welke andere prestigieuze plaatsen zijn uw producten aanwezig?

Zonder te willen opscheppen, zijn we over de hele wereld aanwezig en veel restauranthouders kennen en werken met onze producten.



U bent houder van het label “Entreprise du patrimoine vivant”. Dit label belooft Franse bedrijven met uitstekend vakmanschap. Wat betekent dit voor jou?

Ja, ik ben er erg trots op. Het idee achter dit label was om de Franse staat het belang te laten inzien van de bescherming van kleine bedrijven en ambachtslieden die een leven lang uitzonderlijke producten hebben gemaakt en geproduceerd. Deze bedrijven zijn kwetsbaar en hun knowhow verdwijnt vaak door het gebrek aan opvolgers of kopers, wat erg jammer is. De achterliggende gedachte van deze groepering is dus om oplossingen te vinden om deze verzwakte bedrijven over te nemen en hun knowhow te behouden.

Welke plaats neemt uw ambacht in in de moderne wereld?

Dat is een ingewikkelde vraag. Vandaag de dag bevinden we ons in een wereld waarin we, in naam van de winstgevendheid, onze productieprocessen vereenvoudigen. Dat is het probleem van onze tijd, je moet verkopen tegen elke prijs, volume vervangt kwaliteit en groei gaat door volume. Gaat luxe samen met groei, dat weet ik niet zeker. Daar het werk van de ambachtsman vooral de hand en de zintuigen is, is het dan mogelijk om het oneindig te vermenigvuldigen, is het mogelijk om het personeel te trainen? We bevinden ons in een wereld met twee snelheden, één waar het gaat om de exclusiviteit van de kleine ambachtsman, de specialist, en de andere waar het gaat om verbruik en massaproductie. Ik ben helemaal niet tegen moderniteit, maar ik vind het zonde om te verliezen door te moderniseren. In dit geval draai ik het probleem liever op zijn kop: een goed product maken met een industriële productiemethode en niet een product te nemen door koste wat het kost te proberen de productie rendabel te maken ten koste van de kwaliteit.

Het advies van de kenner

Hoe herken je een kwaliteitskaviaar?

Heel eenvoudig: gebruik je zintuigen! Ruik de kaviaar, iedereen zal gemakkelijk de geur van een kwaliteitskaviaar herkennen in vergelijking met een slechte kaviaar. Het uiterlijk, de textuur: in de doos moet de kaviaar stevig zijn, als je de doos kantelt en de kaviaar baadt in zijn eigen sap en drijft, is het een teken dat het niet van goede kwaliteit is. Tenslotte de smaak, leg de kaviaar op je tong en als het prikt, betekent het dat het niet goed is.

Welk advies zou u een beginner geven om kaviaar te ontdekken?

Neem de tijd, koop kleine hoeveelheden, neem kaviaar van verschillende steuren. Oh ja, ik ben vergeten te vermelden dat kaviaar het geheime wapen is om een moment te delen met je geliefde, dan zit het in de sacoche! En het voordeel is dat het mijn vrouw is die het zegt!

Welk drankje bij uw kaviaar?

Een kwaliteitswodka of een jonge champagne zodat deze de kaviaar niet overstemt. Andere dranken gaan heel goed samen met kaviaar, maar vereisen meer kennis van zaken. Champagne en wodka zijn gemakkelijker te combineren. Neem nu bijvoorbeeld wijn, als u de juiste wijn kiest zal één plus één drie zijn, maar als dit niet het geval is, neemt u het risico de kwaliteit van uw ervaring te verminderen.

ARMEN PETROSSIAN



VOL VITALITEIT

Breakfast at

CHARLESTON'S



Huisgemaakte Plaza granola

- 15 porties
- Bereidingstijd: 30 minuten

INGREDIËNTEN

- 300 g biologische havervlokken
- 200 g gemengde noten (amandelen, cashewnoten, macadamianoten, pecannoten, paranoten), in grove stukken gehakt
- 4 el gebroken lijnzaad & 4 el chiazaad
- 4 el pompoenpitten & 4 el zonnebloempitten
- 1 kl kaneelpoeder & 1 kl speculaaskruiden
- 4 el ahornsiroop
- 5 el kokosolie
- Een Snuifje zout

BEREIDING

1. Verwarm de oven voor op 140°C.
2. Smelt het kokosvet op een laag vuur.
3. Bekleed een bakplaat met bakpapier.
4. Giet de havervlokken in een kom, meng alle ingrediënten goed samen en giet dit alles op de bakplaat.
5. Bak het mengsel +/- 25 minuten in de oven. Roer geregeld om met een eetlepel!
6. Laat even afkoelen.

TIPS

- Granola kan je afgesloten 2 à 3 weken bewaren.
- Lekker met natuuryoghurt (of platte kaas) en vers fruit.
- Voeg het gedroogd fruit pas achteraf toe! (niet meebakken in de oven)



We
hebben hun
vertrouwen

SYLVIE
VIRTH

indra
AUTOMOBILE RECYCLING



Kan u zichzelf eens voorstellen: voor welk bedrijf werkt u? Wat is uw rol?

Sylvie VIRTH, al 8 jaar verantwoordelijk voor de interne en externe communicatie bij INDRA AUTOMOBILE RECYCLING. INDRA, met meer dan 30 jaar ervaring in autorecycling, voornamelijk in de toelevering van voertuigen, heeft de laatste jaren haar werkterreinen uitgebreid en gestructureerd om de 360° van autorecycling te bestrijken. We staan met name aan het hoofd van een netwerk van 380 erkende centra voor afgedankte wagens. In het kader van mijn functie organiseer ik samen met mijn collega Armelle intern alle externe evenementen van het bedrijf.

In welke context heeft u gebruik gemaakt van de diensten van Hotel Le Plaza?

We hebben het hele jaar door een aantal belangrijke evenementen, maar één keer

per jaar brengen we ons hele netwerk samen met echtgenoten en partners op een plek die heel bijzonder moet zijn. Het gaat hier namelijk over ongeveer 400 mensen in een weekend. De specificaties over de kwaliteit van de verwachte diensten zijn heel precies. Het evenement moet plaatsvinden op één plaats om de logistiek en de samenhang van de groep te vergemakkelijken en we moeten ter plaatse de mogelijkheid hebben om de plenaire vergadering, de ronde tafel/debat en de gala-avond te houden.

Welke andere bestemmingen/hotels hebben uw conventie nog meer gehost?

U kunt zien dat de bestemmingen allemaal mythisch zijn, de ene al meer dan de andere, Biarritz, Monaco, Deauville, Cannes, Parijs, Lissabon, allemaal in 5 sterren.

Heeft u onder deze bestemmingen de gelegenheid gehad om een hotel volledig te privatiseren, zoals het geval was in Le Plaza?

Het was de eerste keer dat we dit deden omdat de capaciteit van het hotel voldeed aan onze behoeften, maar het is waar dat we niet veel manoeuvreerruimte hadden in geval er meer gasten waren dan verwacht. We hebben het risico genomen omdat we er zeker van waren dat we een heel bijzondere sfeer en kleur aan ons evenement zouden kunnen geven omdat we het hotel helemaal voor onszelf hadden. Bovendien heeft het Theater de doorslag gegeven omdat we echt wilden genieten van deze plek die een transformatie onderging tussen de dag en de avond.

Wat zijn volgens u de meerwaarden van privatisering?

De privatisering stelde ons in staat om ons evenement voor te bereiden als een "grote familiereünie", alleen onze gasten telden, en er waren geen beperkingen met betrekking tot andere klanten. Het hele team luisterde naar ons. We konden ons organiseren in verschillende zalen, we konden verschillende ritmes geven met een chocoladeproeverij, een karikatuuranimatie aan het einde van de dag en kleine bijeenkomsten voor anderen. Zonder de echtgenoten te vergeten, die zich ook door het personeel konden laten verwennen.

Wat waren de factoren die bij de keuze van een locatie voor uw congres de doorslag hebben gegeven in het voordeel van Hotel Le Plaza?

Vooraleer de hotels te selecteren voor de uiteindelijke keuze, hebben we veel gesprekken

vooraf waarin we zeer specifieke vragen, we werken onze verwachtingen in detail uit. Laurent van Le Plaza ging verder dan onze vragen, hij anticepeerde en stelde formules voor. Er werd een echt klimaat van vertrouwen gecreëerd en we besloten onze hotelbezoeken te beginnen in Le Plaza. Het was een warm en discreet onthaal, een echt familiegevoel, een management dat iedereen respecteert. We voelden de privé-kant van de plaats, heel anders dan de andere grote hotels die we bezochten, die ook zeer kwalitatief maar stijver waren. Het is de menselijke kant die de doorslag heeft gegeven, want in Brussel is er een mooi hotelaanbod.

Een van de bijzonderheden van uw conferentie is de reservering van het contingent van kamers. Wat maakt het bijzonder?

Wij geven onze gasten de mogelijkheid om de dag van te voren aan te komen of om langer te blijven. Dit bevordert de cohesie van het netwerk en de ontmoeting tussen verschillende bedrijven in kleinere groepen, vóór het werk en de collectieve festiviteiten. Dit betekent dat wij de interne reserveringen voor deelname aan onze conventie en één overnachting behouden en dat het hotel de privé-reserveringen ontvangt. Le Plaza heeft onze taak aanzienlijk vergemakkelijkt door het bijhouden van de gemaakte reserveringen en doordat we op de hoogte gehouden werden van het occupancy percentage.

Julie conferentie is een commercieel evenement. De tevredenheid van uw klanten en leden is dus essentieel, wat waren uw verwachtingen voor de gala-avond?

De gala-avond is het hoogtepunt van het evenement, het is de herinnering die blijft, die we onthouden. We zijn dus op zoek naar een wow-effect om ons netwerk te bedanken voor zijn aanwezigheid, voor zijn deelname aan het succes van deze bijeenkomst en voor zijn vertrek met nieuwe ambities voor het komende jaar.

Dit is ook de eerste keer dat we de avond konden verlengen, omdat we geen beperkingen hadden voor andere klanten.... de privatisering heeft veel voordelen, sorry voor het personeel dat iets later klaar was dan normaal.

Wat was de feedback van uw gasten over de conventie in Brussel?

Alle gasten (zowel intern als extern) vonden deze editie een succes, dankzij de vriendelijkheid, de goede werking, de vlotheid van de evenementen, de nabijheid van het centrum van Brussel... en vooral, wat we wilden, een onberispelijk onthaal. Het zal moeilijk worden om beter te doen voor onze volgende editie!

Hebben de verschillende teams van Hotel Le Plaza bijgedragen aan het succes van uw evenement?

Zonder twijfel, het was een ontmoeting met professionals die houden van hun hotel, die de wil hebben om hun kennis en waarden over te dragen aan hun teams. Het is een familie die u verwelkomt, het is een plek die tot de verbeelding spreekt. Bedankt iedereen.





PRIVATISERING

Geef ons het vertrouwen,
wij geven u de sleutels van
het hotel voor het succes
van uw project

TOEWIJDDING



UNIEK

OP MAAT

HET VOLLEDIGE TEAM
TE UWER BESCHIKKING



BEDIENING AAN TAFEL > Uniformiteit

Soort evenement:

Hoe formeler het evenement, hoe geschikter een maaltijd aan tafel. Gasten in avondkleding zullen zeker de voorkeur geven aan een maaltijd aan tafel om niet tussen de tafels en stoelen te moeten krui-
pen om bij de buffetten te komen.

Het aantal deelnemers:

Hoe langer de gastenlijst, hoe voordeliger service aan tafel. Een dubbele buffetlijn kan een gemiddelde van ongeveer 100 personen in 30-40 minuten bedienen. Als het aantal gasten toeneemt, neemt de tijd die nodig is voor de bediening aan het buffet toe. Om deze ongemakken te vermijden, zal de oplossing erin bestaan de buffet-
lijnen te vermenigvuldigen en zo de benodigde ruimte in de ruimte aanzienlijk te vergroten en tegelijkertijd voldoende circulatieruimte te garanderen.

Voedselvoorkeuren:

De beperking wat betreft allergieën, specifieke diëten of voorkeuren van gasten is vaak een zorg voor de organisatoren van evenemen-
ten. Vandaag de dag volgen cateraars deze trend en spelen ze er makkelijk op in door aan tafel menu's aan te bieden met vegetari-
sche oplossingen of gerechten zonder allergenen, dit alles zonder extra kosten voor de organisator.

Communicatie:

Bij bediening aan tafel zullen de gasten meer aan tafel blijven zitten, wat hun uitwisseling en discussies zal vergemakkelijken. Medede-
lingen en andere communicatie zullen ook gemakkelijker over te brengen zijn, omdat u gemakkelijk de aandacht van de vergadering kunt trekken voor uw animaties en/of toespraken tussen twee ge-
rechten door.

Samengevat:

Bediening aan tafel is ideaal voor het creëren van een consistente service met inachtneming van een vast uurrooster. Deze formule ga-
randeert een consistente ervaring voor uw gasten.

Mening van een expert:

BEDIENING AAN TAFEL VS BUFFET



Charly
Vandevenne
Director of Operations

BUFFET > Flexibiliteit

Soort evenement:

Tijdens workshops of netwerkevenementen kan een buffet of cocktaildiner handig zijn. Elke gast is vrij om zich te verplaatsen, het aantal ontmoetingen tussen de verschil-
lende gasten wordt verhoogd en de uitwisselingen tijdens de avond gemaximaliseerd. Met deze indeling wordt de maaltijd gepresenteerd als een degustatie of activiteit die
verband houdt met het evenement.

Het aantal deelnemers:

Tijdens informatieve of commerciële evenementen kan het uiteindelijke aantal deel-
nemers sterk variëren, dit is sterk afhankelijk van last minute annuleringen en toevoe-
gingen. Het is dus vaak moeilijk voor de organisator om een precies aantal gasten te
communiceren voor de inrichting van de zaal en de catering. In dit geval biedt het buf-
fet of de cocktaildiner-formule meer flexibiliteit.

Voedselvoorkeuren:

Als de organisator niet zeker is van de voedselvoorkeuren van zijn gasten en zoveel
mogelijk mensen wil behagen, zal het buffet perfect aan zijn verwachtingen voldoen. Deze formule maakt het ook mogelijk om meer risico's te nemen qua menu. Er zal een
grotere keuze zijn, waardoor het mogelijk is om creatiever te zijn en de gerechten aan
te passen aan het thema van het evenement, terwijl de tevredenheid van de gasten
gewaarborgd blijft.

Hybride maaltijden:

Met de voordelen van een buffet, is er de optie om service aan tafel en buffetten te
combineren voor voorgerechten of desserts. In het geval van het voorgerecht vermind-
dert dit het komen en gaan door de ontvangstruimte en geeft het uw gasten de indruk
van comfort en efficiëntie. In het geval van het dessertbuffet kunt u tijdens een diner
en dansavond de sfeer veranderen, uw gasten uitnodigen om op te staan en langzaam
over te schakelen naar de dansavond met open bar.

Samengevat:

Het buffet is ideaal indien u een ruime keuze aan gerechten wilt aanbieden of indien
uw gasten in de loop van de avond aankomen. Deze formule garandeert maximale
flexibiliteit voor uw gasten.



SUMMER TIME



Zoals het de traditie is in Le Plaza, nodigt het sales team zijn klanten elk jaar uit voor de beroemde "Get Together".

Alle ingrediënten voor een onvergetelijke zomer waren aanwezig op onze get together op 25 april in Salon Charleston: zand, schelpen, ligstoelen, bloemen, rosé, kreeft- en schelpdierenbuffet,....

Om nog maar te zwijgen van het muzikale vermaak van de Parijse DJ Eva Gardner, begeleid door Lady Trumpet, die de gasten een moment van ontspanning en gezelligheid bood.



MONIQUE
Excellent price, quality, just great!



DOMINIQUE
Efficacité et gentillesse de tout le personnel



ALAIN
Professionnel et convivial dans un cadre original

FABRICE
Yes, perfect to organize events.
Lovely and helpful staff

PATRICIA
We feel like home here!"

SAKINE
My favorite hotel, the BEST in style, service and personel

NORBERT
Great service + flexibility! Vamos al Plaza!



BRENDA
Best hotel of Brussels

ISABELLE
Efficacité, gentillesse, professionalism

JOA
Because you are sooo lovely and flexible

ANNE
Efficacy team



MAAIKE
Luxe en klasse in een notendop



SANDRA
PLAZA = Peace;
Luxury; Awesome;
Zen; At Brussels



DELPHINE
Pour le personnel, chaleureux, accueillant
et le fabuleux théâtre



JEAN-MICHEL
Simply the best in Brussels!



DOMINIQUE
Yes, excellent service, nice people,
special place



We hebben hun vertrouwen



OLIVIER
CARRETTE

Wat zijn de opdrachten van de Beroepsvereniging van de Vastgoedsector en wat is uw rol in de vereniging?

UPSI/BVS is een professionele federatie die promotoren, ontwikkelaars en vastgoedbeleggers in België verenigt. We wijden ons uitsluitend aan de studie, de bescherming en de ontwikkeling van de professionele belangen van onze leden.

Als gedelegeerd bestuurder is het mijn taak de federatie te leiden en de ons toevertrouwde missies te vervullen: studie van de Belgische vastgoedmarkt, promotie en ondersteuning van alle wetgevende en administratieve maatregelen die gunstig zijn voor de vastgoedsector. We adviseren onze leden

over alle professionele aangelegenheden, in het bijzonder op technisch, juridisch en financieel vlak, en we publiceren er informatie over voor hen.

U organiseert ongeveer 4 evenementen per jaar in Le Plaza, hoeveel evenementen organiseert u per jaar?

De organisatie van evenementen maakt ook deel uit van onze missies. Om onze leden op de hoogte te houden van de laatste ontwikkelingen in de sector en de acties die we hebben ondernomen, organiseert UPSI/BVS een twintigtal evenementen per jaar, zowel in België als in het buitenland, waarvan sommige plaatsvinden in Le Plaza.

Wat vindt u belangrijk bij het kiezen van de locatie van uw evenementen en welke rol speelt dit in uw trouw aan Le Plaza?

Als federale vereniging is het eerste selectie criterium de locatie van de evenementenlocatie. Bij evenementen op nationaal niveau wordt vaak Brussel gekozen vanwege haar centrale positie, die ervoor zorgt dat we zoveel mogelijk deelnemers aantrekken. Een van de troeven van Le Plaza is de ligging in het centrum van de stad, op een steenworp afstand van het Noordstation en het metrostation van Rogier, en het hotel heeft parkeergelegenheid, waardoor het voor onze leden heel gemakkelijk is om tot bij het hotel te komen. Volgens diezelfde redenering blijven we liever in Wallonië of Vlaanderen als het gaat om regionale evenementen/onderwerpen. Wat onze loyaliteit betreft, komen we al 7 jaar naar Le Plaza en dit is vooral te danken aan jullie professionaliteit.

Is jullie keuze voor Le Plaza, gelet op jullie sector, beïnvloed door het architecturale aspect van Le Plaza?

Om eerlijk te zijn: absoluut niet, maar het is een mooi pluspunt! Het kader heeft zeker een rol gespeeld in onze keuze, maar niet in het bijzonder in relatie tot onze sector.

U verwelkomt vaak bekende mensen en/of politici als sprekers, wat is hun invloed op uw evenementen?

Het is een zeer belangrijk onderdeel van onze evenementen, zoals uitgelegd is een van onze belangrijkste taken het ondersteunen van wetgevende maatregelen met betrekking tot de sector. Daarom is het belangrijk voor ons om de juiste gastsprekers te hebben, de juiste genodigden tijdens onze evenementen, de deelname en het succes hangen immers sterk af van de gasten. Sommige politici zijn populairder en dit komt direct tot uiting in het aantal inschrijvingen.

Wat is het belang van catering op uw evenementen?

Het succes van onze evenementen hangt af van de tevredenheid van onze deelnemers. Als de catering

niet voldoet aan de wensen, dan melden onze gasten dit onmiddellijk en verliezen we onze geloofwaardigheid. Wanneer we vaak terugkeren naar dezelfde plaatsen, wordt het een echte uitdaging om nieuwe producten aan te bieden aan ons publiek. De chef en zijn teams stellen zichzelf telkens opnieuw in vraag en proberen nieuwe producten voor te stellen.

Wat is de meest stressvolle factor bij de organisatie van een evenement?

Stress wordt vaak veroorzaakt door het onprofessionele karakter van de eventmententeams op de plaats waar het evenement georganiseerd wordt. De reden waarom we zo regelmatig samenwerken met Le Plaza is dat we al enkele jaren dezelfde toegewijde Event Manager hebben die ons dossier opvolgt van de aanvraag tot D-day. Het is erg handig om voor alles slechts één contactpersoon te hebben, die last-minute verzoeken kan behandelen en er zelfs op kan anticiperen.

Een anekdote?

Elk jaar organiseren we een van onze grootste evenementen van het jaar waar 500 tot 600 van onze leden worden uitgenodigd. Tijdens een van de laatste edities hadden de inschrijvingen onze verwachtingen overtroffen en hadden we de maximale capaciteit van de zaal bereikt. In deze gevallen is het moeilijk om mensen die zich willen inschrijven te weigeren, dus hebben we besloten om de inschrijvingen open te houden en te hopen op last minute annuleringen. Uiteindelijk werden 650 mensen geregistreerd en konden we met onze mise en place maximaal 600 mensen verwelkomen. Bij toeval is het op de dag van het evenement beginnen sneeuwen en slechts 550 mensen zijn opgedaagd in Le Plaza voor dit evenement, zeker een geluk met het Belgische weer....!

UPSI-BVS
Olivier
Carette



INCENTIVES EN TEAM BUILDINGS IN BRUSSEL

Tijdens uw verblijf in Brussel wilt u natuurlijk de stad en al haar schatten ontdekken.

Ontdek Brussel op een originele manier!



Wie ontvoerde Manneken Pis?

Het authentieke Manneken Pis standbeeld is “ontvoerd”! Probeer de sporen te vinden die u naar “ontvoerders” zullen leiden.

De zoektocht geeft u de kans het centrum te (her)ontdekken maar dit keer op een andere manier.... haar volkse caféetjes verborgen in smalle en donkere steegjes, typisch Brusselse gerechten met unieke smaken, haar traditionele cultuur,...

De groep wordt opgedeeld in verschillende teams en zal verschillende routes volgen die u naar de belangrijkste plaatsen van het historische centrum van Brussel zullen leiden, en dit alles terwijl u kan proeven van bieren en pralines van bij ons.



DE VERSCHILLENDE ETAPPES DIE VOORGESTELD WORDEN:

Het brouwershuis op de Grote Markt, het Delirium Café, de pub Manneken Pis, de ondergrondse van het Vaudeville Theater, de Koninklijke Galerijen, La Rose Blanche, het Muntplein, l'Ilot Sacré en tenslotte de Grote Markt.

High end incentive : Tram Experience



Trams maken al meer dan 150 jaar deel uit van de Brusselse straten. De Tram Experience biedt u een originele manier om Brussel te ontdekken door te genieten van een gastronomische maaltijd in een authentieke Brusselse tram.



Het is mogelijk de hele Tram Experience te privatiseren, waardoor u kan genieten van een gepersonaliseerde service die volledig aan u gewijd is terwijl u Brussel doorkruist en proeft van een uitzonderlijk gastronomisch menu gecreëerd door Belgische sterrenkoks.

Comics Trip



België staat wereldwijd bekend om zijn ongelooflijke chocolade maar ook en vooral om zijn beroemde strips! Wij stellen u een wandeling voor in het historische centrum van Brussel, die op zijn minst “komiek” genoemd kan worden.



Ontmoet de beroemde personages van de stripwereld in levende lijve op beroemde plaatsen in Brussel. Creëer in hun gezelschap uw eigen stripverhaal, ontdek volkse caféetjes verborgen in smalle, donkere steegjes, unieke smaken, typisch uit Brussel,....



De groep wordt verdeeld in verschillende teams en ontvangt een “Comic Book” met een reeks uitdagingen en afspraken in Brussel. Elk team zal een circuit volgen dat hen meeneemt naar plaatsen die typisch zijn voor de binnenstad.

Tijdens de “trip” kunnen de deelnemers proeven van Belgische chocolade in een typisch Brusselse estaminet. Onderweg kunnen ze verrassende uitdagingen volbrengen en een stripverhaal met lege tekstballonnetjes invullen, waardoor de dialogen gerelateerd kunnen worden aan de gebeurtenissen tijdens uw evenement.

HEEFT U ZIN OM ANDERE BEZIENSWAARDIGHEDEN IN BRUSSEL TE ONTDEKKEN? CONTACTEER ONS!

« Credits David De Bruyne Alléluia events »

UW OFFSITE EVENTJES EN NETWORKING EVENEMENTEN

STRIPMUSEUM



Het Stripmuseum is voor al wie Brussel bezoekt een 'must' in het hartje van de stad. Al 30 jaar richt het museum de spots op de auteurs en de helden van de Negende Kunst.

Het uitzonderlijke art nouveau-gebouw van Victor Horta geeft een bezoek nog een extra dimensie. Het Stripmuseum is tegelijk een hommage aan de pioniers van het medium als een blik op het hedendaagse stripverhaal.

Maar wist u dat het niet enkel een museum is? Deze parel van de Art Nouveau-architectuur, gelegen op 8 minuten van Hotel Le Plaza, vormt het ideale kader voor uw offsite dinners en uw cocktailavonden. Het Belgisch Stripmuseum is elk jaar weer het decor voor meer dan 120 evenementen: persconferenties, seminars, vergaderingen, commerciële presentaties, huwelijk en privé-feesten... Het museum kan tot 1.200 personen (rechtstaand) verwelkomen.

De grote prestigieuze hal, de ruimte onder de koepel (de "lichtput"), de mezzanines, het auditorium en de privé-zalen zijn het hele jaar door beschikbaar voor privé-evenementen. De tentoonstellingen in het museum zijn dan ook vrij toegankelijk voor uw genodigden.

Uit absoluut respect voor de gewone bezoekers van het Centrum kunnen events enkel tijdens de openingsuren doorgaan, indien de privéruimtes gebruikt worden. Buiten de openingsuren zijn ook de publieke ruimtes beschikbaar.

Het Museum biedt eveneens de mogelijkheid activiteiten te organiseren tijdens uw evenementen: rondleidingen in het museum, animaties,...



High end dinner :

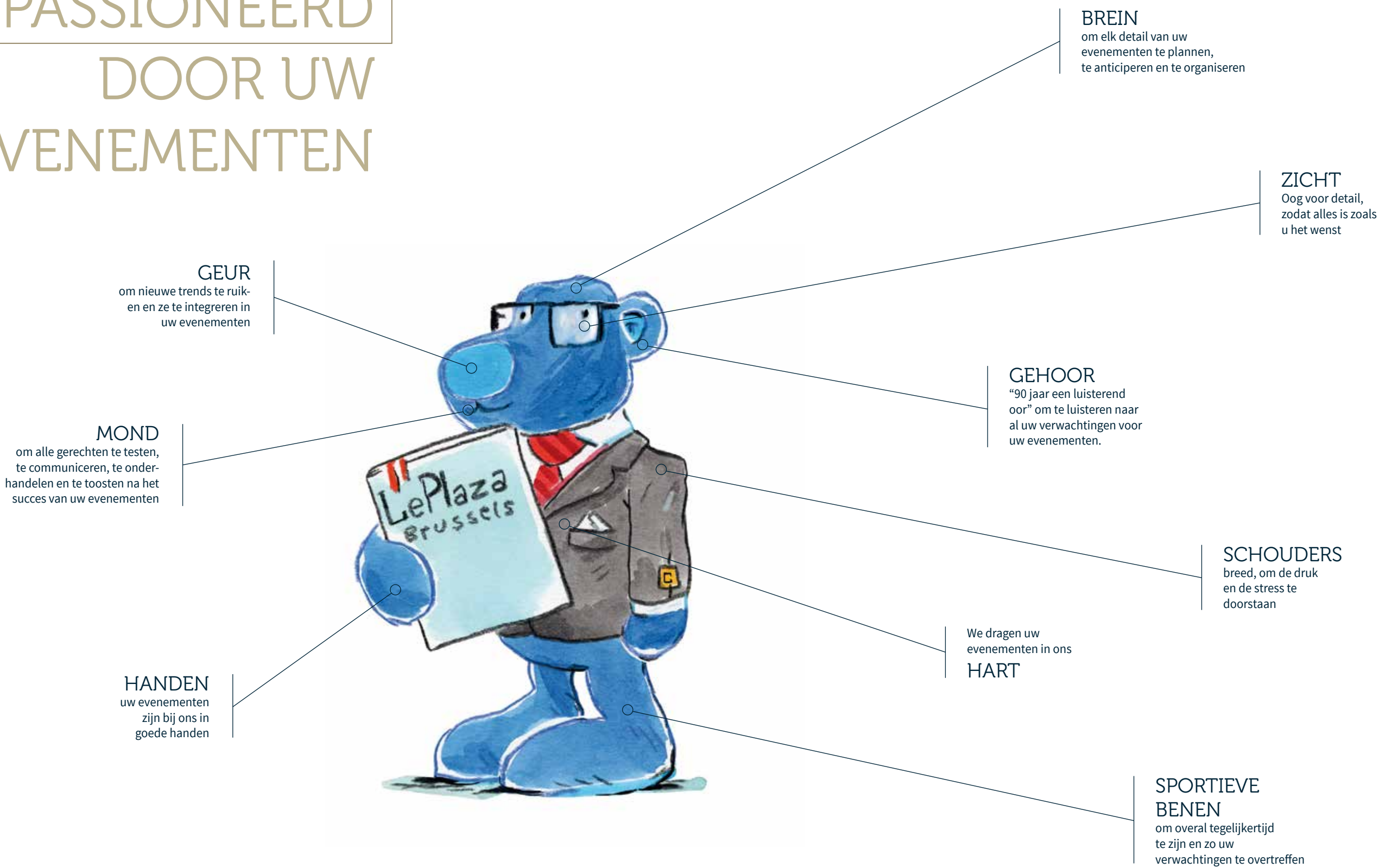


Restaurant «Comme Chez Soi» 2 Michelinsterren

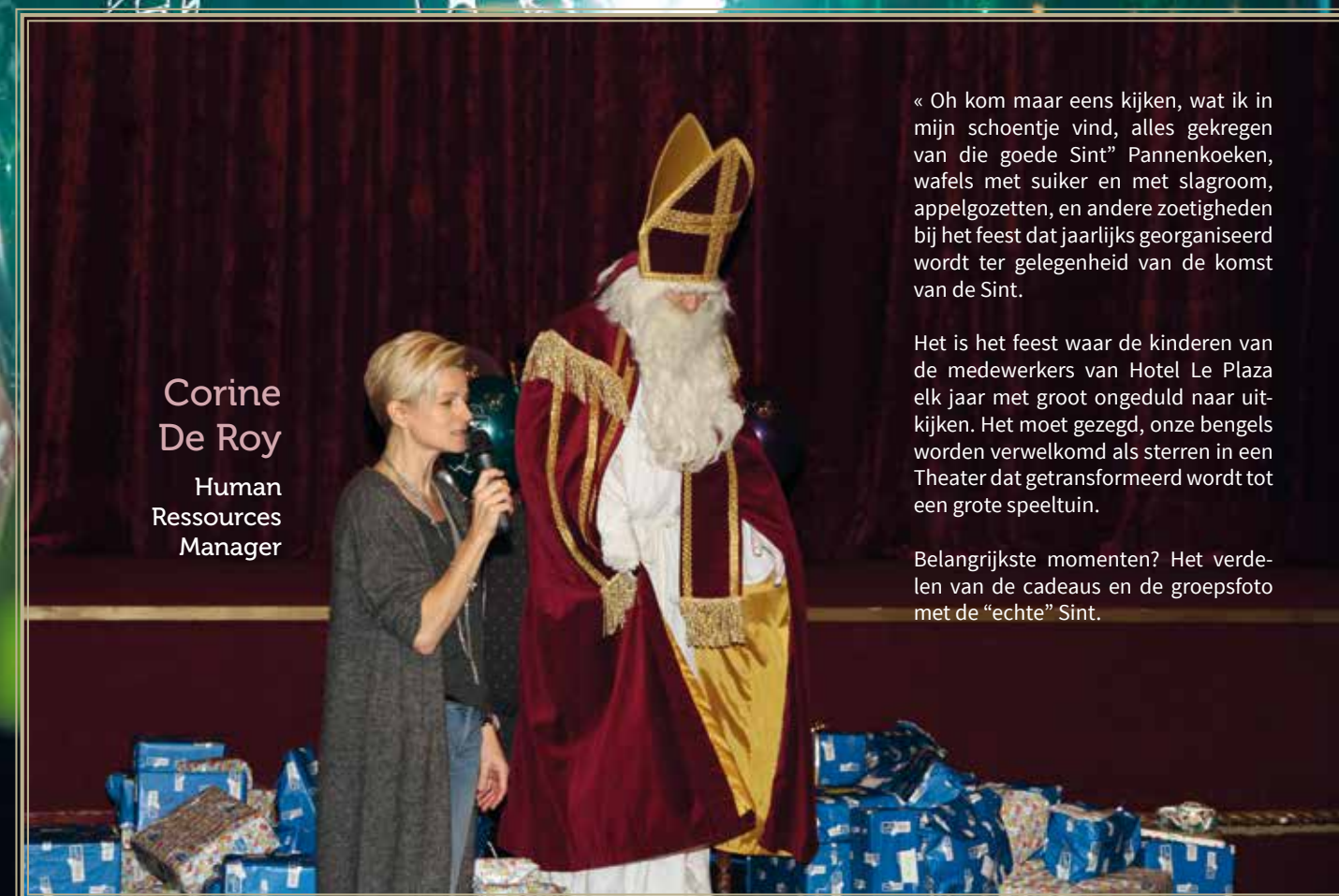
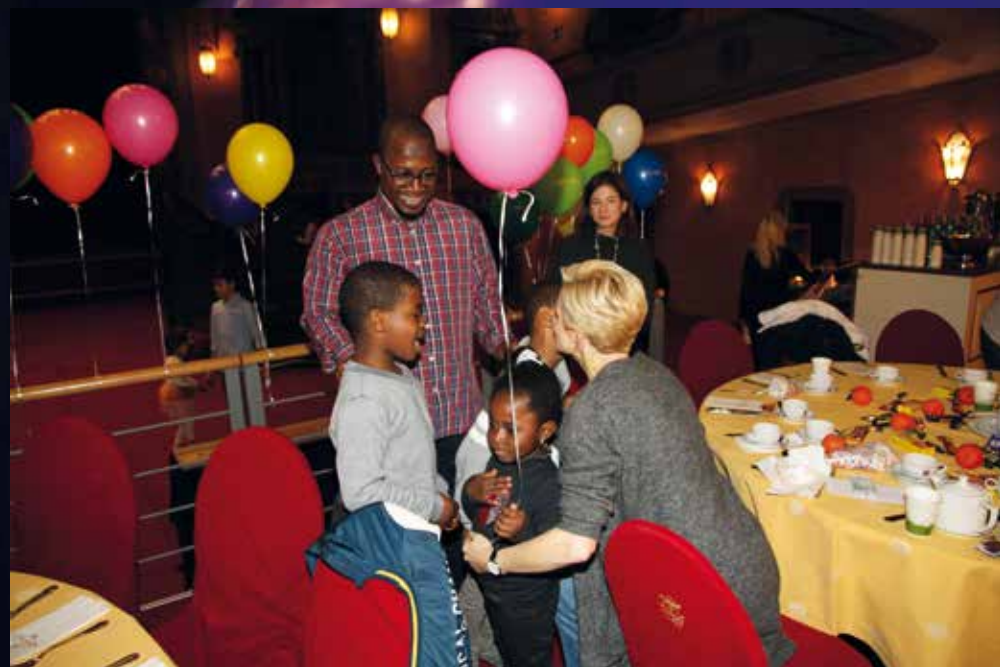


In een decor geïnspireerd door de Belgische meester van de Art Nouveau, Victor Horta, hebben vier generaties zich gewijd aan het creëren van magische momenten voor het oog en voor het smaakpalet. Lionel Rigolet nodigt u uit om een universum te ontdekken dat innovatie en moderniteit combineert in symbiose met een traditie die al meer dan negentig jaar wordt gevoed.

WIJ ZIJN GEPASSIONEERD DOOR UW EVENEMENTEN



DE KINDEREN VAN LE PLAZA



Corine
De Roy
Human
Ressources
Manager

« Oh kom maar eens kijken, wat ik in mijn schoentje vind, alles gekregen van die goede Sint» Pannenkoeken, wafels met suiker en met slagroom, appelgozetten, en andere zoetigheden bij het feest dat jaarlijks georganiseerd wordt ter gelegenheid van de komst van de Sint.

Het is het feest waar de kinderen van de medewerkers van Hotel Le Plaza elk jaar met groot ongeduld naar uitkijken. Het moet gezegd, onze bengels worden verwelkomd als sterren in een Theater dat getransformeerd wordt tot een grote speeltuin.

Belangrijkste momenten? Het verdelen van de cadeaus en de groepsfoto met de "echte" Sint.

Zou u zichzelf even kort kunnen voorstellen?

Ik ben Heidi De Pauw, 47 jaar, mama van een dochter van 19 en ik ben criminologe van opleiding. Ik heb ook bedrijfskunde gedaan bij de EHSAL Management School. Toen de zaak Dutroux uitbrak werkte ik op Binnenlandse Zaken en ik had mijn thesis geschreven rond kinderen en kinderrechten. Van zodra er sprake was van het oprichten van een centrum voor vermiste kinderen, dacht ik meteen: ik wil daar naartoe. Ik ben begonnen als case manager, waarbij ik dossiers van seksuele uitbuiting behandelde. Dat was toen pionierswerk: we waren net gecreëerd en we moesten het gaan doen.

Na 7 jaar ben ik weggegaan bij Child Focus om op Europees vlak aan de slag gegaan, maar dat was minder mijn ding. Heel kort nadien ben ik directeur geworden van PAG-ASA, een centrum voor slachtoffers van mensenhandel. Bij het pensioen van de vorige algemeen directeur van Child Focus ben ik aan de slag gegaan als directrice, nu 8 jaar geleden.

De oprichting van Child Focus was een direct gevolg van de Zaak Dutroux?

Ja, op de Witte Mars die uit solidariteit na de Zaak Dutroux plaatsvond hebben de ouders en de overlevende slachtoffers gevraagd om een centrum op te richten zoals in Washington, het National Center for Missing and Exploited Children. Jean-Luc De Haene, die premier was op dat moment, heeft toen beloofd dat er zo een centrum zou komen in België. Een groep van ouders en een groep vanuit de Belgische overheid zijn dan naar Washington gereisd, hebben het concept meegebracht naar België en hier op poten gezet. In 1998 is zo Child Focus opgericht.

Kan u wat meer vertellen over de werking van Child Focus?

We hebben twee thema's: verdwijningen en seksuele uitbuiting van kinderen. We hebben zowel een operationele missie als preventie. Het operationele gedeelte is onze hotline, het Europese nummer 116 000 dat van overal in Europa alsook in enkele andere landen bereikt kan worden. Child Focus is erkend door de Belgische overheid en heeft een samenwerkingsprotocol met politie en justitie. Ieder heeft daarin zijn taakverdeling. Wij doen namelijk geen politiewerk, we zijn er vooral om de ouders en de naasten te ondersteunen en om onze expertise te delen met de lokale politiezones indien nodig. Als het om een zeer onrustwekkende verdwijning gaat, komt de Cel Vermiste Personen van de Politie

ook tussen. We hebben eigenlijk vooral een brugfunctie: we leggen uit aan de naasten wat er gebeurt in het onderzoek en we zijn er met affiches en andere dingen die kunnen helpen om de opsporing te versnellen.

Hoeveel verdwijningen zijn er per jaar?

Er zijn ongeveer 1800 verdwijningen per jaar, dat zijn er ongeveer 4 per dag. We hebben een 500-tal echte dossiers van seksuele uitbuiting online of offline en 1700 meldingen van kinderporno per jaar. In totaal hebben we bijna 20.000 oproepen per jaar, maar dan gaat het niet alleen om verdwijningen en seksuele uitbuiting, ook om echtscheidingsproblematieken, zelfdodingen,... want we hebben naamsbekendheid en de mensen weten dat ze op ons kunnen rekenen.

Wanneer wordt een verdwijning een onrustwekkende verdwijning?

Verontrustend is een verdwijning altijd, maar er zijn soms elementen die tonen dat we een versnelling hoger moeten schakelen. Om dit te bepalen gebruiken we vaste criteria: afhankelijkheid van geneesmiddelen, zelfredzaamheid, kinderen jonger dan 13 jaar, zou het kind in gevaar kunnen zijn bij iemand, gaat de afwezigheid van het kind in tegen zijn gebruikelijke gedrag,... De volgende stap is dan het inschakelen van de Cel Vermiste Personen van de Federale Politie. Zaak per zaak moeten we ook altijd afwegen of we de verdwijning publiek maken of niet. Vaak gaat het om een gevoel. In zeer onrustwekkende situaties, voel we onmiddellijk dat er iets niet klopt, dat de zaak stinkt.

Lopen de zaken meestal goed af?

De meeste dossiers lopen inderdaad goed af, maar we hebben een aantal langdurige verdwijningen die maar niet opgelost raken. In tegenstelling tot politie en justitie, blijven wij die dossiers open houden. We blijven oproepen doen, we maken verouderingsfoto's, bewegende beelden, we blijven aandacht hebben voor die langdurige verdwijningen. Enerzijds tonen we de ouders hiermee dat we hun kind niet vergeten zijn, maar anderzijds zijn er genoeg zaken die aangetoond hebben, dat het zelfs bij heel lange verdwijningen een goede uitkomst mogelijk is. Het kan, dus blijven wij ons best doen.

Er kunnen altijd nieuwe tips naar boven komen en elke tip is waardevol. De ouders blijven hun levenlang zoeken naar hun kind. Net na de verdwijning is iedereen daar: politie, magistraten, slacht-offerhulp, slacht-offerbejegening, slacht-offeronthaal,

burgemeester,... maar na een tijdje ebt de aandacht weg en dan blijven wij wel aanwezig.

Hoe verzamelen jullie informatie over vermiste kinderen in het buitenland?

Child Focus is stichtend lid van Missing Children Europe alsook lid van het wereldwijd netwerk International Center for Missing and Exploited Children. Wij werken constant samen met deze organisaties door onze informatie te delen en vaak ook met collega's uit het land waar het kind vermist is. In landen waar geen organisatie zoals Child Focus aanwezig is werken we samen met de ambassades. Desnoods gaat iemand van onze consulenten met de ouder(s) ter plaatse. Ook omgekeerd helpen wij buitenlandse organisaties voor buitenlandse kinderen die vermist zijn in ons land. We werken zo veel mogelijk samen, één van onze waarden is namelijk "verbinding".

Zijn donaties belangrijk voor jullie organisatie?

Child Focus is er gekomen door de Witte Mars, door de solidariteit van de bevolking. Vandaag blijven we daarop rekenen: bij het delen van een opsporingsbericht bv., maar ook in onze financiering. Wat Hotel Le Plaza doet voor ons en jullie klanten die Eliot zullen kopen, dat zijn tekens van solidariteit. We rekenen op bedrijven, de burger en een stuk op de overheid. We willen niet honderd procent afhankelijk worden van de overheid, want dan kunnen we niet vrij de campagnes voeren die we willen.

Hoeveel werknemers en vrijwilligers werken voor jullie organisatie?

We hebben ongeveer 50 equivalenten en we hebben 500 vrijwilligers. 21 jaar geleden waren het vrijwilligers die de affiches gingen plakken, nu minder, dankzij het digitale. We hebben vrijwilligers die ambassadeurs zijn in de scholen. Deze vrijwilligers worden opgeleid om met het detectivespel "116 000" in het vijfde en zesde leerjaar met de leerlingen te spelen om zo spelenderwijs de kinderen vertrouwd te maken met ons noodnummer en met wat we doen. We hebben ook vrijwilligers op events en het onthaal hier wordt gedaan door vrijwilligers.

Hotel Le Plaza is nog steeds in handen van een Belgische familie, familiewaarden zijn voor ons dus heel belangrijk. Aangezien het lot van kinderen ons heel nauw aan het

hart ligt hebben we er voor gekozen om Child Focus te steunen, een Belgische organisatie die Belgische kinderen ondersteunt. Is het belangrijk voor jullie dat bedrijven zoals Le Plaza acties organiseren om jullie te steunen? Wat vindt u van initiatieven zoals de onze?

Familiale waarden, een knuffel, niet iedereen kent het, helaas. Solidariteit en steun zijn dus van grote waarde: financieel, maar ook qua zichtbaarheid, zodat het een reflex wordt ons te bellen wanneer het gaat over een verdwijning of seksuele uitbuiting. Jullie actie is fantastisch en we vinden het idee achter Eliot geweldig. Toen we jullie brief ontvingen, vonden we het onmiddellijk een mooi gebaar van solidariteit ten opzicht van onze organisatie, maar vooral ten opzichte van de kinderen, de jongeren en de ouders voor wie we het allemaal doen.

Heel erg bedankt voor het interview.

Wilt u ook graag Child Focus steunen?

ADOpteer dan een Eliot en help verdwijningen en seksuele uitbuiting van kinderen aan te pakken.


Child Focus
(116 000)
HEIDI DE PAUW

Onze ambassadeur Eliot hebben we al voorgesteld, maar nu is het tijd om een van zijn belangrijkste missies met jullie te delen: geld inzamelen voor het goede doel. De organisatie die Hotel Le Plaza en Eliot vanaf dit jaar willen steunen is Child Focus, de Stichting voor vermiste en seksueel uitgebuite kinderen. Maar waarom kozen we voor Child Focus? Wat doet Child Focus? We geven het woord aan Mevrouw Heidi De Pauw, CEO van Child Focus.

NEDLIN, EEN GESPREK MET EIGENAAR LUUK DE WIN

Net zoals Le Plaza, is Nedlin een familiebedrijf. Kan u kort wat meer over uzelf en uw bedrijf vertellen?

Ik ben Luuk de Win en samen met mijn broer Stef, runnen wij Nedlin. Ons verhaal start bij onze grootvader, in 1952, met een wasserette in Hoensbroek, die louter gericht was op particulieren. De meeste huishoudens hadden immers nog geen wasmachines thuis. Deze formule werd al snel uitgebreid met het ophalen van was bij mensen thuis en bij kleine bedrijven. Mijn vader zette op zijn beurt deze activiteiten verder en vandaag hebben we een bedrijf in Hoensbroek, waar we focussen op de industrie; en een tweede filiaal in Stein, dat bestaat uit twee wasserijen, gespecialiseerd in de gezondheidszorg en de horeca. Mijn broer Stef focust zich op de operationele teams en ik op de commerciële.

Jullie knowhow is het resultaat van het harde werk van drie generaties. Welke waarden zijn belangrijk binnen het bedrijf?

Allereerst focussen we ons op een duurzame toekomst : in plaats van winstmaximalisatie, streeft Nedlin waardecreatie na. Wij investeren dan ook boven alles in ons menselijk kapitaal, zij het in het personeel, zij het in onze klanten. Ten tweede zijn we gedreven door vooruitgang; we zijn constant op zoek naar slimme oplossingen voor maatschappelijke, economische en sociale vraagstukken. Bij ons vind je de nieuwste en slimste technieken die de wasserij efficiënter inrichten. Verder vinden we het als bedrijf heel belangrijk een hechte samenwerking te creëren met onze klanten, wat ons tot de derde waarde brengt. We nemen de tijd om onze klanten en hun uitdagingen goed te leren kennen, zodat we samen oplossingen kunnen vinden. “Alles is familie” bij Nedlin, werknemers zijn geen nummer, maar een mens. Elk contact, binnen het bedrijf maar ook naar de klanten toe, is dan ook op mensenmaat en heeft een persoonlijk karakter.

Tot slot hechten we er veel waarde aan een goede buur te zijn als lokaal verankerd familiebedrijf en te zorgen voor onze omgeving en de omgeving van de mensen met wie we samenwerken. Zo nemen we bv. deel aan “World Cleanup Day” met een groep collega's. Deze waarden hangen sterk samen met die van Le Plaza, wat ervoor zorgde dat zij jaren geleden kozen voor ons als leverancier voor het linnen.

|| ACHTER DE SCHERMEN



Welk parcours legt het wasgoed af eens het opgehaald is in Le Plaza?

We komen elke dag bij jullie en leveren via het “return to sender” principe : alles komt terug bij de klant binnen de 48 uur. Eens het wasgoed bij ons toekomt, duurt het 4-5 uur voor alles gewassen, gestreken en gevouwen opnieuw de container in kan, zodat het op tijd geladen kan worden voor vertrek. De uitdaging ligt bij de sterk gevarieerde seizoenen van de hospitality sector, waarbij we op pieken tot 350 ton per week wassen en tijdens kalmere periodes “maar” 260 ton per week.

Welk belang hechten jullie aan samenwerken met vooraanstaande etablissementen zoals Le Plaza

Zoals ik eerder aanhaalde, wanneer ik bij jullie ben, merk ik erg dat de waarden van Le Plaza sterk samenhangen met de onze. Dat maakt ook dat wij zo'n mooie, langdurige samenwerking tot stand hebben kunnen brengen. Verder is het leuk dat jullie een eigen karakter hebben, wat dan weer een mooie referentie is voor ons!

Le Plaza is een Green Key hotel, wat inhoudt dat wij ons inzetten voor een duurzame ontwikkeling. Hoe dragen jullie hiertoe bij?

Duurzaamheid is erg belangrijk voor ons, wat ik al benadrukte in de waarden. We hebben onze duurzaamheidsprojecten laten vastleg-

gen in het “Nedlin Sustainability Program”, waar we al onze medewerkers mee betrekken in de 6 thema's van het programma en deze benoemen. Nadien werken we in cycli van een jaar, waarbij een team van werknemers één thema onder handen neemt, dit helemaal uitwerkt en ervoor zorgt dat er effectieve vooruitgang geboekt wordt binnen het jaar. Bijvoorbeeld, wanneer we een offerte uitsturen naar een klant, stellen we de “gewone” variant van het product voor, alsook de duurzame variant. Zo proberen we onze klanten bewust te maken van de mogelijkheden. Le Plaza heeft de keuze gemaakt om voor bepaalde producten over te stappen naar biokatoen, wat een duurder maar duurzamer alternatief is. Een ander voorbeeld is het installeren van zonnepanelen in de bedrijven, wat ervoor zorgt dat het verbruik wordt verlaagd met 66% in Stein en 50% in Hoensbroek. Tot slot is het transport een voorbeeld, we bekijken of we onze vrachtwagens op LNG in plaats van diesel kunnen laten rijden, wat tot 25% minder CO2 uitstoot zou leiden..

Nedlin is goed op weg om een bedrijf met 0 uitstoot te worden, kan u dit verder toelichten ?

0 zal in de nabije toekomst nog niet lukken, daarvoor staat de technologie nog niet ver genoeg. Maar ik verzeker je dat we alles doen wat mogelijk is. Iemand zei me ooit : “Je kan beter de druppel op de gloeiende plaat zijn dan de druppel die de emmer doet overlopen” en daarmee ga ik helemaal akkoord!



EEN PASSIE VOOR REIZEN



ZIJN VERHAAL

JEAN VAN GYSEL DE MEISE

Jean van Gysel de Meise besloot zijn interesse voor hotels te ontwikkelen en opende een boutique hotel in Vejer de la Frontera, een mooi dorp op een bergflank in Andalusië. Hij lanceerde er Hotel V... en overschouwde persoonlijk elk aspect van de minutieuze renovatie van het 17de eeuws landhuis. Zo creëerde hij een hotel met een ontspannen en intiem “home away from home” gevoel.

HOTEL V...

Calle Rosario 11-13, Vejer de la Frontera
11150 - Spain
Phone: +34 956 45 17 57
Fax: +34 956 45 00 88
info@hotelv-vejer.com
www.hotelv-vejer.com



Hotel V...biedt 12 smaakvol ingerichte kamers onderverdeeld in verschillende kamertypes: Klassieke Kamers, Superior Kamers en 1 Exclusive Kamer met privé-terras. Comfort, warmte en eenvoud creëren samen een serene haven. Het rooftop terras met panoramisch zicht van 360° is de perfecte plaats om te ontspannen met een glaasje cava. Een relaxmomentje kan ook in de jacuzzi bij het ondergaan van de zon boven de Atlantische oceaan en de verre Marrokaanse kustlijn. Het hotel is daarnaast de perfecte locatie voor het organiseren van board meetings, incentives en team buildings.

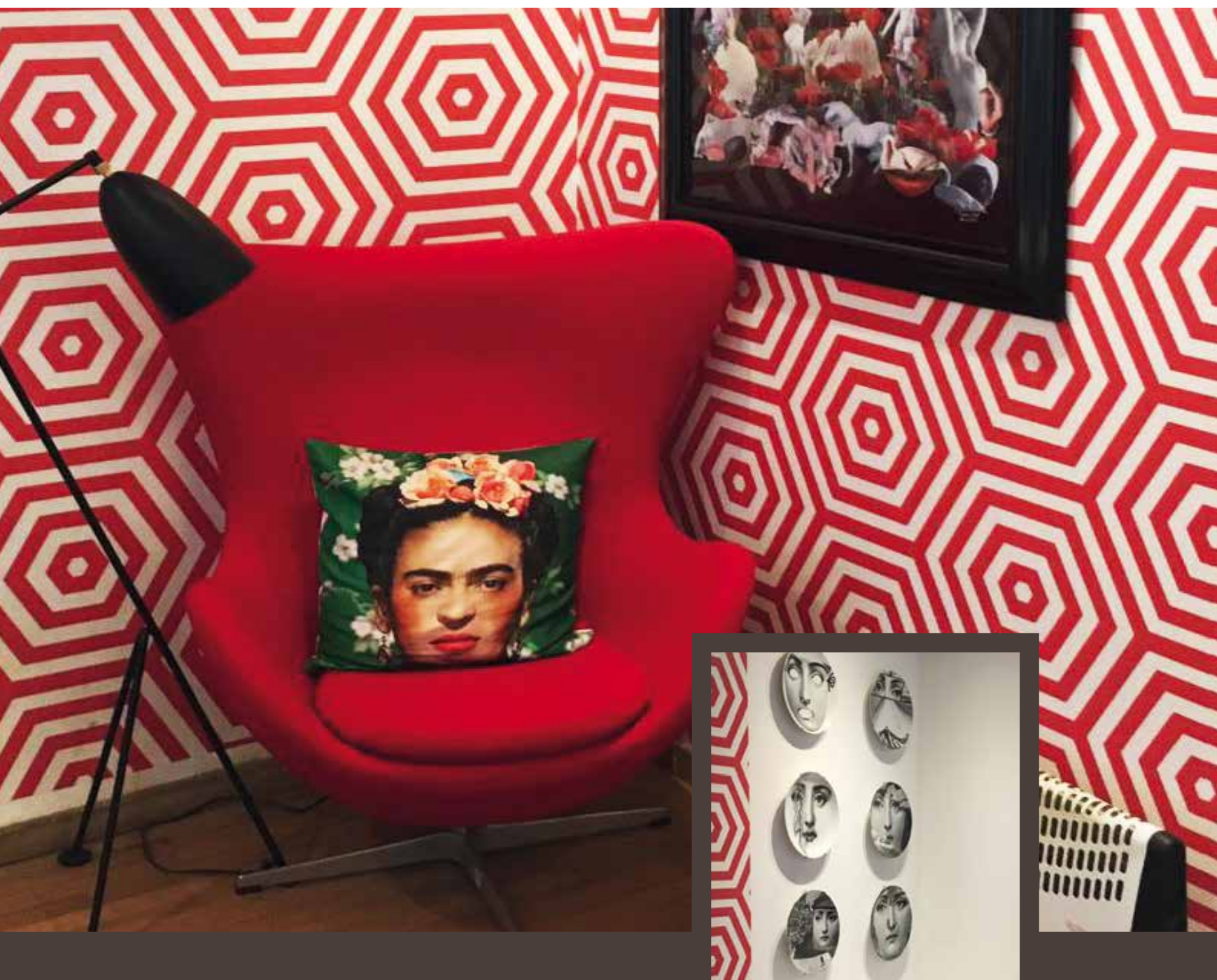
Voor gasten die avontuur en activiteiten zoeken zijn er duizend-en-een mogelijkheden: nabijgelegen stranden, windsurfen, golf, polo, wijnproeverijen, shoppen, dineren en nachtleven. Er zijn veel culturele uitstapen mogelijk zoals het bezichtigen van Romeinse ruïnes of dagtrippjes naar Marroko. Gasten die naar een meer therapeutische ervaring verlangen kunnen terecht in de spa van het hotel, die een uitgebreide selectie massages en behandelingen op maat biedt.

BE&BE

BED & BREAKFAST

Wist u dat ... ?

... de laatste versie van “Les Misérables” gerealiseerd door een Belgisch productiehuis, gedurende twee dagen in één van de B&B’s gefilmd werd?



De pareltjes van de Zavel..

In 2012 verscheen het eerste pareltje in de Zavel, meer bepaald op het moment dat Barones van Gysel – afgestudeerd aan de Glion Hotelschool in Zwitersland – haar eerste Be&Be opende.

Beetje bij beetje, gedreven door haar marketingervaring – onder andere verworven in Le Plaza - ontwikkelt Aurore haar bed and breakfasts volgens de filosofie “a home away from home”.

Vandaag de dag wordt er een gepersonaliseerde, luxe hotelservice aangeboden: de wensen van elke gast worden dagelijks volbracht zodat ze zich thuis voelen. Alles wordt in het werk gesteld zodat de gasten een perfect verblijf beleven.

In totaal biedt Be&Be 30 kamers verdeeld over 5 gebouwen aan en dit alles op de pittoreske Zavel, de antiquairsbuurt in het hart van Brussel.

De Be&Be’s vormen de perfecte uitvalbasis voor zakenmannen en – vrouwen, alsook voor families die een weekendje Brussel komen verkennen.



AUORE
VAN GYSEL DE MEISE

Contact

Be&Be Sablon, Coppensstraat 7, 1000 Brussel, België
Telefoon : +32 484 37 42 82
reservations@beandbe.be www.beandbe.be

BE&BE
BRUSSELS



LAURENT DE KERF
General Manager
T. +32 (0)2 278 03 72
laurent.dekerf@leplaza.be



CHARLY VANDEVENNE
Director of Operations
T. +32 (0)2 278 04 91
charly.vandevenne@leplaza.be



OLIVIER BONTEMPS
Executive Chef
T. +32 (0)2 278 04 90
olivier.bontemps@leplaza.be



LAURENT LAMY
Director of Sales
T. +32 (0)2 278 05 47
laurent.lamy@leplaza.be



SEBASTIEN FRANCOIS
Revenue & eCommerce Manager
T. +32 (0)2 278 05 42
sebastien.francois@leplaza.be



JULIE DE BLICK
Sales Manager
T. +32 (0)2 278 05 45
julie.deblick@leplaza.be



JULIE CORDIEZ - CZETWERTYNSKI
MICE Revenue & Leads Manager
T. +32 (0)2 278 05 81
julie.cordiez@leplaza.be



FREDERIC VAESSEN
Groups & Events Manager
T. +32 (0)2 278 05 84
frederic.vaessen@leplaza.be



BART T'JAMPENS
Assistant Groups & Events Manager
T. +32 (0)2 278 05 82
bart.tjampens@leplaza.be



EVA FORIER
Communication Officer
T. +32 (0)2 278 05 48
eva.Forier@leplaza.be



GONÇALO CRISTINO
Sales Executive
T. +32 (0)2 278 05 44
goncalo.cristino@leplaza.be



KEVIN HAUTAIN
Groups & Events Coordinator
T. +32 (0)2 278 05 86
kevin.hautain@leplaza.be



LUTGART VAN GOETHEM
Reservation Agent
T. +32 (0)2 278 05 72
lutgart.vangoethem@leplaza.be



GIULIA LANCIOTTI
Reservation Agent
T. +32 (0)2 278 05 71
giulia.lanciotti@leplaza.be

BELGISCH ESCADRON VAN DE MUSKETIERS VAN ARMAGNAC

Het diner werd bij unanimiteit gequoteerd als “outstanding.” Zoals gezegd had ik de avond zelf de keuken equipe graag bedankt en ze het applaus gegeven dat ze verdienden, maar gezien dat niet meer mogelijk was, houd ik er toch aan hieronder onze appreciatie te betuigen. Bravo!!!!!!!!!!

{Belgisch Escadron van de Musketers van Armagnac, Judith V. - 170 personen}

IMCD

Langs deze weg wil ik jullie van mijn kant toch bedanken voor de prachtige organisatie. We merkten van bij de aanvang jullie sympathieke maar professionele aanpak en dat hebben we doorheen gans de samenwerking mogen ervaren. Ik heb van onze medewerkers enkel positieve reacties gehad over het hotel, het personeel, de kamers, het eten en het feest...

{IMCD, Wim D.C. - 160 personen}

MOMENTUM

Graag willen we jullie bedanken voor de fantastische samenwerking zowel voor als tijdens het diner. De klant en de deelnemers hebben er enorm van genoten. Jullie zijn een geweldig team! We zullen vast nog met jullie samenwerken.

{Momentum PCO, Anne M. - 150 pax}

We hebben hun vertrouwen

DE MUNT

Ik heb van veel collega's en directie heel veel lovende woorden en mails gekregen. De lovende woorden waren van uitstekend perfect van eten, wijnen en de vriendelijkheid van de bediening, niks maar dan ook niks was er op te merken!! Ik ben zelf al op veel diners en banketten geweest, maar dit was van een zeer uitzonderlijke kwaliteit. Dikke pluim voor één ieder van Chef kok tot de maitre tot ...

{De Munt, Mario M. - 360 personen}

PANASONIC

Ons event bij jullie is rimpelloos verlopen. Onze klanten waren danig onder de indruk van de venue en waanden zich heuse VIP's. Bij deze wil ik jullie beiden en de hele staff van le Plaza bedanken; gedurende de 3 dagen heeft iedereen ons snel, efficiënt en met de glimlach geholpen: grote klasse! En de speculoos van Dandoy was een schitterende attentie: ik ben er al lang fan van... Bedankt en tot de volgende keer !

{Panasonic Energy Europe NV, Stefan R. - 30 pax}

ROULARTA

Al 8 opeenvolgende jaren organiseren wij in uw hotel de Legal Awards, die het beste van de Belgische en Europese juridische wereld samenbrengen. Ik wil graag onze tevredenheid over de kwaliteit van de service van sommige van uw medewerkers onder de aandacht brengen : Julie, Zhuo, Ben (ook al was hij afwezig, hij is altijd perfect als ik uit eten kom!), Alex, Charly, de Chef en zijn team, en anderen wiens voornamen ik niet ken. Hun toewijding en professionaliteit maken Le Plaza tot een van de onmisbare plekken in Brussel. Tijdens 8 jaar samenwerking is dit stabiele team nooit uitgeput geraakt, integendeel, het is verbeterd. Het lijkt me elegant om terug te geven wat ons is gegeven. Dit wordt gedaan door middel van deze lof voor uw team en het management inclusief U.

{Roularta, Laurent M. - 300 personen}

CEFIC

Alles was perfect. Niets om over te klagen en ik wil de efficiëntie van het hele team bij het oplossen van alle last minute strubbelingen benadrukken.

{Cefic, Patricia de H. - 210 personen}

EXPANSCIENCE

Ik denk dat ik voor het hele Expanscience team kan spreken als ik u verzeker dat ons verblijf bij u zeer aangenaam was. De kwaliteit van uw diensten en de beschikbaarheid van uw team hebben in grote mate bijgedragen aan het succes van dit congres.

{Expanscience, Bruno B - 150 personen}

ELOYA

We zijn erg blij met ons evenement. We hebben alleen maar positieve feedback gehad. De maaltijd was heerlijk, het personeel zeer professioneel en efficiënt en de kamers waren perfect. U mag ook het hele team bedanken en feliciteren, want alles was perfect. Dank u wel voor uw steun.

{Eloya,Valérie D M - 150 personen}

TEAMWORK

Ik ben erg blij met het verloop van de conferentie, en ik ben blij dat ik het samen met u en in uw hotel heb georganiseerd. Alles ging erg goed, het feit dat we de dag ervoor toegang hadden tot de zaal hielp ons erg vooruit, en je was erg reactief op alle kleine verzoeken die ik had tijdens de opbouwavond en de dag van het evenement! Voor dit alles, heel erg bedankt. De feedback van de klant over de locatie en de organisatie was zeer positief, net als de feedback van de deelnemers.

{Teamwork, César A. - 150 personen}

CLINIQUES UNIVERSITAIRES SAINT-LUC

Ik sta erop u en uw team te feliciteren: Anne Sophie, Frederic en de maitre d'hôtel afgelopen vrijdag. U maakt het verschil door uw kwaliteit en service.

{Cliniques Universitaires Saint-Luc, Prof. E. Thienpont - 250 personen}

FINAKI

We zijn zeer tevreden over de uitvoering van ons 15e galadiner in het Theater van Le Plaza. De voorbereiding van het dossier werd heel professioneel gedaan door Anne-Sophie die rekening hield met onze wensen en anticipeert op onze verzoeken en oplossingen voorstelt. Idyllisch decor, heerlijk eten, onberispelijke service georkestreerd door een sublieme Zhuo. Daarom geven we de voorkeur aan deze locatie voor elk Brussels evenement.

{FINAKI - EUROCIO, Aline P. - 100 pax}

CERCLE BELGE FRANCOPHONE DE RICHARD WAGNER

Zowel de kwaliteit van de hotelinfrastructuur als de vriendelijkheid en professionaliteit van het personeel werden door alle deelnemers onderstreept. De kwaliteit van de maaltijd en de service tijdens het galadiner en de lunch werden zeer gewaardeerd. Als organisator wil ik uw team bedanken voor hun vriendelijke, professionele en efficiënte luisterbereidheid

{Cercle belge francophone de Richard Wagner, Dr. Jean-Paul M. - 160 personen}

EUROPABIO

Dank u wel voor al uw hulp. De kamer was prachtig, de maaltijd heerlijk en de service ultra professioneel. En dit alles, altijd met veel sympathie. Nogmaals bedankt voor alles, en veel succes.

{EuropaBio, Mélanie M. - 160 personen}

FEDABB

Ik wilde u heel erg bedanken voor uw beschikbaarheid tijdens ons evenement! Een grote dank aan heel uw team dat voor ons gezorgd heeft. Dankzij u was ons evenement een echt succes.

{Fedabb, Chantal - 60 personen}

COVANCE

In naam van ons bedrijf wil ik graag een moment nemen om u hartelijk te bedanken - het ongelooflijke Plaza Brussels Team! - voor uw gebruikelijke uitstekende samenwerking en, meer in het bijzonder, tijdens het verblijf van onze CEO, deze laatste 2 dagen, evenals onze Executive Director HR. Zowel wat betreft de zalen als de F&B was alles absoluut perfect... waardoor elke «Events Organisator» verzekerd is van het goede verloop en het uiteindelijke succes van zijn missie... Nogmaals bedankt! Ik vraag u nederig om mijn complimenten door te geven aan al diegenen die hebben bijgedragen aan het feit dat ik opnieuw complimenten krijg van mijn directie... en meer in het bijzonder van onze Voorzitter! Complimenten die ik ten koste van alles moet delen met uw gehele personeel. Tot slot wil ik ook mijn complimenten overbrengen aan Baron van Gysel de Meise, die ons zo de mogelijkheid biedt om via Le Plaza Brussels en zijn Theater, Restaurant, Salons, ... het geluk te hebben te kunnen verblijven (of onze gasten te laten verblijven), te mogen eten of gewoon te kunnen genieten van een heerlijk drankje aan de Bar van een echt 5-sterrenpaleis in Brussel!

{Covance Clinical and Periapproval Services SA, Elias C. - 12 personen}

BSH

Zonder met bloemen te gooien, ik heb nog nooit zo'n aandachtige partner gehad, die zo dicht bij ons stond zowel in de voorbereiding als in het verloop van het evenement! Uw vriendelijkheid heeft me enorm geraakt... Van alle kanten krijgen we alleen maar positieve feedback! Geen negatieve opmerkingen over het menu, de coördinatie van de parking, de roomservice, de kwaliteit van de kamers... kortom, alles ging op rolletjes...

{BSH 10 jaar, Frank S. - 250 mensen}



WEDSTRIJD



SPELEN MET ELIOT

Zet de logo's in de
juist volgorde en win

Een verblijf voor
2 personen in een Junior
Suite in Hotel Le Plaza.



Het resultaat zal meegedeeld worden op 20 december
2020. Een deelname per persoon.

WEDSTRIJD

VERBIND ELK LOGO MET HET JUISTE JAARTAL DOOR HET
CIJFER VAN HET LOGO BIJ HET JUISTE JAARTAL TE ZETTEN.



1930 ● 1958 ● 1966 ● 1996 ● 2004 ● 2013 ● 2017 ● 2020 ●



DE ANTWOORDEN KUNNEN DOORGESTUURD WORDEN VIA EMAIL NAAR
SALES@LEPLAZA.BE OF MET DE POST NAAR

HOTEL LE PLAZA

Ter attentie van Eva Forier
Adolphe Maxlaan 118-126
1000 Brussel



*Fournisseur Breveté de la Cour de Belgique
Gebrevetteerde Hofleverancier van België*

