

- Bruno Vanspauwen -

HOEVEEL BORDJES?

Incognito aan tafel:

het (bijna) verborgen leven van

een restaurantcriticus

uitgeverij
**VRJ
DAG**

Hoeveel bordjes?

*Incognito aan tafel: het (bijna) verborgen
leven van een restaurantcriticus*

Bruno Vanspauwen

1. Hoeveel bordjes?

"Hoeveel bordjes gaan we krijgen?"

De eigenares van het restaurant, die zelf instaat voor de bediening, geeft me mijn kredietkaart terug waarmee ik heb betaald. Daarop heeft ze ongetwijfeld mijn naam zien staan. En zo heeft ze de link gelegd met de restaurantrubriek in De Standaard Magazine.

Als ik uit eten ga, komt op het einde van de maaltijd steevast de vraag van mijn tafelgenoten: "En? Hoeveel bordjes zou je dit geven?"

Ik krijg het ook te horen van mijn kinderen, familieleden en vrienden nadat ik een restaurant heb bezocht: "Hoeveel bordjes?"

Het heeft me zelf verbaasd hoe die "bordjes" zo snel een begrip werden. Toen ik dit quoteringssysteem voorstelde aan De Standaard Magazine, zat er immers geen bewuste strategie achter om er een begrip van te maken. De bordjes - met daarin het euroteken - zag ik slechts als een grafisch middel om de hoofdbedoeling van de nieuwe rubriek duidelijk te maken: het belonen van de verhouding tussen kwaliteit en prijs. Daarmee wilde ik het verschil maken met de meeste culinaire gidsen die de kwaliteit op zich belonen, zonder rekening te houden met de prijs.

Ja, er zijn natuurlijk de "bibs gourmands" van Michelin, en ook GaultMillau is in de loop der jaren meer aandacht gaan hebben voor de zogenaamde "prijs-plezier"-verhouding. Maar in hun belangrijkste quoteringssysteem - de sterren van Michelin en de punten (en koksmutsen) van GaultMillau - speelt de prijs geen rol.

Het leek me een goed idee om die prijs wèl expliciet te betrekken in de beoordeling. Het publiek doet dat trouwens zelf ook. Achteraf kwamen daar de bordjes bij, omdat we nu eenmaal een symbool nodig hadden om dat centrale idee visueel voor te stellen: de bordjes stonden voor de kwaliteit, het euroteken voor de prijs. Maar in de spreektaal werd dat al snel herleid tot "de bordjes". Dat heeft een positief effect gehad op de bekendheid en herkenbaarheid van de restaurantrubriek.

Met mijn professionele achtergrond in de reclamewereld, had me dat eigenlijk niet mogen verwonderen. Altijd zijn het dergelijke eenvoudige ideeën en symbolen die aanslaan. Maar je weet het nooit met wetenschappelijke zekerheid op voorhand.

Neem de sterren van Michelin. Dit symbool is niet eens zo origineel, maar wel hypereenvoudig, herkenbaar en makkelijk te benoemen. Zonder enige twijfel is het een van de pijlers van het succes van deze wereldwijd bekende gids. We spreken nu van "sterrenrestaurants" en "sterrenkoks". We vragen ons af of een restaurant "een ster heeft". De "ster" is doorgedrongen in het dagelijkse culinaire taalgebruik.

Wat een competitief voordeel ten opzichte van GaultMillau, die zulk eenvoudig tot de verbeelding sprekend symbool niet hanteert. GaultMillau werkt met punten. Maar wie onthoudt dat? Wie spreekt daarover behalve de restaurateurs en de inspecteurs van de gids zelf? Kent u een "achttienpuntenkok"? Ja, er staan ook wel "koksmutsen" naast bepaalde restaurants. Maar bent u al eens gaan eten in een "koksmutsenrestaurant"? Twee symbolen die naast en door elkaar gebruikt worden (punten en koksmutsen), werken bovendien nooit zo goed als één enkel symbool dat consequent wordt gehanteerd. GaultMillau heeft nooit duidelijk gekozen voor de punten of voor de koksmutsen. En als zij zelf niet kiezen, hoe kan je dan verwachten dat het publiek die keuze wel zou maken?

De sterren van Michelin zijn een gouden vondst gebleken. Ze werden ook een sterk symbool voor een welbepaalde conservatieve, Frans geïnspireerde culinaire visie. Ook die visie wilde ik met de restaurantrubriek doorbreken.

Waarom heeft het ene idee succes, en het andere niet? Zelfs de grootste specialist in reclame zal ootmoedig zeggen dat er geen magische formule is om vooraf te weten wat nu zal aanslaan en wat niet.

Het is ook altijd een cocktail van elementen: het juiste medium, de juiste dag van verschijning, de layout, de fotografie, de schrijfstijl, de keuze van de restaurants, zeg maar: het gehele "format", dat strak, eenvoudig en herkenbaar moet zijn. En vooral: dat consequent moet aangehouden worden. Al te vaak worden "formats" licht gewijzigd, uit een verkeerd begrepen idee van "vernieuwing". Vaak begint het dan fout te lopen, het publiek herkent het niet meer, de verwatering begint.

Kennelijk vond Eva Berghmans, de toenmalige hoofdredactrice van De Standaard Magazine, dat het bestaande format van de restaurantrubriek niet meer aan al die criteria beantwoordde. Want op zekere dag, ergens in 2005, vroeg ze mij, tijdens een lunch, geheel onverwachts: "Zou jij eens kunnen nadenken over onze restaurantrubriek?"

2. Aan tafel

Ik had het niet verwacht, omdat ik al zovele jaren over wijn schreef.

In 1995 had ik toevallig An Brouckmans ontmoet, de toenmalige hoofdredactrice van Feeling, tijdens een diner in De Schone van Boskoop met gemeenschappelijke vrienden. Ze bleek zowaar een groot wijnliefhebber te zijn. Ik vroeg haar hoe het kwam dat er in geen enkel blad voor vrouwen over wijn werd geschreven, terwijl vrouwen toch vaak wijn aankopen en er zelfs om bekend staan een beter geur- en smaakvermogen te hebben dan mannen.

"Waarom doe jij het niet?" vroeg ze me.

Het was een zo uitdagende vraag dat ik niet anders kon dan op het aanbod in te gaan. Enkele jaren later kwam er een ander voorstel, opnieuw van een vrouw. Tessa Vermeiren, toenmalig hoofdredactrice van Weekend Knack, was bezig met de voorbereiding van een nieuw magazine, geheel gewijd aan de geneugten van eten en drinken: Spijs & Drank.

"Ik zoek iemand die tijd en zin heeft om voor dit nieuwe blad vier wijnreizen per jaar te maken, en terug te komen met de beste wijnreportages die in België ooit gemaakt zijn."

Die hoofdredactrices kunnen hun voorstellen zodanig formuleren dat je niet kan weigeren. Zou dat nu typisch vrouwelijk zijn? In de daaropvolgende jaren reisde ik door Frankrijk, Spanje, Italië, Duitsland, Oostenrijk, Griekenland, Chili, Californië, Zuid-Afrika, Nieuw-Zeeland, Australië ...

Toen Spijs & Drank gereduceerd werd tot een bijlage van Nest, een nieuw lifestylemagazine, begon ik in 2002 voor De Standaard wekelijkse bijdragen over wijn te schrijven.

Langzaamaan was ik dus - naast mijn professionele loopbaan in de reclame - wijnschrijver geworden. Ik noemde het een "uit zijn voegen gegroeide passie", een "tweede beroep".

Maar nu stelde Eva Berghmans, hoofdredactrice van De Standaard Magazine, mij die onverwachtse vraag om "eens na te denken over de restaurantrubriek".

Laat het mij maar toegeven: ik had er in stilte wel eens van gedroomd. Passie voor wijn gaat samen met passie voor eten. Ik schuimde al jaren restaurants af, reisde zelfs

speciaal naar bepaalde steden om er een restaurant te bezoeken, kook zelf graag, lees er veel over. Eigenlijk heeft eten mijn leven altijd beheerst.

Dat was al van jongsaf zo. Wat we 's avonds zouden eten, was mijn eerste bekommernis als ik van school thuiskwam. Een familiale *running joke* is dat mijn ouders vaak in het Frans over eten communiceerden om te vermijden dat ik zou weten waar bepaalde voedingswaren zich bevonden. Uit eten gaan in een restaurant verschaftte mij als jonge knaap dezelfde opwinding als andere kinderen van mijn leeftijd wellicht alleen voelden bij het vooruitzicht van een dag in een pretpark. Ik vertoonde ook al heel vroeg - zo wordt mij verzekerd door familieleden - een meer dan gewone interesse voor het bereiden van eten. Naar het schijnt verzorgde ik voor de verjaardag van mijn moeder volledige menu's in plaats van met de gebruikelijke kindertekeningen uit te pakken.

Het verlangen naar lekker eten, de dagelijkse obsessie om naar de belangrijkste maaltijd van de dag uit te kijken, hebben mij nooit meer losgelaten. Naarmate mijn financiële mogelijkheden groeiden, bezocht ik restaurants die steeds hoger op de culinaire ladder stonden. Mijn eerste bezoeken aan sterrenrestaurants waren evenementen waar ik mij dagen vooraf mentaal op voorbereidde. Ze waren ook altijd de leidraad bij de planning van reizen in het buitenland. Hotels? Monumenten? Mooie landschappen? Eerst werd het belangrijkste geregeld: het restaurant. De rest vloeide daaruit voort. Dat ik nadien met iemand trouwde die dezelfde culinaire interesses heeft, was voor niemand een verrassing. Mijn vrouw kweekt zelf de groenten, vruchten en kruiden die we eten. Voor wat we daarnaast nog nodig hebben, worden lange afstanden naar bijzondere winkels niet geschuwd. Al van 's ochtends vroeg wordt het diner - het belangrijkste moment van de dag - voorbereid. Wat staat vanavond op het menu? Waar moeten de ingrediënten vandaan komen? Wie zal de leiding in de keuken nemen? Welke wijn hoort daar het best bij? (Die wordt dan al 's morgens uit mijn wijnkelder gehaald om op schenktemperatuur te komen.) Om 17 uur is het zover: het ritueel begint. De ingrediënten worden uitgestald, schoongemaakt, versneden. Een glas witte wijn dient deze werkzaamheden te begeleiden. Iedereen moet op hetzelfde moment aan tafel. Want dat hoort zo bij *à la minute* koken. Het verbaast mij eigenlijk dat ik dit al zovele jaren doe, en het nog altijd niet beu ben. Allicht zal u mij verdenken van een of andere psychologische stoornis, maar ik kom de dag niet door zonder het uitzicht op een culinair evenement ter afronding.

Wist Eva Berghmans dat eten - naast wijn - een zo belangrijke plaats in mijn leven innam? Misschien had ik daaromtrent wel eens iets laten vallen tegenover haar. Of misschien had ze gedacht dat iemand die wijn kan proeven, ook wel eten moet kunnen proeven. Toch kwam haar vraag als een verrassing.

"Weekend Knack en Trends hebben Pieter Van Doveren, De Morgen heeft Agnes Goyvaerts en Willem Asaert", zei ze, "Wij hebben niemand met die bekendheid en reputatie. Dat kan niet voor De Standaard."

Ik was enigszins verbaasd over het belang dat De Standaard aan de triviale geneugten van het tafelen leek te hechten.

"Dan ken je onze baas nog niet", vertelde ze, doelend op toenmalig algemeen hoofdredacteur Peter Vandermeersch. "Ten eerste is hij zelf een gepassioneerd foodie, maar hij is vooral een groot aanhanger van de stelling dat een krant als De Standaard niet alleen over politiek, economie en cultuur hoort te schrijven, maar ook over andere onderwerpen zoals gastronomie. En dat je daarin dezelfde kwaliteit moet nastreven. Hij is een groot bewonderaar van The New York Times. Dat dateert nog van de tijd dat hij in New York correspondent was voor De Standaard. Meer bepaald Dining and Wine, de bijlage van The New York Times over gastronomie en wijn, is zijn grote voorbeeld."

Ik voelde het aanbod plots aan als een opdracht waar ik niet al te licht overheen kon gaan.

Ineens herinnerde ik me dat Peter Vandermeersch in 2002, toen ik met De Standaard bijna tot een overeenkomst was gekomen om over wijn te schrijven, mij persoonlijk had willen zien om mijn visie daaromtrent te horen. De hoofdredacteur van de grootste kwaliteitskrant in Vlaanderen wilde dus persoonlijk een freelance columnist ontmoeten over een al bij al beperkt en maatschappelijk weinig relevant thema als wijn? Er was mij toen al door enkele van zijn medewerkers verteld dat dit geheel normaal was, dat hij iedereen die in zijn krant schreef, minstens één keer persoonlijk wilde zien. Omdat hij wilde dat elk onderwerp - ook in het zogenaamde lichtere genre - de algemene kwaliteitslijn van de krant volgde. Later zou ik meermaals vaststellen dat hij al die schrijvers ook persoonlijk volgde. "Verdorie, hij heeft het gelezen": ik denk dat velen die voor De Standaard schreven, dat gemompeld moeten hebben na een ontmoeting met Vandermeersch (die intussen hoofdredacteur werd van de Nederlandse krant NRC Handelsblad).

Voor het thema gastronomie verliep het niet anders. Toen ik mijn intentienota over de restaurantrubriek met Eva Berghmans had afgetoetst, wilde ook Peter Vandermeersch me daarover zien. Hij leek me - om het zo te zeggen - nogal hongerig om over dit thema een gesprek te voeren. Velen gaan er wellicht van uit dat deze man zich tot unieke levenstaak heeft gesteld om de belangrijkste ontwikkelingen in onze samenleving te volgen en te becommentariëren. Maar hij bleek ook verdomd goed op de hoogte van de maatschappelijke evoluties in het culinaire veld.

Eigenlijk had mij dat niet mogen verwonderen. Je ervaart dagelijks hoeveel mensen, van alle rangen en standen, geboeid zijn door lekker eten. Als je mensen met de meest verschillende sociale en professionele achtergrond bij elkaar zet, vind je nauwelijks een onderwerp dat hen allemaal bindt. Behalve één: eten. Als dat ter sprake komt, schiet het aandachtsniveau omhoog, gaan de ogen blinken, en voor je het weet, zit iedereen tips uit te wisselen. Ben je daar al geweest? Daar moet je zeker eens naartoe gaan! Vroeger was het daar goed, maar nu ...

"In elke enquête onder lezers van De Standaard, blijkt dat zij veel belang hechten aan goede informatie over eten en drinken", zei Peter Vandermeersch, "Vandaar dat ik graag eens wilde weten hoe je die restaurantrubriek wil aanpakken."

Dat gesprek vond niet eens zo lang geleden plaats. Maar culinair gezien leefden we nog in een heel andere tijd. De culinaire vernieuwing, ingezet in Spanje, en de culinaire mediatisering en democratisering, stonden nog in hun kinderschoenen. De grote culinaire referentie was nog altijd de sterrenhemel van Michelin, gevolgd door de puntenschool van GaultMillau. Maar heel wat signalen wezen erop dat dit zou veranderen. En dat is ook gebeleden.

Voor de generatie van mijn ouders was restaurantbezoek een hele gebeurtenis - meestal avondvullend - waarvoor je je "opkleedde". Nadien raakte uit eten gaan voor steeds meer mensen geïntegreerd in hun dagelijkse leven. Het belang dat zij hechtten aan een informele sfeer, een vlotte bediening en een redelijk prijskaartje, nam daardoor toe.

Dat betekende echter niet dat deze nieuwe generaties van restaurantbezoekers geen kwaliteit meer eisten in het bord, integendeel. Ze hadden een veel grotere culinaire kennis en nieuwsgierigheid dan hun ouders en grootouders. Ze kenden etnische en exotische ingrediënten waarover vroeger niet eens werd gesproken. Ze wilden regelmatig verrast worden, waren gefascineerd door nieuwe kooktechnieken, nieuwe

ingrediënten en combinaties, vernieuwende restaurantformules. Daarenboven bleken ze ook nog eens bekommerd te zijn om hun lijn en hun gezondheid. En dus eisten ze van de restaurants lichtheid, versheid, hygiëne en een betrouwbare herkomst van de producten. Culinaire hoogstandjes hoefden niet per se, wel eerlijke gerechten op basis van een hoge kwaliteit van de ingrediënten en een deskundige bereiding, liefst op het moment zelf.

Bij de start van de nieuwe restaurantrubriek in De Standaard Magazine was die evolutie al aan de gang. Maar instituten als Michelin en GaultMillau hadden er weinig of geen oog voor. Ze stonden voor een culinaire visie van het verleden. Het archetype van het "sterrenrestaurant" was nog altijd het restaurant waarvoor je je - zoals de generatie van mijn ouders - diende op te kleden en waar je moest reserveren om er vervolgens een hele avond lang fluisterend te tafelen. Hoe meer sterren het restaurant telde, hoe hoger de kans dat je een das en vest moest dragen om er te "mogen" eten. Enkele jaren later zouden diezelfde restaurants haast smeken om ons, zelfs zonder vest en das, te "mogen" bedienen.

Voorals Michelin bleef tevens bij een bepaalde culinaire stijl zweren. In haar sterrenuniversum leek er geen olijfolie te bestaan, alleen boter. Haar typekeuken was gericht op versmelting van smaken in plaats van op smaakcontrasten, op romige texturen in plaats van op textuurvariaties, op ingrediënten als foie gras in plaats van ingrediënten die fraîcheur brengen. Producten uit Frankrijk genoten nog altijd de voorkeur op producten uit andere landen van de wereld. Nieuwe kooktechnieken werden wat denigrerend afgedaan als een voorbijgaande hype.

We zaten volop in de tijd van een botsing tussen deze Frans geïnspireerde culinaire visie, gericht op het verleden en de traditie, en een open internationale visie, die zich ontwikkelde vanuit het Spanje van elBulli, resoluut brak met de traditie en naar de toekomst keek. Ik was al naar elBulli gegaan op een moment dat je er als gewone sterveling nog een tafel kon reserveren, en ik herinner me zeer goed wat ik dacht toen ik daar buitenkwam: "Ik heb de culinaire revolutie live meegemaakt."

Wat een verschil met de vaak ontgoochelende culinaire ervaringen die ik beleefde in driesterrenrestaurants, ook in Frankrijk, de heimat van Michelin. Het culinaire conservatisme droop er van de muren. De koks hadden zo lang naar de schittering van hun sterren gekeken dat ze blind waren geworden. Ze waren zolang in de beslotenheid

van hun keuken blijven zitten dat ze niet meer wisten wat er daarbuiten gebeurde. Je kreeg er vaak vermoeide gerechten van vermoeide koks voorgeschoteld.

Ik herinner me een diner in Les Prés d'Eugénie, de driesterrentempel van de hooggeprezen kok Michel Guérard. Zoals zo vaak in dergelijke tempels trof ik er een publiek op leeftijd aan, waaronder een stokoud Engels koppel dat aan een tafel naast mij zat. De vrouw - die wellicht dement was - kon niet meer zelfstandig eten en moest door haar man "gevoederd" worden, iets wat gepaard ging met een hele hoop gesmek en gemors. Los van het feit of het wel zo'n goed idee was om in die toestand te komen eten in een restaurant, vatte het beeld van dat oude sukkelende koppel de hele "sterrenfilosofie" van Michelin samen: een filosofie die dreigde uit te sterven met haar laatste volgelingen.

Het heeft lang geduurd eer Michelin en GaultMillau inzagen dat ze op de trein van het verleden waren blijven zitten. Pas toen de culinaire vernieuwing geen voorbijgaande trend bleek te zijn en ze echt niet anders meer konden, sprongen ze mee op de trein van de toekomst. Maar met veel enthousiasme en passie voor die vernieuwing is dat niet gepaard gegaan. Nog altijd niet, is mijn indruk. Ze hebben er nu wel aandacht voor, omdat ze voelen dat het voor hun imago noodzakelijk is. Maar ze volgen het niet van ganser harte en lopen vaak achter de feiten en nieuwste evoluties aan. Ze begrijpen het eigenlijk niet goed.

Vandaag zetten kranten en magazines de trend op culinair vlak. Waar journalisten en recensenten vroeger veel vaker opkeken naar de gidsen en hun oordeel, is het nu omgekeerd: het zijn de gidsen die de culinaire rubrieken en besprekingen in de media volgen, en daarop inspelen.

Toen ik mijn eerste gesprek met Peter Vandermeersch over de nieuwe restaurantrubriek voerde, was het zover nog niet. We gingen er dan ook vanuit dat het idee om restaurants niet alleen op kwaliteit maar ook op prijs te beoordelen, enige deining zou kunnen veroorzaken. Het betekende immers dat een sterrenrestaurant dezelfde quotering zou kunnen krijgen als een eenvoudige taverne. Zou dat als culinaire heiligschennis worden beschouwd? Al snel zou echter blijken dat het publiek deze manier van quoteren net bijzonder goed onthaalde. Omdat er eindelijk rekening werd gehouden met iets waarmee het zelf altijd al rekening had gehouden: de prijs.

Wat ook sterk zou veranderen, was de manier waarop over gastronomie werd gepraat.

De pionier hiervan was een jonge kok die op de BBC eind jaren '90 met een radicaal nieuw kookprogramma uitpakte: Jamie Oliver. Hij was amper 24 en ging gekleed in jeans, zijn tv-programma was flitsend, de stijl cool en hip, de ingrediënten kwamen uit alle hoeken van de wereld en de recepten waren voor iedereen bereikbaar. Jamie Oliver werd een wereldhype. Tot dan toe had hij alleen als hulpje in de keuken gewerkt en hij kwam bovendien uit een land dat niet bepaald als een culinair nirwana bekend stond: Groot-Brittannië. Het publiek maalde daar niet om, het viel massaal voor deze sympathieke jongeman. Dat tekende een culinaire tijdsgeest, waarin culinaire tradities en referenties best mochten sneuvelen en waarin mensen niet meer op een belerende, schoolse manier over eten en drinken geïnformeerd wilden worden. Eten was een plezier, en dat mocht gezegd worden.

Ook ik wilde dat historische "sérieux" in het schrijven over eten doorbreken. Eten is een zintuiglijke, emotionele, sociale belevenis. Je hebt er natuurlijk kennis voor nodig als je recensent wil zijn, maar ook passie en enthousiasme. Dat mag je in de bespreking van een restaurant voelen, vind ik.

Ik hoef daar niet eens moeite voor te doen. Ik ben altijd een enthousiaste fan geweest van goede koks. Ze hebben een moeilijk en hard beroep, en verdienen onze lof en ondersteuning. Althans zij die echt begaan zijn met hun vak en zich eerlijk inspannen om kwaliteit in het bord te brengen voor een redelijke prijs. Want helaas zijn er ook die het minder nauw nemen met de versheid van de ingrediënten, de hygiëne in hun keuken, de gezondheid van hun klanten of een correcte verhouding tussen prijs en kwaliteit. Dat moet een restaurantrubriek ook kunnen signaleren.

Passie en enthousiasme hebben hun keerzijde: ook een ontgoocheling beleef je dan emotioneel. Een kok die mij een schitterende maaltijd heeft bereid, zou ik wel in de armen willen vallen. Maar als ik mij bedrogen voel, als een kok mij wetens en willens iets heeft voorgeschoteld dat niet in orde is, dan kan mij dat helemaal uit mijn humeur brengen.

Het tafelen tussen één en vier bordjes is meer dan eens turbulent geweest.

3. Het aperitief

De eerste kwestie waarover ik mij diende te buigen, was meteen al moeilijker dan verwacht: welk restaurant zou op 3 september 2005 als allereerste in de nieuwe rubriek verschijnen?

De gekende angst voor het witte blad sloeg toe. Als alle mogelijkheden open liggen, dan wordt de keuze pas ècht moeilijk.

Ik wilde natuurlijk een restaurant dat meteen al mijn intenties samenvatte en weerspiegelde. Dus werd het geen traditioneel restaurant, maar een informeel lunchadres: Mamy Louise, in het hart van onze hoofdstad. Elke weekdag en zaterdag was het doorlopend open tot halfzeven 's avonds, wat op zich al indruiste tegen de geplogenheden van de sector. Je kon er eenvoudige slaatjes en gerechten krijgen maar ook boterhammen met vers en smakelijk beleg. Een mooie keuze van wijnen per glas was voorhanden. Je kon aan een tafel zitten maar ook aan een toog. De prijzen waren redelijk. Kortom: het speelde volop in op de veranderde gewoonten van het uit eten gaan. Ik gaf het de op een na beste score: drie bordjes.

De aanpak van de eigenaars Nadine en Philippe Gillet heeft ook commercieel geloond. Mamy Louise bestaat nog altijd en draait prima. Meer nog: ten tijde van het artikel baatten zij ook andere restaurants uit, onder een andere naam en met een ander concept. Intussen hebben ze al hun zaken omgedoopt tot "Mamy Louise".

Enkele weken later bezorgde ik een ander eenvoudig eethuis, De Kruidenmolen in Klemskerke, de topscore: vier bordjes. De formule is er immers even zeldzaam als aantrekkelijk: een informele sfeer (waarbij zelfs kinderen welkom zijn), redelijke prijzen en topkwaliteit in het bord.

In Blankenberge begon Philippe Nuyens, vroeger sous-chef in de tweesterrenzaak 't Molentje, een gezellig eethuis zonder enige pretentie. Ook dit kreeg vier bordjes omwille van "de topkwaliteit in het bord, zonder dat je er de opgeklopte sfeer van een stijfdeftig etablissement moet bij nemen."

In de eerste maand besprak ik ook het chique Kasteel Withof. De kok Peter Cocquyt (die vanuit Hof van Cleve overkwam) is een uitzonderlijk talent, maar ik had zo mijn twijfels over het al te ouderwetse, wat pompeuze restaurantconcept.

Ik noemde het "een etablissement op maat van bemiddelde burgers zoals de eigenaar zelve", met "een *voiturier* om de auto's naar een parking te rijden die zich enkele meters verder bevindt". Het eten was van prima kwaliteit (vandaar toch drie bordjes), maar alles was nadrukkelijk gericht op het behagen van Michelin. De Nederlandse eigenaar stak de doelstelling overigens niet weg: hij wilde sterren, zoveel mogelijk. Vier jaar later ging Withof failliet. Was dit het lot van culinaire initiatieven die zich al te zeer spiegelen aan Michelin? De directeur van Kasteel Withof, Jurgen Lijcops, opende kort daarna in hartje Antwerpen een laagdrempelige wijnbistro met een beperkte kaart van eenvoudige gerechten en wijnen die per glas te verkrijgen zijn. Een nieuw voorbeeld van het feit dat de culinaire tijden echt wel zijn veranderd.

In het sterrenrestaurant Maison Vandamme (dat net zijn intrek had genomen op een nieuwe locatie) maakte ik kennis met de piepjonge sommelier Wouter De Bakker. Hij maakte deel uit van een nieuwe generatie sommeliers, die aanvankelijk wat meewarig werd bekeken door de gevestigde garde van Grote Kenners. Ik was echter enthousiaster over zijn trefzekere wijnkeuzes dan over de gerechten. Twee jaar later werd Wouter De Bakker Eerste Sommelier van België. Nog later werd hij sommelier in een van de beste restaurants van Antwerpen, Dôme. We maakten de opkomst mee van jonge, gretige, nieuwsgierige sommeliers, die verder dan het traditionele wijnland Frankrijk keken en met veel creativiteit en kennis inspeelden op de nieuwe culinaire trends.

Over restaurant Hertog Jan - toen nog onbekend - was ik meteen laaiend enthousiast. Twee jonge twintigers, kok Gert De Mangeleer en sommelier Joachim Boudens, hadden de zaak net overgenomen. Mijn allereerste topscore van vier bordjes was voor hen. In dat enthousiasme stond ik niet alleen: Pieter Vandoveren riep Hertog Jan uit tot "het beste restaurant van Vlaanderen." Ik sloot me daar bij aan en schreef: "De enige reden dat Hertog Jan nog geen Michelinsterren heeft, is dat het kader, de sfeer en de bediening vlot en informeel zijn. Des te beter. Bij mooi weer kan je buiten eten,

je ziet dan zelfs kinderen in de tuin, want ook die zijn welkom. Wie heeft sterren nodig als de klanten stralen van geluk?"

Hertog Jan heeft vandaag twee Michelinsterren.

4. De nieuwe garde

De eerste tekenen van de culinaire vernieuwing, gestart in Spanje, waaiden over naar ons land. Soms kreeg ze een amateuristische invulling, soms een heel eigen interpretatie op hoog niveau zoals in Hertog Jan.

Van bij het begin juichte ik deze vernieuwing toe. Eindelijk gebeurde er nog eens iets nieuws en spannends in het bord. Alleen jammer dat voor deze nieuwe stroming zo'n slechte naam werd bedacht: "moleculaire keuken". Dat roept beelden op van kille laboratoria en pruttelende reageerbuisen. Het lijkt wel of er alleen met chemische en synthetische ingrediënten gewerkt wordt. Het klinkt artificieel. Op de duur werd de perceptie die door de naam werd gewekt, sterker dan de realiteit. Zelfs mensen die deze "moleculaire keuken" nog nooit hadden geproefd, hadden er op voorhand al een oordeel over. En maakten gretig gebruik van alle clichés die je op basis van de naam kan bedenken.

Koken is nochtans altijd moleculair, ook de klassieke technieken (pocheren, bakken, grillen) grijpen in op de moleculaire structuur van ingrediënten. De term "moleculair" voor deze nieuwe keuken verwees eerder naar de wetenschappelijke benadering van het koken. In plaats van zomaar de ideeën en technieken van vroeger over te nemen, wilden "moleculaire koks" begrijpen wat er met de ingrediënten en hun moleculen precies gebeurt tijdens de processen van bereiding. Daar is niets mysterieus of magisch aan: het ging gewoon om het verwerven van objectieve kennis.

Daardoor werd een beter inzicht verkregen in kookprocessen, en dat leidde tot nieuwe technieken om texturen te verfijnen en te verzachten, om de smaak van ingrediënten te behouden en zelfs te versterken, en om het gaar worden van vlees en vis te perfectioneren, waarbij malsheid en sappigheid bevorderd worden. "Moleculaire" technieken leidden ook tot een lichtere keuken, vergeleken met de klassieke keuken waarin onder meer boter en room een belangrijke rol spelen. Creatieve koks werden door deze nieuwe inzichten op nieuwe ideeën gebracht. Ze konden experimenteren met het veranderen van texturen en met het combineren van ingrediënten die voordien nooit met elkaar waren gecombineerd (de zogenaamde, eveneens wetenschappelijk gestuurde "foodpairing").

Lang vòòr mij gevraagd werd om de restaurantribriek van De Standaard Magazine over te nemen, was ik al meerdere malen naar de heimat van de moleculaire keuken gegaan: Spanje. Dààr brandde nu de culinaire lamp, niet langer in Frankrijk of Italië. Het was het begin van een boeiend tijdperk waarin landen zonder enige culinaire reputatie ineens de landen met een gevestigde reputatie inhaalden en voorbijstaken, en dat op alle vlakken: originaliteit van de ingrediënten en combinaties, smaakprecisie, smaakexpressie, creativiteit, presentatie, techniek... Een culinaire revolutie was het, die term is niet overdreven.

Het creatieve genie waarmee alles begon, was Ferran Adrià van het restaurant elBulli. Vandaag een wereldmerk met een enorme uitstraling, toen nog gewoon de naam van een "speciaal restaurant". Eind jaren '90 kon je er nog simpelweg telefonisch een tafel reserveren op een zaterdagavond om halfacht. Ik ging er toen voor de eerste keer naartoe.

Je kon er niet logeren, zelfs niet vlakbij. Je moest een hotel boeken in Roses, en vervolgens een vijftiental kilometer rijden langs een moeilijke, bochtige, onverlichte weg door een bergachtig gebied langsheen de kust. Je moest het als het ware verdienen om er te gaan eten. Maar die rit was toen klein bier vergeleken met de inspanningen die je tien later moest doen om er een tafel te kunnen boeken. Nu is elBulli zelfs voor enkele jaren gesloten.

De aankomst aan het restaurant alleen al was een beloning op zich: elBulli is uitzonderlijk mooi gelegen aan een verlaten baai met uitzicht op de zee. Ik herinner me mijn verbazing toen ik binnenkwam, in de eerste plaats omwille van de informele vriendelijkheid en hartelijkheid waarmee we onthaald werden, een verademing vergeleken met de stijve en vaak kille ontvangst die je te beurt viel in het doorsnee Franse sterrenrestaurant. Eten mag een plezier zijn, die trend had men hier duidelijk opgepikt. Nog verrassender was het feit dat geen enkele tafel gedekt was. En dan bedoel ik: totaal niet gedekt. Geen bord, geen glas, geen bestek, geen servet. Niets. Alleen een bordeauxkleurige nap. Later zouden we begrijpen waarom: voor elk gerecht was er een andere manier voorzien om het op te eten, de presentatie en het tafelmateriaal maakten integraal deel uit van het gerecht. Soms moest je ook gewoon je handen gebruiken. Of soms helemaal niets: het gerecht werd dan rechtstreeks op je tong gelegd.

Maar eerst werd, nog vòòr het aperitief, in het midden van de lege tafel een krachtig statement neergezet: een vaas met daarin vier kippenpoten (één voor elk). Ze staken omgekeerd in de vaas, met de klauwen in de lucht, als bizarre bloemen.

"Ze zijn eetbaar", werd ons gezegd, waarna we ze voorzichtig uit de vaas namen en aan een visuele en olfactorische inspectie onderwierpen. Eén van ons durfde erin te bijten: de textuur bleek verrassend bros te zijn, zoals chips, en de smaak was onmiskenbaar die van een krachtige kippenbouillon. Het waren dus geen echte kippenpoten, ze waren "afgebroken en heropgebouwd", waarbij ze een nieuwe textuur hadden gekregen en een smaak die weliswaar op kip was gebaseerd maar bijzonder zuiver, intens en expressief was. Dit was mijn eerste ervaring met de zogenaamde "deconstructie" van de moleculaire keuken. Daar kregen we verderop in het menu nog voorbeelden van, zoals "Rice Krispies" van schaaldieren. Of koekjes die op de amandelkoekjes van Jules Destrooper leken, maar integraal van bospaddenstoelen waren gemaakt en daar ook naar smaakten. Ik herinner me ook een enorme "suikerspin", die uit ganzenlever bleek geweven te zijn.

Telkens was de verrassende textuur het eerste dat opviel, en het feit dat het niet smaakte naar wat je meende te zien. Maar als je aandachtig proefde, merkte je ook dat de smaken ongewoon zuiver en intens waren. Dat is een kenmerk van de moleculaire keuken dat te weinig werd en wordt belicht. "Moleculair" doet aan artificiële smaken denken, terwijl net naar het omgekeerde wordt gestreefd: door een wetenschappelijke benadering kan je de zuivere smaak van de ingrediënten beter bewaren en zelfs versterken. Hetzelfde geldt voor het gaar worden van ingrediënten: wie dit wetenschappelijk aanpakt in plaats van "op het gevoel", kan het ideaal van de perfecte *cuisson* bereiken. Maar over deze zaken werd, zeker in de beginjaren, nauwelijks gesproken. Iedereen had het over de spectaculaire kant van de moleculaire keuken: de hoogst ongewone combinaties van ingrediënten en de verandering van texturen. Zo sprak iedereen al gauw van de "espuma", het resultaat van een techniek waarbij je zowat elk ingrediënt kan transformeren tot een luchtige mousse. Dat was het eerste succesnummer van Ferran Adrià waarmee koks in andere landen begonnen te experimenteren toen hij er al mee was gestopt. Dat leidde tot een overdaad aan "espuma's", waarmee ook het idee in het leven werd geroepen dat de moleculaire keuken bedoeld was voor "mensen zonder tanden".

In elk geval had ik elBulli ervaren als een unieke belevenis. Ik viel er van de ene verrassing in de andere verrukking. Als een klein kind raakte ik niet uitgekeken en uitgeproefd. Het was culinair vuurwerk.

Toen al bestond een menu bij elBulli uit een veertigtal creaties, die in een gestadig tempo aangevoerd werden. Je proefde er zodanig veel dat je het onmogelijk kon onthouden. Het was ook ondoenbaar om - zoals voor een gebruikelijk menu - de gerechten te ontleden en de ingrediënten thuis te brengen. Het was niet zomaar "lekker en gezellig gaan eten": je werd voortdurend geprikkeld en uitgedaagd. Een vriend-foodie noemde het een eerder intellectuele dan culinaire belevenis. Daar is wel iets van: je was constant aan het nadenken over wat je aan het eten was, je praatte er ook voortdurend over met je tafelgenoten. Een diner bij elBulli was als een bezoek aan een expositie, maar dan van culinaire kunst. Geen wonder dat Adrià later zou uitgenodigd worden op de internationale kunstbeurs Documenta in het Duitse Kassel. Adrià een kunstenaar? Absoluut.

Met al die internationale media-aandacht voor één persoon werd wel eens vergeten dat in Spanje ook andere jonge chefs opstonden en baanbrekend culinair werk leverden, zonder daarom de meester zelve te imiteren. Ik heb nogal wat vliegtuigtickets richting Spanje besteld in die periode.

Er waren zelfs koks die Ferran Adrià vòòr waren. Zo moeten ze in Spaans Baskenland raar opgekeken hebben toen elBulli plots werd uitgeroepen als het boegbeeld van de Spaanse culinaire vernieuwing. Een aantal chefs was hier immers al zo'n dertig jaar geleden met een "culinaire revolutie" begonnen. Toen Spanje nog geen enkele reputatie had op culinair vlak, en bekend stond voor zijn zware rurale keuken, slaagde Juan-Mari Arzak er als eerste Spaanse kok in om een Michelinster te veroveren. Waarom precies in Baskenland? De nabijheid van Frankrijk (amper twintig kilometer verderop) speelde ongetwijfeld een rol.

De vernieuwing kwam toen echt op gang. Restaurants als Arzak, Akelare en Zuberoa – allemaal in en rond San Sebastian – waren pioniers, maar worden vandaag al tot de oude garde gerekend. Jongere chefs raakten gemotiveerd door hun succes, en gingen steeds vernieuwender te werk. Frankrijk diende daarbij niet meer als referentie: er werd een heel eigen stijl en visie ontwikkeld.

Martin Berasategui is een van de grote ambassadeurs van de culinaire vernieuwing in Baskenland, en in heel Spanje, geworden. Hij begon in het restaurant van zijn ouders, in het oude stadsgedeelte van San Sebastian. Negen jaar later zette hij de stap naar een eigen restaurant in het nabijgelegen Lasarte-Oria, waar hij met een keukenbrigade van dertig mensen de meest verwende papillen in vervoering brengt. Berasategui gaat minder ver dan Ferran Adrià, maar veel verder dan de meeste Franse koks. Toch sleepte hij drie Michelinsterren in de wacht: in Spanje waren de inspecteurs blijkbaar minder conservatief dan in Frankrijk. De productkennis van Berasategui, zijn gevoel voor smaakcombinaties en zijn organisatie en timing zijn onovertroffen: dit is gastronomie op het hoogste niveau, tegelijk hypereigentijds, verrassend en vederlicht. Ik at er venkel - rauw, vloeibaar en in sorbet - geserveerd met "kaviaar van tomaat" en garnalen van Motril: een schitterend en verfijnd gerecht, met een uiterst precieze smaakdefinitie. Daarnaast ook octopus in een gelatineuze jus van zeespin, met een mousse van octopus en een luchtig schuim van rode paprika: het gerecht bevatte verrassend weinig ingrediënten, maar creëerde een zeldzaam intense smaakervaring. Jaren later zou ik, geheel toevallig, met Martin Berasategui aan tafel zitten in De Librije in Zwolle, waar de grote Nederlandse vernieuwer Jonnie Boer kookt. Berasategui spreekt goed Frans en dus hoopte ik met hem uitgebreid van gedachten te wisselen over allerhande culinaire kwesties. Maar koks willen ook wel eens over iets anders spreken, en Berasategui was voornamelijk geïnteresseerd in het feit dat ik Belg was, net zoals ... Eddy Merckx. Hij bleek een groot wielersfanaat te zijn, en vertelde honderduit over hoe hij in zijn jeugd de legendarische duels tussen zijn landgenoot Luis Ocaña en Eddy Merckx had gevolgd. "Un grand champion", zei hij meermaals bewonderend.

Toen ik nadien nog eens naar Baskenland reisde omdat ik weer eens niet kon weerstaan aan de drang naar een schitterende maaltijd, had ik voor Berasategui een pas verschenen biografie van Eddy Merckx meegebracht. Het boek was persoonlijk gesigneerd door Merckx, daarvoor was ik speciaal naar zijn fietsenbedrijf gereden. Martin Berasategui was daar zo blij mee dat hij mij na het diner kwam zeggen dat ik had gegeten op uitnodiging van de chef.

Een andere buitengewone ontmoeting in Baskenland was die met Andoni Luis Aduriz, de jonge kok van Mugaritz, een restaurant dat nu een plaats bij de beste ter wereld heeft veroverd (en begin 2010 helaas zwaar beschadigd werd door een brand). Ik herinner me nog altijd de twee kleine briefjes die ik op de tafel zag liggen toen ik aanschouf. Op het ene stond: "150 minuten om u te laten gaan. Om te ruiken, te dromen, te ontdekken." Op het andere: "150 minuten om u te verzetten. Om kwaad te worden, ongeduldig te zijn, om af te zien."

De toon was meteen gezet: Aduriz brengt een eigenzinnige keuken die voor- en tegenstanders heeft. Ik vroeg hem toen waarom hij dit doet, en hij antwoordde: "Omdat ik de wereld wil veranderen."

De keuken van Mugaritz is doordacht, uitgebalanceerd en licht. De gerechten zijn vaak ogenschijnlijk eenvoudig. Kleine langoustines met "zachte blaadjes" van de moestuin. Gegrilde baars met gezouten confituur van zeevis en saffraan. Koningskrab gemarineerd in olijfolie met een consommé van kip en gegrilde tarwe. Krokante witte asperge met jonge groentescheuten. Maar wat een harmonie en tegelijk intensiteit in de smaak!

Luxeproducten zijn aan Aduriz niet besteed: als aperitiefhapje geeft hij graag een aardappel gekookt in leem, met een lookmayonaise. "De echte luxe is geen kaviaar of ganzenlever", zei hij daarover, "maar een perfect en gezond gekweekte tomaat."

Productkeuze blijft dus de basis, maar tegelijk wil hij onvoorspelbaar zijn: "Waarom zou je anders uren in een restaurant doorbrengen? Toch niet om weer eens hetzelfde te krijgen als wat je al zoveel keren hebt gegeten?"

Het klonk als muziek in mijn oren. Maar zelfs dan vindt Aduriz dat "een mens niet te lang aan tafel mag zitten". De "150 minuten" van zijn briefjes neemt hij letterlijk: de gerechten verschijnen in een gestadig ritme op de tafel, zonder haast, maar ook zonder te lange wachttijden. Vernieuwing sluit professionalisme niet uit: dat ervaarde ik in vele vernieuwende restaurants in Spanje. Qua keukenorganisatie en discipline hadden ze niets meer van de Fransen te leren.

De grootste revelatie in Spanje was voor mij de flamboyante Quique Dacosta, die in zijn restaurant El Poblet in Denia (aan de Costa Blanca) de pannen van het dak kookt.

Ik was er speciaal naartoe gereisd omdat ik er al zoveel goeds over had gehoord, en het is natuurlijk een risico om al te hoge verwachtingen te koesteren. Maar na afloop waren die verwachtingen ruimschoots ingelost, zelfs overtroffen.

Uit de niet aflatende stroom van verrassende en soms overweldigende zintuiglijke sensaties vermeld ik er hier slechts enkele. Algen in een krachtige bouillon, met *jamòn ibérico*. Een puree van aardappelen en prei, met kiemen, linzen en sesam. (Quique Dacosta heeft in de kelder van zijn restaurant een "veld" van vochtige watten waarin hij kiemen van groenten kweekt, zodat hij ze altijd dagvers heeft.) Een mousse van parmesan met een gelei van vijf soorten basilicum, met daarbij eetbare bloemen, kruiden en pijnboompitten. Een glazen bol met spinkrab en frambozen, in een gelei en een schuim van aloë vera (een plant met heilzame eigenschappen). Een soufflé van bloemkool, aardappel en pastinaak, met Spaanse truffel. En dan de absolute verrassing: een volkomen zilverkleurig gerecht, alsof het in aluminiumpapier was verpakt, dat echter volledig eetbaar was en waarin een oester bleek schuil te gaan. Toen ik in een toestand van gevorderde euforie buitenkwam, had ik hetzelfde gevoel als toen ik voor het eerst bij elBulli had gegeten: dit was culinaire revolutie, en ik had ze live meegemaakt.

Normaal vermijd ik de costa's in Spanje, en zeker de Costa del Sol. Toch reisde ik er naartoe omdat ik absoluut bij Dani García wilde gaan eten, die toen nog in Ronda een restaurant had, Tragabuches genaamd. Hij stond bekend om zijn "deconstructie" van traditionele Andalusische gerechten. Het "ontrafelen" van oude recepten en ze met nieuwe technieken in een eigentijdse vorm opnieuw samenstellen: dat vond ik een bijzonder inspirerend idee. García's keuken en aanpak bekoorden mij zodanig dat ik onmiddellijk terug naar de Costa del Sol vloog toen hij daar een nieuw restaurant opende, Calima, in een stad waar ik normaal nooit een voet zou zetten: Marbella. Bij die gelegenheid ging ik overigens nog eens terug naar Tragabuches, dat overgenomen was door zijn sous-chef Benito Gómez. Ik stelde er vast dat die voor zijn leermeester niet moet onderdoen.

Een grandioze ervaring was ook een avond in El Celler de Can Roca in Girona, waar de gebroeders Roca culinaire geschiedenis schrijven. Enkele jaren voordien had ik in Barcelona al geluncht in het restaurant Moo (van het hotel Omm) dat onder hun

supervisie staat. Maar de ervaring in Girona overklaste dat moeiteloos. Alleen al de architectuur van het restaurant is de reis waard: het oude historische gebouw waarin de ouders met een eenvoudig eethuis begonnen, werd uitgebreid met een splinternieuwe, strakke en eigentijdse constructie. Dat creëert een spannend contrast, en tegelijk is het goed geïntegreerd. Je zou kunnen zeggen dat het symbool staat voor een nieuwe evolutie van de moleculaire keuken: ze slaat een brug naar bepaalde tradities, waardoor een nieuwe boeiende synthese tot stand komt. De gebroeders Roca hebben in ieder geval het pad van de spectaculaire keuken verlaten. Ze brengen, weliswaar met behulp van nieuwe technieken, een haast intimistische keuken, waar met weinig ingrediënten smaakervaringen worden gecreëerd die ik zonder aarzelen klasseer bij de beste die ik ooit heb gehad. Een voorgerecht van kersen en rauwe garnalen zal mij altijd bijblijven: niet zozeer door de verrassende combinatie (want op dat vlak was ik al wat gewend), maar vooral door de schijnbare eenvoud die gepaard ging met een zeldzaam perfecte harmonie en de opperste verfijning. Een keuken om kippenvel van te krijgen.

In het zog van Ferran Adrià en andere vernieuwende koks uit Spanje werden nieuwe keukentoestellen ontwikkeld om al deze culinaire hoogstandjes te kunnen uitvoeren. In Barcelona werd de firma "International Cooking Concepts" opgericht, die zich tot doel stelde de creatieve ideeën van koks technisch mogelijk te maken.

Het begon met het toestel om *espuma* te maken: een onder druk gezette sifon.

Daarmee kon je de meest verscheiden ingrediënten opkloppen tot een luchtig schuim: groenten en vruchten, kruiden, kaas, koekjes, tot zelfs vis en vlees. Het idee kwam van Ferran Adrià en veroverde in recordtempo de wereld. Elke zichzelf respecterende kok wilde nu ergens een *espuma* in een gerecht verwerken, liefst van een ingrediënt dat nog niemand had gebruikt. De sifon werd gemeengoed, en op de duur verbaasde je er als kok niemand meer mee.

Al snel na Ferran Adrià lieten de gebroeders Roca van zich horen. Zij liggen aan de basis van het geperfectioneerde koken op lage temperatuur. Daardoor verliezen ingrediënten geen vocht meer. Het aroma en de smaak blijven behouden en worden zelfs versterkt. En de textuur blijft intact (zelfs na lange gaartijden).

Als je op een fornuis of in een oven op lage temperatuur kookt, riskeer je bacterievorming. De temperatuur is ook niet overal exact gelijk. Vandaar dat Joan

Roca de techniek van het vacuümkoken ontwikkelde, samen met Narcis Caner van het restaurant La Fonda Caner, ook uit de provincie Girona. Het toestel dat daaruit voortkwam, werd "Roner" genoemd: een samentrekking van de namen van de twee uitvinders, Roca en Caner.

Het procédé lijkt simpel. Een product (vlees, vis, groenten, fruit ...) wordt, samen met de gewenste kruiden, vacuüm getrokken in een kookzakje. Dat wordt in de Roner in een "warmwaterbad" gelegd. Vervolgens worden de temperatuur en de gaartijd ingesteld. Het doet denken aan de klassieke *bain marie*, met dat verschil dat de temperatuur veel lager kan, en bovendien met uiterste precisie behouden blijft over heel het watervolume. De resultaten zijn frappant. Vlees kan gedurende lange tijd garen zonder dat het uiteenvalt of uitdroogt, terwijl de smaak intenser wordt. Vis wordt perfect beetgaar, zowel aan de oppervlakte als binnenin, en behoudt al zijn sappigheid en aroma's.

Maar ook dit toestel - net zoals de sifon - werd op de duur overmatig en ondoordacht gebruikt. Stilaan bleek dat bepaalde ingrediënten er toch niet bij gebaat waren, en dat hiervoor andere technieken beter geschikt bleven.

Ook andere Spaanse koks lieten zich gelden. In samenwerking met de Universiteit van Valencia ontwikkelden Javier Andrés en Sergio Torres een toestel onder de naam Gastrovac. Het gaat eveneens om vacuümkoken, maar kookzakjes zijn overbodig: alle zuurstof wordt uit het toestel zelf weggetrokken. Daardoor kan je niet alleen op lagere temperatuur koken, maar ook frituren (op bijvoorbeeld 90°). Het gevolg is dat de olie niet meer verbrandt, en dat zowel de smaak als de voedingswaarde van het gefrituurde ingrediënt behouden blijven. Daarnaast laat de Gastrovac toe om ingrediënten beter en sneller te impregneren in een vloeistof. Bij de terugkeer van een zuurstofvrije omgeving naar een normale situatie absorberen ingrediënten immers het hun omringende vocht: het resultaat is het behoud van hun textuur en een concentratie van smaak die met de klassieke marinade of maceratie niet mogelijk is.

De golf van culinaire creativiteit in zijn land stimuleerde ook de pionier Ferran Adrià opnieuw. In elBulli introduceerde hij de Teppan Nitro, een variant op de Japanse Teppan Yaki bakplaat, maar in plaats van de ingrediënten kort langs beide zijden te bakken, worden ze kort bevroren.

Toen ook Vlaamse koks in de ban raakten van de "Spaanse golf", ging dat gepaard met de import van deze toestellen. Er ontstond een "harde kern" van restaurants die de echte voortrekkers en adepten van de culinaire vernieuwing bij ons waren of werden, geografisch goed verspreid over Vlaanderen: onder meer Het Gebaar en De Godevaart in Antwerpen, In De Wulf in Dranouter, De Jonkman, Ter Leepe en Hertog Jan in Brugge, Clandestino in Haasdonk, C-Jean in Gent, De Pastorale in Reet, 't Zilte in Mol, L'Air du Temps in Eghezée, Li Cwerneu in Huy, Nuance in Duffel, Cuchara in Lommel.

Zelfs in traditionele restaurants braken deze toestellen door, hoewel ze daar omzichtiger gebruikt werden, terwijl andere restaurants er hun hele keuken op baseerden.

Ik maakte er in die periode een reportage over, en sprak toen met kok Gert De Mangleer van Hertog Jan, die pas zijn nieuwe keuken - volledig zelf uitgetekend - had geïnstalleerd. Daarbij had hij resoluut voor vernieuwend materiaal gekozen, zij het niet altijd uit Spanje. Het ging onder meer om de Teppan Yaki bakplaat, de inductiewok, de PacoJet, de Thermomix (een blender die tegelijk verwarmt zodat je er mooie emulsies en mousses mee verkrijgt), de Bamix (een staafmixer met zeer hoog toerental om ultra-luchtige emulsies mee te kloppen), en een hypergevoelige balans om tot op de gram te wegen.

"De bedoeling was om van bij het begin toonaangevend te zijn", zei hij, "Maar respect voor het ingrediënt blijft voor mij het belangrijkste. Ik wil dat ingrediënt zodanig bereiden dat het herkenbaar blijft. Ik streef dus niet naar spektakel, ik ben nog niet eens naar elBulli geweest. Wel baseer ik mijn keuken op contrasten tussen mals en krokant, warm en koud, zoet en zuur, terroir en modern, en daar helpen die toestellen bij. Eigenlijk gebruik ik ze vooral om accenten te leggen, verrassingseffecten te creëren. Maar in het algemeen streef ik naar puurheid en evenwicht."

Over de Roner zei hij: "Ik doseer het gebruik ervan, anders wordt mijn keuken te eenvormig. De Roner is wel geniaal voor de zogenaamde minderwaardige stukken vlees, zoals de nek en de kaak. Door de lage temperatuur kan je die boterzacht maken, terwijl je toch de textuur, de voedingsstoffen en de sappen bewaart, en bovendien een ongekennde smaakintensiteit bereikt. Maar het is zeker niet de beste oplossing voor alle ingrediënten."

De Mangleer gaf daarmee al zeer vroeg iets belangrijks aan: dat de techniek op zich waardeloos is indien je ze niet inzet in functie van een culinaire visie.

Aanvankelijk was het enthousiasme over deze toestellen zo groot, dat ze te pas en te onpas gebruikt werden. Dat merkte je in het bord: het technische spektakel primeerde, er was te weinig samenhang, ziel, emotie.

Pas nadien, en stilaan, evolueerde de moleculaire keuken van een keuken waar het technische spektakel benadrukt werd, naar een keuken waar de technieken naar de achtergrond verdwenen en in dienst gingen staan van het versterken van de zintuiglijke emoties rond het eten (kijken, ruiken, proeven).

Ook bij elBulli was dat zo. Toen ik tien jaar later terugging, was het verschil opvallend. Er was geen techniek meer, ze was opgegaan in pure culinaire poëzie.

5. De kok is kwaad

Twee maanden na de start van de restaurantrubriek gaf ik voor de eerste keer 1 bordje: het was meteen alle hens aan dek. Tot overmaat van ramp ging het om een nieuw restaurant - Cospaia genaamd - dat zich aankondigde als "a food concept by Jean-Pierre Bruneau", een van onze nationale sterrenchefs en troetelkok van Michelin en GaultMillau.

Ik was bijzonder ontgoocheld over de povere kwaliteit die ik voorgeschoteld kreeg, en had het in mijn bespreking over een "veredelde traiteurkeuken" en "opgewarmde kost". Dat er duidelijk zoveel geld werd gependeed aan het luxueuze decor, terwijl de vis onfris rook, stuitte mij tegen de borst.

De initiatiefnemer Jan Tindemans, een man waarvan werd gezegd dat hij internationale horeca-ervaring had, liet zijn advocaat een boze brief sturen, zowel naar mij als naar De Standaard. Hij dreigde met schadevergoeding. Peter Vandermeersch, die zulke dingen kennelijk gewend was, liet mij weten dat zijn echtgenote toevallig ook in Cospaia was gaan eten, en dat zij al even ontgoocheld was. Hij liet de juridische dienst van De Standaard een brief terugschrijven. Voor hem was de zaak daarmee gesloten.

Jan Tindemans belde mij nadien echter op en nodigde mij in zijn restaurant uit voor een lunch in het gezelschap van Jean-Pierre Bruneau. De gebiedende toon stond mij evenwel niet aan. Bovendien zag ik het als een valstrik: natuurlijk zou men voor die lunch zijn uiterste best doen en mij vervolgens vragen wat er nu precies fout was. Ik stelde voor dat Jan Tindemans en Jean-Pierre Bruneau naar mijn kantoor in mijn reclamebureau in Brussel kwamen. Aldus geschiedde.

Jan Tindeman stak meteen van wal: "Ik ben bijzonder kwaad."

Ik zette mij schrap, nam mij voor om niet voor hem onder te doen, en zei: "Mijnheer Tindemans, ik ben degene die kwaad moet zijn. Ik heb die avond veel geld betaald. En ik heb daar niets voor in de plaats gekregen. Ik voel me bestolen."

Tindemans wees er mij op dat Jean-Pierre Bruneau bij Cospaia betrokken was: "Hij is toch niet de eerste de beste!"

Hoewel ik allang geen fan meer was van Bruneau, betuigde ik mijn respect voor zijn vakkennis. Maar als ik even doorvroeg over de precieze aard van zijn betrokkenheid, bleek die allerm minst duidelijk te zijn. Wat betekende "a food concept by Jean-Pierre Bruneau"? Stond Bruneau zelf aan het fornuis? Maakte hij de gerechten die vervolgens in het restaurant werden afgewerkt? Stelde hij de recepten op waarna die door anderen werden uitgevoerd? "Superviseerde" hij de keuken? En zo ja, hoeveel keer per dag of per week of per maand kwam hij ter plaatse?

Ik kreeg daarover geen duidelijke antwoorden, wellicht omdat die duidelijkheid er niet was. Bruneau zelf zat er tijdens het gesprek trouwens stil en onwennig bij.

De trend om namen van bekende chefs te koppelen aan restaurants was vooral in het buitenland al een hele tijd aan de gang, en heeft sindsdien nog uitbreiding genomen. Soms heeft de chef hierbij een zekere rol in de operationele gang van zaken. Maar evenzeer gaat het soms om een louter publicitaire operatie waarbij de chef een honorarium krijgt voor het gebruik van zijn naam. Ik vermoed dat dit het geval was bij Cospaia. De naam Bruneau zou niet veel later trouwens geruisloos worden verwijderd.

Het gesprek draaide niet uit op ruzie. Langs beide kanten werden de standpunten en argumenten duidelijk geformuleerd. We namen hoffelijk afscheid.

Van de advocaat van Jan Tindemans hoorde ik niets meer. (Intussen is Jan Tindemans overleden, nvda.)

De tweede keer dat ik één bordje toekende, was het weer prijs: deze keer kwam er een boze brief uit Sint-Kwintens-Lennik, een dorp in hartje Pajottenland. Daar hadden de eigenaars van de bekende taverne 't Krekelhof een trendy brasserie geopend. Dat was in landelijke gebieden een recent fenomeen en vond ik daarom een bespreking waard. Ik kwam echter van een kale reis thuis: de versheid en de bereidingswijze lieten te wensen over. Eigenaar Frank Dehandschutter kroop in de pen en verweet mij een vooroordeel te hebben tegenover de culinaire cultuur op het platteland. Het leek wel alsof ik dacht dat je alleen in grote steden goed kan eten, zo insinueerde hij.

Dat vond ik een merkwaardige argumentatie en ik besloot de man op te bellen, die mij meteen op een scheldtirade onthaalde. Uiteindelijk kreeg ik toch de kans om mijn recensie punt voor punt toe te lichten en omstandig uit te leggen wat er precies fout was. Later zou ik meermaals vaststellen dat - eens de emotie gepasseerd is - zulke

gedetailleerde uitleg wel gewaardeerd wordt. Ten slotte staat de eigenaar van een restaurant niet noodzakelijk altijd in de keuken. Hij weet niet altijd wat er precies op elk moment van de dag gebeurt, en uit de reacties van klanten kan hij niet altijd opmaken wat ze echt denken. Een recensie van iemand die veel restaurants bezoekt, en een bijhorende argumentatie onder vier ogen, kan een verstandige restauranthouder ook zien als waardevol advies en een aanleiding om zaken te verbeteren.

Zelden heb ik zo goed Italiaans gegeten als in het restaurant Mangia e Bevi in de Lange Nieuwstraat in Antwerpen. Eigenaar was Dario Puglia, en het was zijn moeder, overgekomen uit Italië, die er goddelijk kookte met de beste ingrediënten. Door gezondheidsproblemen moest ze echter afhaken en het restaurant ging dicht. Na een ander culinair initiatief in de Haarstraat dat maar een kort leven was beschoren, vormde Dario het café van het FotoMuseum om tot "bar-ristorante", waar zijn broer Christian in de keuken stond. Ik trok er met hoge verwachtingen naartoe maar het werd een afknapper van formaat. Ik ben zeker niet iemand die snel een gerecht terugstuurt, maar hier liep het echt de spuigaten uit: alles droop van het vet. Ook mijn tafelenote kreeg geen hap door de keel. Een kok die de borden vrijwel onaangeroerd terug naar zijn keuken ziet komen, zou toch minstens geïnteresseerd moeten zijn voor de reden waarom zijn klanten dit doen. Ik diende echter zelf aan de dienst te vragen wat de kok hiervan vond. Ze ging naar de keuken en kwam terug met de korte mededeling dat de kok alles volkomen in orde achtte. De normale prijs werd bijgevolg aangerekend, inclusief de teruggestuurde gerechten. Wat voor mij een reden was om in mijn recensie te schrijven dat - vermits de kok zich verplicht zag de normale prijzen aan te rekenen - ik mij verplicht zag de lezer te melden dat die prijzen hoog waren, gezien het feit dat de geleverde kwaliteit die van een baanrestaurant niet oversteeg. Dario kon er niet mee lachen. Hij belde - in een Italiaanse colère - zowel mij als Peter Vandermeersch op. Omdat ook Vandermeersch goede herinneringen had aan Mangia e Bevi, ging hij nadien zelf in Contrasto eten. Hij liet mij weten dat hij volledig akkoord kon gaan met mijn recensie. Ik vroeg mij af of Dario echt niet wist dat de kwaliteit ondermaats was. Hij moest toch een hoogstaande culinaire opvoeding van zijn moeder hebben meegekregen? Maar de les die ik uit vele jaren tafelervaring trek, is deze: als het echt niet goed is, weten de kok en/of de restauranthouder dat meestal wel. Ze geven het alleen niet toe.

Denk niet dat ik alleen boze reacties kreeg als ik maar één bordje toekende. Er zijn ook koks geweest die twee of zelfs drie bordjes kregen, en daar ontevreden over waren. Toen Luzine openging, het nieuwe restaurant van Jeroen Meus, was ik er snel bij. Ik had het wel voor deze jonge kok met branie. Ik kende hem al van zijn prille debuut in de keuken van restaurant Boardroom in Heverlee, waar hij culinair Vlaanderen verraste met hedendaagse en gedurfde fusiongerechten. Ik ging er vaak met plezier eten. Maar net in die periode brak Jamie Oliver door met zijn hippe kookprogramma's, en dat bracht VTM op ideeën: zou Jeroen niet de Jamie van Vlaanderen kunnen worden? Dat moest men de jonge kok geen twee keer vragen: voortaan ging hij koken in tv-formats. Van het een kwam het ander: je kon Jeroen Meus boeken voor "homecookings" en feestjes, er verschenen kookboeken, hij werd gevraagd door Radio Donna, Vitaya, De Laatste Show, en kreeg zelfs een eigen programma "Plat Préféré". Het moet gezegd: Meus heeft présence op het scherm. Maar van freelance mediawerk alleen verdien je het beleg op je boterham niet. Het is bovendien een onzeker bestaan: van de ene dag op de andere kan een zender beslissen dat het tijd is voor een nieuw gezicht. Jeroen Meus was nog maar 28 toen hij bekend maakte dat hij opnieuw in de keuken ging staan: in zijn eigen restaurant deze keer. De locatie was alvast vernieuwend: de eerste verdieping van de vroegere Marie Thumasfabriek langs de Leuvense vaart. Het interieur, een mengeling van klassiek barok en hedendaags chic, vond ik geslaagd. En het personeel had duidelijke instructies gekregen om het publiek informeel maar met stijl te onthalen. Alles was voorhanden voor een fijne avond. Maar aan de kwaliteit in het bord was nog werk. "Jeroen Meus staat al jaren in de spotlights van de media, en dat schept natuurlijk verwachtingen", schreef ik. "Die werden voorlopig niet helemaal ingelost." De recensie was kritisch maar zeker niet over de hele lijn negatief. Ik meldde ook dat het restaurant nog maar net open was, en dat er wellicht nog een en ander schortte aan de keukenorganisatie. Twee bordjes - een redelijke verhouding tussen prijs en kwaliteit - vond ik een rechtvaardige beoordeling. Maar nog vòòr de recensie in De Standaard Magazine verscheen, kreeg ik Jeroen Meus aan de lijn. "Ik vernam dat je bij mij bent komen eten", zei hij. "Ik ben inderdaad geweest", zei ik. "Je was trouwens aanwezig in de zaal."

"Ja, maar we kennen elkaar alleen van de telefoon, niet?"

Ik herinnerde me nu dat hij mij inderdaad nog vòòr de opening van zijn restaurant had opgebeld. Hij had mij toen allerhande vragen gesteld over hoe ik werkte en welke criteria ik hanteerde, en had daarbij laten uitschijnen dat het research betrof voor een nieuw culinair programma. Ik had er verder geen aandacht meer aan geschonken, maar het begon mij nu te dagen dat het misschien research was geweest voor zijn eigen nieuw restaurant.

"Hoe weet je dat ik ben komen eten?" vroeg ik.

Hij antwoordde daar niet echt op, mompelde vaag iets over "contacten". Ik nam aan dat mijn kredietkaart een rol had gespeeld.

De hamvraag weerklonk nu: "Hoeveel bordjes ga je mij geven?"

"Het aantal bordjes deel ik eigenlijk nooit op voorhand mee", zei ik. "Ik kan je wel zeggen dat de recensie kritisch zal zijn, maar niet echt negatief."

"Dus ook niet positief?"

"Nee, niet volledig positief."

"Dus twee of drie bordjes?"

"Daar zal het wel op neerkomen."

Voorlopig leek Jeroen Meus daar vrede mee te nemen. Maar twee dagen later belde hij mij opnieuw op.

"Ik zou toch eigenlijk wel exact willen weten hoeveel bordjes je mij gaat geven", zei hij.

"Jeroen, als ik daarmee begin, dan gaan er nog anderen beginnen te telefoneren op voorhand."

"Jamaar, weet je wel hoe belangrijk dit is voor mij? Dit is mijn eerste eigen zaak, mijn broodwinning, het is belangrijk voor mij dat dit lukt."

Het spelen op de sentimenten is altijd een goede manier om informatie los te krijgen.

Jeroen gaf niet op: "Je gaat mij toch niet al de grond inboren vòòr ik de kans heb gekregen om mij echt te bewijzen? We zijn nog maar net open. Alles staat nog niet op punt."

Ik argumenteerde dat hij toch wel de volle prijs aanrekende, ook in de begindagen wanneer alles nog niet op punt stond.

Op zijn aandringen overliep ik het menu dat ik had genomen, en ik gaf daar mijn commentaren bij. Onder meer had ik het over langoustines die droog en vlokkig waren, een gevolg van een ontoereikende kwaliteit of van een slechte bakwijze. "Verdomme", vloekte hij, "Ik had het nog aan mijn leverancier gezegd: die langoustines waren inderdaad niet de gewenste kwaliteit. Maar wat moet je daar aan doen als je ze 's morgens krijgt en je restaurant moet 's middags en 's avonds open zijn?"

En zo ging het gesprek verder, ik had er mijn nota's van die avond bijgenomen en ging er in detail met hem door.

"Maar hoeveel bordjes zijn dat dan?" vroeg hij opnieuw.

Hij bleef daar maar over doorzagen, wilde de hoorn niet afleggen en ikzelf wilde het gesprek niet eenzijdig afbreken.

Uiteindelijk konden we de conversatie toch beëindigen, maar - dat had ik verwacht - na de verschijning van de recensie hing hij weer aan de lijn. Uiteraard vond hij twee bordjes te weinig. Hij hoopte dat ik nog eens zou terugkomen, en dan ook de score zou aanpassen als het verbeterd was.

Maanden later, in een interview met De Morgen, haalde hij uit naar "de recensent van De Standaard die bij hem was komen eten" en die zich volgens hem arrogant had gedragen en zijn personeel had geschoffeerd. Dat was een flagrante leugen, ik gedraag mij nooit zo in een restaurant. Maar ik vergeef het deze jonge keukenschelm. Nog later belde hij trouwens weer op. Hij had een nieuw menu klaar en wilde dat ik eens kwam proeven, "geheel vrijblijvend". Hij wilde gewoon mijn mening kennen en daaruit leren. Andere recensenten hadden dat ook gedaan, zei hij. Ik ben er niet op ingegaan.

Toen ik enkele jaren later op het vliegtuig naar Stockholm zat om te gaan eten bij enkele Scandinavische topkoks, zat Jeroen Meus met een filmploeg op dezelfde vlucht. Ik merkte dat ik er nog altijd in geslaagd was om mijn anonimiteit te bewaren. (Of wist hij intussen wel hoe ik eruit zag en deed hij alsof?) We zijn elkaar in Scandinavië niet meer tegengekomen, kennelijk had hij andere plannen dan ik.

Sommige koks vinden zelfs drie bordjes niet voldoende, zoals Viki Geunes van 't Zilte in Mol. Toevallig dineerde ik daar op een avond met de toenmalige hoofdredacteur van De Standaard Magazine, Filip Salmon, en gezien de grote

reputatie van deze chef, waren we beiden nogal ontgoocheld. Mijn bespreking was dan ook kritisch, wat Viki Geunes niet kon appreciëren. Toen mijn boek "Vier bordjes" verscheen, met daarin alle restaurants die tijdens de voorbije jaren drie en vier bordjes hadden gekregen, belde hij de uitgever op met de mededeling dat hij ons verbood om zijn naam in het boek te vermelden. Juridisch had hij geen been om op te staan, maar we hebben de recensie zonder probleem uit het boek verwijderd. Er zijn goede restaurants genoeg. Het toont wel aan hoe koks steeds meer bezig zijn met hun eigen public relations en reclame. Net zoals merken houden ze hun imago zorgvuldig in het oog. Daarover verder meer in dit boek.

Koks zijn in het algemeen nogal snel op hun tenen getrapt. Dat komt omdat ze iets creëren dat ze als heel persoonlijk ervaren, en waar ze bovendien dag en nacht mee bezig zijn. Ze vinden kritiek eigenlijk zelden terecht. Ze lezen en onthouden ook altijd dat ene zinnetje dat negatief is of dat ze negatief interpreteren.

Nadat hij zijn sterrenrestaurant De Matelote had gesloten, was kok Didier Garnich met een heel eenvoudige formule van "eten aan de toeg" begonnen, onder de naam Gin-Fish. Hij vertelde in een interview met De Morgen dat ik had geschreven dat Gin-Fish niet meer was dan een veredelde frituur. Dat verraste mij, ik meende mij immers te herinneren dat ik daar zeer goed had gegeten (zij het nogal duur) en dat ik dat ook had geschreven. Ik herlas daarom mijn recensie en vond de zin terug waarop hij doelde: "Gin-Fish is klein en ziet eruit als een veredelde frituur." Ik had het dus alleen over het *uitzicht* van zijn nieuwe eethuis gehad. Maar Garnich had blijkbaar gelezen (of onthouden) dat Gin-Fish "niet meer is dan een veredelde frituur". Dat is natuurlijk iets geheel anders.

Over de chef van Het Gebaar, Roger Van Damme, schreef ik ooit dat hij zijn verleden als patissier niet kon verbergen: hij verwerkte in zijn gerechten vaak een onnodige zoete toets (wat mij later overigens ook zou opvallen bij een van zijn leerlingen, Jan Tournier van het eethuis Cuchara in Lommel). Zeker vier jaar later ontmoette ik Roger Van Damme toevallig tijdens een diner met gemeenschappelijke vrienden: het was het eerste waarover hij mij aansprak. Uit de recensie die voor het overige lovend was, en die ik drie bordjes had gegeven, had hij alleen dat ene zinnetje onthouden.

Een wel zeer merkwaardige reactie kwam van kok Jürgen Gaens van Jürgen Eetboetiek in Hasselt. Die was al boos over het feit dat ik was komen eten zonder het te melden. Toen de fotograaf enkele dagen later langskwam om een foto te nemen, werd hij aan de deur gezet. De "eetboetiek" werd dan maar van de buitenzijde gefotografeerd. Ik vroeg mij af waarom hij zo reageerde. Was hij niet zeker van zijn zaak? Wist hij dat hij nogal zuinig was op de porties, en dat de prijs bijgevolg nogal hoog was voor wat hij aanbood? Zulke zaken weet je immers als kok. "De porties zijn opmerkelijk klein", schreef ik. "Ik ben zelf een kleine eter en ging toch met honger van tafel." Ik gaf twee bordjes. Maar geen boze brief of telefoon deze keer.

Kok Bart De Pooter van De Pastorale was zelfs twee jaar na datum nog altijd kwaad over een kritische bespreking van zijn restaurant. Dat ervaaarde ik op een avond toen ik uitgenodigd was door champagneproducent Nicolas Feuillatte die mij haar gamma wilde laten proeven bij een aangepast diner. Bart De Pooter overtrof die avond zichzelf: het werd een culinaire belevenis op topniveau. Toen hij na de maaltijd zijn klanten kwam groeten aan de tafels, feliciteerde ik hem daarmee. Hij reageerde echter kribbig en nors, en begon opnieuw over mijn bespreking van twee jaar geleden. Hij suggereerde zelfs dat hij mij niet had binnengelaten, indien ik niet was uitgenodigd geweest door Nicolas Feuillatte. De bespreking in kwestie dateerde van een periode waarin Bart De Pooter plannen had om een restaurant in Hong Kong te openen, op vraag van een rijke hoteleigenaar (het project ging uiteindelijk niet door). Hij had toen ook een nieuwe souschef aangeworven, die de ambitie mee moest helpen waarmaken. Zat De Pooter al met zijn hoofd in Hong Kong? Kon de souschef het niveau niet aan? In elk geval had ik een teleurstellende ervaring in De Pastorale. Ik schreef dat dan ook naar waarheid neer, maar vermeldde er wel bij dat dit ongewoon was voor Bart De Pooter, die ik nog altijd een topkok vind. Gezien de hoge prijzen die je in De Pastorale betaalt, gaf ik toen een score van twee bordjes, wat staat voor een redelijke prijs-kwaliteitverhouding. Vooral dat was bij de De Pooter in het verkeerde keelgat geschoten. Het zat er twee jaar later kennelijk nog altijd in.

Bij boze reacties is voor een culinair recensent één zaak zeer belangrijk: je moet voor jezelf weten dat je recht in je schoenen staat, en dat je kan argumenteren waarom je kritiek had. Belangrijk is ook de steun van de hoofdredactie. Ik kan mij voorstellen

dat een recensent zonder die steun makkelijker zou overwegen om zich in het vervolg terughoudender op te stellen.

Toch hebben we intern bij De Standaard enkele keren van gedachten gewisseld over het nut van negatieve recensies. Je kan je als krant immers de terechte vraag stellen waarom een lezer de restaurantrubriek leest: om te weten waar hij nièt of waar hij wèl moet gaan eten?

Het logische antwoord is natuurlijk: "Om te weten waar hij wèl moet gaan eten."

Dat zou dan betekenen dat een restaurantrubriek zich beperkt tot het bespreken van de goede restaurants, terwijl de slechte niet vermeld worden. Een keurige politiek die sommige media trouwens volgen.

Maar ook die politiek roept vragen op. Zoals: welke waarde heeft een positieve beoordeling nog als alle besprekingen positief zijn? Welk effect heeft dat op de algehele geloofwaardigheid van de rubriek? En meer praktisch: wie betaalt dat slechte restaurant dan dat je niet mag bespreken? Is de recensent of het medium bereid om die kost te dragen? Wellicht niet. Wie moet die kost dan wel dragen? Er schiet maar één partij meer over: het restaurant zelf. Dan kom je al gauw in het straatje van de schimmige afspraken terecht: "Ik zal uw restaurant niet bespreken als ik niet hoeft te betalen." Waar eindigt dat?

Zo logisch en eenvoudig is het dus niet om "alleen de goede restaurants" te bespreken. Er zijn namelijk niet alleen goede restaurants. Wat moet je bijvoorbeeld doen als er een *nieuw* restaurant is opengegaan en als dat tegenvalt? Als je alleen de goede restaurants bespreekt, dan kan je dat nieuwe restaurant niet vermelden. Bijgevolg lijkt het alsof je niet op de hoogte was van de opening. Terwijl andere media er wel melding van maken, omdat zij bijvoorbeeld gekozen hebben voor de politiek om geen duidelijk oordeel te vellen.

Principieel ben ik het eens met de stelling dat lezers in de eerste plaats willen weten waar ze wèl moeten gaan eten. Ik streef dan ook naar meer positieve dan negatieve besprekingen. Toch heb ik gemerkt dat lezers vaker en - hoe contradictorisch ook - positiever reageren op een negatieve recensie. Ze houden kennelijk van een "duidelijk standpunt", het verhoogt hun algemene vertrouwen in de rubriek (en bijgevolg ook in de positieve recensies), en - jawel - ze willen ook wel graag weten waar ze hun geld zeker nièt moeten uitgeven. Restaurantbezoek is duur. De meeste mensen willen op voorhand zoveel mogelijk zekerheid dat hun geld goed besteed zal zijn. Misschien is

dat wel de belangrijkste reden om restaurantrubrieken te lezen. Want eens je in een restaurant zit, moet je betalen. Of het nu goed is of niet.

Na een negatieve recensie kreeg ik ook wel eens te horen dat ik geen rekening hield met het feit dat er vaak een gezin van zo'n restaurant moet leven, en dat ik dus eigenlijk broodroof pleegde. Ik kan niet ontkennen dat ik gevoelig ben voor dat argument. Daarom zal ik ook nooit een restaurant afbreken indien ik voel dat de intenties juist en eerlijk zijn, en dat er toevallig fouten werden gemaakt.

Maar staat men er wel eens bij stil dat de klant soms ook beroofd wordt? In de huidige mediahype rond koken verhoogt de druk op de media om eerder de kant van de koks en de restaurants te kiezen. En in dat klimaat kan het merkwaardig overkomen dat iemand nog eens de kant van de klant kiest.

Men vergeet wel eens hoe duur restaurantbezoek wel is voor de meeste mensen. Iemand die pakweg 2.000 € netto per maand verdient (100 € per dag dus), is door één avondje uit in een restaurant (met twee personen) makkelijk méér kwijt dan wat hij de hele dag met werken heeft verdiend.

Vele mensen verdienen niet eens 2.000 € netto per maand. Ze kunnen het zich bijgevolg amper permitteren om uit eten te gaan, en als ze het dan toch doen, worden ze soms nog bedrogen door ondermaatse kwaliteit. Als je een negatieve recensie als broodroof catalogeert, wat is een slechte maaltijd dan? Roof van het zuurverdiende geld van klanten.

Je mag bovendien niet onderschatten hoe gevaarlijk voor de gezondheid een slecht restaurant kan zijn, als er bijvoorbeeld onvoldoende aandacht is voor de versheid van de producten en de hygiëne. Door bacteriën besmet voedsel kan zelfs de dood veroorzaken. Zoals u merkt, is mij dat nog niet overkomen. Maar ik ben wel al ziek geweest van het eten in restaurants. En mijn kinderen ook. Vooral ten opzichte van kinderen zijn restauranthouders vaak nog cynischer dan tegenover volwassenen, ervan uitgaand dat kinderen het toch niet zullen merken. Al vele malen heb ik borden teruggestuurd omdat het eten verdacht rook of omdat vlees of vis onvoldoende gebakken was. Maar af en toe ontsnapte er eens iets aan mijn aandacht, of zaten er bacteriën in het eten die je niet kan ruiken of proeven. Dan vervloekte ik in het holst van de nacht de kok als een van mijn kinderen de hele nacht ziek was en moest braken.

Ik heb geleerd niet al teveel medelijden te hebben met koks die slecht eten serveren. Ze doen dat immers niet onwetend, integendeel: ze weten het maar al te goed. Ze willen minderwaardige restjes eten kwijt, en ze proberen het aan een argeloze klant te slijten.

Koks zijn ook meesters in het vinden van excuses als het eten niet voldeed. "We zijn nog maar net open", hoor je vaak. De organisatie zou nog niet op punt staan, er worden nog fouten gemaakt, het restaurant lijdt nog aan kinderziektes. Maar diezelfde koks - die dus eigenlijk toegeven dat de kwaliteit niet optimaal is - laten hun klanten wel de volle pot betalen. Tijdens de eerste maanden na de opening van de brasserie Midi Station in Brussel werd ongevraagd voor iedereen een korting van 15% toegepast "omdat nog niet alles op punt stond". Dat was de eerste keer dat ik zoiets meemaakte, en ik stelde het bijzonder op prijs.

Dat het restaurant "nog maar net open" is, vind ik ook om een andere reden een zwak excuus voor een ondermaatse maaltijd. Er is namelijk meer kans op een slechte maaltijd naarmate het restaurant *langer* open is. In het begin is de motivatie nog volop aanwezig, iedereen is fris en doet hard zijn best. Maar vaak slijt dat met de jaren. Het is mij meermaals overkomen dat een restaurant in het eerste jaar van haar bestaan perfect presteerde, en na een aantal jaren de drive helemaal kwijt was.

Een ander excuus dat vaak gebruikt wordt, is dat een recensie slechts een "momentopname" is. Wat wil dat eigenlijk zeggen? Dat de restauranthouder of de kok zich het recht toe-eigent om op bepaalde momenten, voor bepaalde klanten dus, minder goed te presteren? Stelt u zich voor dat u een computer koopt, die slecht blijkt te werken. Aanvaardt u dan het argument dat die aankoop maar een "momentopname" is? Of u koopt een blik tomaten van een bekend merk, en de inhoud ervan blijkt niet goed te zijn. Mag de merkfabrikant u dan melden dat het slechts om een "momentopname" gaat?

Indien van de klanten van een restaurant verwacht wordt dat ze moeten rekening houden met "momenten", waarom zouden ze dan veel geld uitgeven in een restaurant gerund door professionals? Dan kan je al beter thuis blijven.

Natuurlijk is het perfect mogelijk en menselijk dat een kok een "slechte dag" heeft, dat de leverancier niet of slecht geleverd heeft, of dat er plots een griep epidemie het

personeelsbestand heeft getroffen. Maar die risico's van het vak hoort de klant niet te dragen: hij betaalt hetzelfde als iemand die de vorige dag of maand is gekomen, en heeft dan ook recht op dezelfde kwaliteit. Ik heb nog nooit een restauranthouder ontmoet die een korting voorstelde omdat hij een "minder goed moment" kende. Zou het excuus van de "momentopname" ook niet verbergen dat de koks het eigenlijk vervelend vinden dat een recensent onaangekondigd en anoniem komt eten? Als een kok zou weten wie er in de zaal zit, zou het "moment" snel veranderen. Eigenaardig genoeg komt een "slecht moment" alleen voor als hij denkt dat er gewone klanten in de zaal zitten, en dan vooral als ze geen vaste klant zijn.

Nu kan ik de boosheid van koks wel deels begrijpen. Ze staan de hele tijd te zweten in hun keuken, dag in dag uit. En dan komt zo'n recensent de benen onder een van hun tafels schuiven, om vervolgens eens te vertellen hoe goed of hoe slecht het wel is. Toch zou ik hen willen verzoeken ook de andere kant van de medaille te zien. Hoeveel KMO's en middenstanders krijgen zoveel gratis reclame als restaurants en koks? Een positieve recensie kan een bijzonder positief commercieel effect hebben, zonder dat men er ook maar iets voor hoeft te betalen. Ik kom uit de reclamewereld en weet maar al te goed hoeveel geld een pagina media-aandacht waard is. Andere bedrijven hebben er veel geld voor over en moeten die pagina dan ook nog eens zelf invullen.

Koks zijn het echter gewoon geworden om opgezocht en gekoesterd te worden door de media. Ze zijn sterren van het moderne entertainment geworden, en tussen media en koks zijn vriendschapsbanden gegroeid. De afstand - nodig om onafhankelijk en kritisch te blijven - is daardoor verkleind.

Als er dan al eens een negatieve recensie verschijnt, wordt dat gezien als een ongehoord doorbreken van de vredelievende verstandhouding. Koks vinden het vandaag niet alleen normaal dat ze gratis media-aandacht krijgen, ze gaan er stilaan ook van uit dat die aandacht altijd positief moet zijn.

6. Geen halve bordjes

"Weet je wat ik goed vind?" zei Peter Vandermeersch. "Dat je geen halve bordjes geeft."

Ik wist wat hij bedoelde: hij hield van duidelijke keuzes. En van een strikt en strak format.

Als GaultMillau Hof van Cleve 19,5 punten op 20 geeft, dan is de logische vraag: waarom net dat halve puntje minder? Van GaultMillau heb ik daar nog geen sluitende uitleg over gehoord.

Het is natuurlijk makkelijker gezegd dan gedaan. Je twijfelt uiteraard soms tussen pakweg 2 of 3 bordjes. Maar als je met halve bordjes begint, ga je dat binnen de kortste keren uit luiheid of besluiteloosheid steeds vaker doen, en gaat de scherpte van het format verloren. Uiteindelijk gaat ook de lezer dit als luiheid of besluiteloosheid ervaren. En als je de lezer niet meer mee hebt, dan kan je de hele rubriek net zo goed opdoeken.

Het verplicht je ook als recensent om zelf geen half werk te verrichten. Dat verwachten we ook van een kok: dat hij geen half werk levert. Vandaar dat een recensie doordacht en onderbouwd moet zijn.

Je hoort wel eens de kritiek dat smaak subjectief is, en de recensie van een restaurant bijgevolg ook. Ik bestrijd dat. Het gaat namelijk niet alleen om smaak. Je houdt als recensent rekening met een hele reeks van factoren: hieronder heb ik er elf opgesomd. Het zijn de factoren waarop ik hoofdzakelijk let en waarop de uiteindelijke beoordeling gebaseerd is. En die volkomen objectief vast te stellen zijn.

1. De versheid van de ingrediënten. Een cruciaal punt. Een restaurant zonder verse ingrediënten kan onmogelijk de score van vier bordjes halen.

2. De kwaliteit van de ingrediënten. Hier gaat het om inherente eigenschappen van de ingrediënten, los van de versheid, die te maken hebben met onder meer herkomst en kweekmethoden. Zo maakt het voor de smaak, de textuur en de gezondheid van een vis een groot verschil indien hij industrieel gekweekt werd of met de lijn gevangen op kleine boten. Voor vlees gelden gelijkaardige verschillen, afhankelijk van het ras van

het dier, de kweekmethode, het voeder dat het heeft gekregen, enz. Ook bij groenten en fruit proef je grote verschillen naargelang van de herkomst, de teeltwijze, het gebruik van sproeistoffen, enzovoort.

3. *De juiste cuisson.* Subjectief is natuurlijk hoe je die als klant wenst: de ene zal een biefstuk *saignant* verkiezen, de andere *à point*. Maar je kan objectief vaststellen of de gevraagde bakwijze werd gerespecteerd.

4. *Wordt er à la minute gekookt of gaat het om opgewarmde kost?* Weerom is dit geen subjectief gegeven: in een keuken waar de bereiding (of althans het belangrijkste deel ervan) op het moment zelf gebeurt (of zo kort mogelijk vòòr het opdienen), vertonen de gerechten meer smaakdefinitie, smaakexpressie, levendigheid en fraîcheur. Vervolgens moeten ze - eens ze klaar zijn - zo snel mogelijk op de tafel van de klant belanden. Gerechten die te lang onder de "salamander" staan te wachten, of die lauw worden opgediend, verliezen een belangrijk stuk van hun voordeel van de bereiding op het moment zelf.

Uiteraard kan geen enkel restaurant alles op het moment zelf klaarmaken. Er worden altijd ingrediënten voorgesneden, voorbereid, voorgekookt, gekoeld, luchtdicht verpakt, ingevroren ...

De zogenaamde "mise en place" (het vooraf klaarmaken en klaarzetten van alle elementen die nodig zijn voor een efficiënte service) is een must in een modern restaurant. De goede restaurants zorgen er evenwel voor dat deze voorbereidingen zo dicht mogelijk bij het moment van opdienen gebeuren. Er is een groot verschil tussen voorbereide ingrediënten die één dag of één week in de koelkast liggen. En het verschil is uiteraard nog groter tussen gerechten die in hun geheel vooraf bereid worden, en gerechten waarvan dat alleen met enkele samenstellende delen gebeurt. Het moment van de "mise en place" is ook afhankelijk van het type ingrediënt. Sommige ingrediënten (zoals fonds voor sauzen) kan men één week vooraf klaarmaken en in porties invriezen, andere vergen een "mise en place" op de dag zelf. De beste koks proberen zich zoveel mogelijk aan een "mise en place" net vòòr de middag- of avondservice te houden, en bepaalde afwerkingen van gerechten doen zij altijd op het moment zelf.

5. *De compositie*. Als een kok verschillende ingrediënten met elkaar combineert, is het uiteraard noodzakelijk dat het geheel een meerwaarde heeft ten opzichte van de afzonderlijke delen. Dat kan een verrassende harmonie zijn, maar ook een boeiend contrast. Er moet in ieder geval iets "gebeuren" in het bord, er moet een samenhang of spanning tussen de ingrediënten gecreëerd worden. Met een muzikale metafoor kan je zeggen dat je moet voelen dat je met een compositie te maken hebt, in plaats van met een opeenvolging van los van elkaar staande muzieknoten.

6. *De creativiteit*. Je gaat ook naar een restaurant omdat je culinair verrast wil worden. Je wil iets eten wat je thuis zelf niet kan klaarmaken, of waar je nog nooit aan gedacht hebt. Dat hoeft niet noodzakelijk te gaan om culinaire acrobatieën. De kok kan zijn creativiteit tonen door een onverwacht accent in een bekend gerecht, of een eigen interpretatie van een klassieker.

7. *De verfijning*. Net zoals bij wijn, is verfijning (of finesse, raffinement) een factor die een extra kwaliteitsgevoel toevoegt. Verfijning kan zich op diverse manieren uiten: in een nobele, zelvende, satijnige textuur van ingrediënten, in een zuivere gedefinieerde smaak, in een beheersing van het algemene vetgehalte in een gerecht. Verfijnd is het tegendeel van boers, slordig, zwaar en vet.

8. *De lichtheid (en gezondheid)*. In een eigentijdse keuken, zeker gezien alle informatie waarover we vandaag beschikken en de voedselcrisis die we al gehad hebben, is het belangrijk dat de kok erop let dat zijn maaltijden licht en gezond zijn. Dit heeft te maken met de reeds vernoemde versheid en kwaliteit van de ingrediënten, en met het vermijden van reeds klaargemaakte gerechten die opgewarmd worden. Maar evenzeer gaat het om het beperken van ingrediënten die in de klassieke Franse keuken vaak gebruikt werden (en worden), zoals boter, room en foie gras. Er bestaan vandaag voldoende kooktechnieken om het gebruik van vet te beperken zonder aan smaak te verliezen, integendeel zelfs, waarbij de oorspronkelijke smaak van de ingrediënten beter behouden blijft (denk bijvoorbeeld aan de eenvoudige techniek van het stomen). Koks horen vandaag ook voldoende aandacht te hebben voor groenten, en voor de verantwoorde kweek daarvan.

9. *De presentatie.* Men zegt wel eens dat alleen de inhoud van het bord telt, maar een andere uitdrukking zegt dat we ook met onze ogen eten. Van een professionele kok verwacht je dat hij aandacht heeft voor minstens een verzorgde presentatie. Als dat visuele aspect bovendien verrassend mooi en/of origineel is, en een meerwaarde geeft aan de culinaire beleving, dan is dat zonder meer een pluspunt. Een echt goede kok heeft daar trouwens altijd oog voor. Een ervaren restaurantbezoeker heeft vaak aan één blik in het bord voldoende om te weten uit welk hout de kok gesneden is.

10. *De wijnkaart.* Eten en drinken gaan samen. En een verfijnde keuken gaat zeker samen met verfijnde wijnen. Mijn ervaring is dat een gebrek aan aandacht voor wijn meestal gepaard gaat met een gebrek aan aandacht voor het eten. Ook voor de wijn is presentatie trouwens belangrijk. Goede wijnglazen zijn een must voor een restaurant.

11. *De prijs (last but not least).* Zeker in het beoordelingssysteem van de bordjes is dit een cruciaal criterium. Als basis hiervoor worden de prijzen van de menu's gebruikt, omdat die het meest constant blijven en het visitekaartje van het restaurant zijn. Een menu is als het ware de beste prijs-kwaliteitsverhouding die een restaurant te bieden heeft. Het is bijgevolg een betrouwbare en vergelijkbare indicator voor het prijsniveau. Vandaar dat ik al jaren een uitgebreide lijst aanleg van voortdurend geüpdate prijzen van menu's (in meerdere gangen). Zo beschik ik over een soort van index, een prijsbarometer, waarbij ik het prijsniveau van een restaurant kan vergelijken met het gemiddelde prijsniveau van restaurants in zijn categorie. Het gaat er dus niet om de allergeodkoopste te zijn, ik vergelijk geen appels met peren. De bedoeling is om te achterhalen wie - binnen de groep van restaurants die een vergelijkbare kwaliteit bieden - de meest competitieve prijzen heeft.

Door die lijst merk ik snel dat een restaurant zich bijvoorbeeld qua prijs meet met de top, terwijl de kwaliteit in het bord zich daarmee niet kan meten. Of omgekeerd: dat een restaurant topkwaliteit biedt, terwijl het qua prijs in de lagere categorieën zit. Op die manier kan je de prijs-kwaliteitsverhouding objectiveren.

Ik heb al gemerkt dat het zeer belangrijk is die prijzen regelmatig te updaten. Want restaurants verhogen hun prijzen meer en vaker dan we denken. Zeker wanneer ze een bepaalde bekroning krijgen (een ster, meer punten, vier bordjes ...), zien ze dat

al gauw als een aanleiding om hun prijzen op te trekken. Op dit thema ga ik verderop in dit boek nog dieper in, met concrete voorbeelden.

Sommige mensen vinden de vriendelijkheid en efficiëntie van de bediening en de algehele sfeer in een restaurant belangrijk. Ik vind dat ook, en daarom besteed ik er in mijn recensies aandacht aan. Maar in de uiteindelijke beoordeling (het aantal bordjes) laat ik het niet meespelen.

De lezer merkt dat een recensie dus lang niet zo subjectief is als wel eens wordt gedacht. Maar eigenlijk zou subjectiviteit op zich niet eens het grootste probleem zijn. Veel belangrijker is de *onafhankelijkheid* van de recensent. Met andere woorden: wordt het restaurant onaangekondigd en anoniem bezocht, en wordt de rekening betaald? Dat is niet altijd een evidentie.

Redacties van media hebben het niet makkelijk vandaag. Ze krijgen steeds minder financiële middelen tot hun beschikking (onder meer door de onzekere reclame-inkomsten) en tegelijk wordt van hen geëist om het publiek over steeds meer onderwerpen te informeren. De bestaande journalisten hebben al werk genoeg, en kunnen bovendien niet voor alle onderwerpen dezelfde expertise aan de dag leggen. Vandaar dat er een beroep wordt gedaan op freelance columnisten, die niet voltijds betaald moeten worden en de mogelijkheid hebben om zich in één enkel onderwerp te verdiepen.

Gastronomie is een van die onderwerpen. Vroeger werd dit al eens toebedeeld aan journalisten die bijna met pensioen gingen. Ze gingen naar perslunches en konden op die manier "aangenaam uitbollen". Dergelijke lunches werden ook als motiverende beloning gebruikt: omdat hij of zij goed gepresteerd had, mocht de journalist eens "lekker gaan eten". Er werd wel een verslagje verwacht.

Vandaag heeft het publiek zelf zoveel kennis over gastronomie dat zulke handelwijze niet meer kan: een recensent die niet over de nodige kennis en onafhankelijkheid beschikt, valt onherroepelijk door de mand.

Maar daar staat wel een financiële inspanning tegenover. Als men wil dat de recensent een echt onafhankelijk oordeel velt, dan is er maar één manier: de rekening moet betaald worden.

In mijn geval stelde De Standaard mij meteen voor dat de recensie werd vergoed volgens de normale tarieven voor freelance columnisten, en dat de rekening van het restaurant werd terugbetaald voor twee personen.

Vooraf die toevoeging "voor twee personen" is van groot belang. Niet zozeer omdat één persoon in een restaurant altijd opvalt: koks weten dan al gauw dat het om een inspecteur of recensent gaat. Maar vooral omdat de recensent - indien hij verplicht wordt om alleen te gaan eten (wat een beetje triest is) - toch in de verleiding zou komen om in te gaan op uitnodigingen van restaurants of hun public relations-bureaus. De Standaard hanteert hier dus een duidelijke politiek zodat je als recensent niet verplicht of verleid bent om in een grijze zone terecht te komen.

Want die grijze zone bestaat. Gastronomie is een van de favoriete mediatieke onderwerpen geworden. En de communicatie die van restaurants en koks uitgaat naar de media, wordt alsmaar professioneler. Wat in het buitenland al volop voorkomt, doet ook zijn intrede in ons land: gespecialiseerde public relations-bureaus gaan in opdracht van restaurants werken. Ze sturen onder meer uitnodigingen naar recensenten om gratis te komen eten (voor twee personen, trouwens). Bij de opening van nieuwe restaurants worden perslunches georganiseerd. Aan recensenten wordt gevraagd om ook boeken, reportages en programma's over koks en restaurants te maken, niet in opdracht van hun media maar in opdracht van de koks en restaurants zelf. Daardoor ontstaan er banden die het achteraf moeilijker maken om nog een kritische recensie te plegen.

De individuele recensenten treft hierbij niet altijd schuld: ze krijgen van hun media misschien niet de nodige middelen om hun opdracht volledig onafhankelijk te vervullen. Die strijd heb ik gelukkig niet moeten voeren, en ik zou ze ook niet willen voeren. Ik geef daarbij graag toe dat ik makkelijker praten heb omdat ik daarnaast nog een voltijdse job heb, en dus niet van freelance-activiteiten in de media moet leven. Maar één zaak blijft in alle omstandigheden overeind: het is pas als de rekening wordt betaald, dat je je helemaal kan gedragen als een gewone klant. Het valt niet te onderschatten hoe belangrijk dit is, en welk verschil het kan maken indien het restaurant weet dat er een recensent aanwezig is. Natuurlijk zal de kok dan geneigd zijn om een speciale inspanning te doen. Wie slechts over een middelmatig talent beschikt, zal zich niet plots tot een virtuoos ontpoppen. Maar hij kan wel zijn beste en meest verse ingrediënten gebruiken, nauwgezet letten op de gaartijd, de presentatie

beter verzorgen, de porties wat aandikken, een aantal onderdelen van de maaltijd à la minute bereiden (terwijl hij dat normaal niet doet), de service wat vlotter laten verlopen. Indien je als recensent aankondigt dat je komt, kan je weliswaar een beeld krijgen van wat de kok *kan*. Maar niet van wat hij of zij in normale omstandigheden voor normale klanten *doet*. En dat is nu precies wat De Standaard Magazine altijd graag wil weten.

Men vraagt mij wel eens of het mogelijk is om mijn anonimiteit volledig te bewaren. Het eerlijke antwoord daarop is nee. Natuurlijk zijn er koks en sommeliers die mij nu kennen, of die mij herkennen. Toch kan de recensent een aantal vuistregels hanteren die dit onvermijdelijke fenomeen binnen de perken houden.

Zo kan hij zijn aanwezigheid op persevenementen limiteren tot deze die nuttig en nodig zijn om zijn algemene kennis te updaten. Hij moet tevens weerstaan aan de neiging, voortspruitend uit menselijke ijdelheid, om vaak in de media te komen. Wat niet wil zeggen dat hij zich te allen prijze moet verstoppen, want dat wekt ook weer argwaan, en zo belangrijk is het onderwerp gastronomie nu ook weer niet.

Of de recensent door de kok gekend is of niet, het is altijd beter om onder een andere naam te reserveren. Indien hij pas herkend wordt als hij reeds in het restaurant zit, heeft de kok alvast geen tijd meer om andere ingrediënten in huis te halen, of om gerechten die hij lang op voorhand heeft klaargemaakt, te veranderen.

Wat het nemen van nota's betreft, is het uiteraard goed om dit zo onopvallend mogelijk te doen, maar niet extra geheimzinnig. Hoe geheimzinniger men immers doet, hoe meer men de indruk wekt een recensent te zijn. En wat als de restauranthouder opmerkt dat men nota's neemt? Het is mij zelden overkomen dat men mij op de man af vroeg of ik een recensent ben. En als het gebeurde, was het meestal op het einde van de maaltijd. Dan waren de bordjes in gedachten al toegekend.

7. Speuren naar bordjes

Er wordt mij vaak de vraag gesteld hoe ik al die restaurants op het spoor kom. Een opgebouwde kennis sinds vele jaren helpt natuurlijk. Maar vanzelf kom je niet te weten dat er een nieuw restaurant opengaat, of dat er veranderingen op til zijn in een bestaand restaurant: daarvoor moet je je extra informeren. Verschillende bronnen staan ter beschikking van de recensent. Eerst en vooral zijn er de restauranthouders en koks zelf, van nature goed geplaatst om nieuws over hun eigen restaurant aan te kondigen, of om te weten waar aankomend talent onder hun keukenpersoneel naartoe is. Sommeliers zijn - ondanks of juist dank zij hun discrete rol - ook altijd goed op de hoogte van het reilen en zeilen in horecaland. Enthousiaste collega-foodies en collega-recensenten komen ook wel eens met een tip, hoewel laatstgenoemden die meestal voor zich houden tot hun recensie verschenen is. Niet te onderschatten zijn de wijnhandelaars, vaak bij de eersten om te weten of er een nieuw restaurant opengaat omdat zij al vooraf gevraagd worden om wijn te laten proeven en eventueel te leveren. Tenslotte komt de laatste jaren steeds vaker het fenomeen van de public relations-dame in beeld (het zijn nu eenmaal meestal dames die in deze branche actief zijn). Zij werkt in opdracht van een restaurant, en heeft tot taak het zo vaak en zo positief mogelijk aan bod te laten komen in de media.

Toeval speelt soms ook een rol. Zo belandde ik ooit in restaurant Marcus in Deerlijk, waar toen de jonge onbekende kok Jason Blanckaert (ex-Hof van Cleve) kookte. Hij was voor mij een revelatie en ik kende het restaurant dan ook vier bordjes toe. Maar enkele weken later besliste de baas, Davy Steelandt, onverwachts om het restaurant te sluiten. Dat was erg vervelend, voor mij en voor de lezers. Maar ik besloot om van de nood een deugd te maken en belde de jonge kok op om te vragen waar hij naartoe ging. Dat bleek C-Jean in Gent te zijn, een restaurant dat al twintig jaar lang een trouw clientèle had opgebouwd en waarover eigenlijk niet (meer) werd geschreven. Dat Jason Blanckaert naar C-Jean ging, was dus in feite geen nieuws, en normaal gezien zou het onopgemerkt voorbij gegaan zijn. Maar omdat ik toevallig, net daarvòòr, bij Marcus had ervaren welk talent deze jongeman heeft, kon ik er nieuws van maken. De eigenaar Filip Van Thuyne vertelde mij achteraf dat mijn positieve

recensie voor een toeloop van nieuwe klanten had gezorgd. Aanvankelijk bleef een aantal traditionele gerechten op de kaart staan, maar stilaan maakten ze plaats voor meer originele creaties in de stijl van Jason Blanckaert. C-Jean werd uiteindelijk zelfs bekroond met een Michelinster. Uiteraard kenden de prijzen ook een opwaartse evolutie. Een nieuwe goede kok kan dus heel wat teweegbrengen in een restaurant. Samen met een recensent die het signaleert.

Op zekere dag vroeg een bevriend wijnhandelaar, Luc Hoornaert, mij of ik ooit al eens een *grand cru classé* had gedronken op een camping. Hij vertelde me dat in Bredene (*of all places*) een camping werd gerund door een fervente wijnfreak, die in het restaurant van zijn camping topwijn schonk in Riedelglazen. Voor zulke bijzondere ervaringen ben ik altijd geïnteresseerd, en Luc stelde voor om er eens samen naartoe te gaan. Aldus geschiedde.

De camping in kwestie heet Park Costa, en het restaurant ervan kreeg de naam De Wikke (omdat de eigenaar Pieter Vitse heet, en de vitse een plantensoort is, verwant aan de wikke - u volgt nog?).

Toen ik er binnenkwam, verwachtte ik allerminst dat je hier een sublieme selectie van 's werelds grootste wijnen kon drinken. We parkeerden onze wagen vlakbij de slagboom van de camping. Die is 8 hectare groot en telt 550 staanplaatsen (waarvan er 530 het hele jaar door bezet zijn). Via de receptie kwamen we in een café, met obligate tapkast, biljart en discobar. En naast dat café bevond zich de ruimte die als restaurant dienst deed. Op elke tafel lag een papieren onderlegger met reclame voor De Kusttram. Het eerste signaal dat dit niet het zoveelste campingrestaurant was, hing aan de muur: een affiche met de wijnetiketten van Mouton-Rothschild. Dit was de wijn die Pieter Vitse aan zijn vader vroeg voor zijn dertiende (!) verjaardag. Sindsdien was de passie voor wijn alleen maar gegroeid. Pieter studeerde af aan de hotelschool Ter Groene Poorte in Brugge en nam in 1998, samen met zijn echtgenote, de camping van zijn vader over. Meteen liet hij er twee wijnkelders graven. Daarin legde hij geen gewone drinkwijntjes: hier lag de top van de wereld.

Een deel daarvan bevond zich op de wijnkaart van het restaurant, maar voor wie het vroeg, dook Pieter graag in zijn kelder. De wijnkaart maakte niettemin al indruk: Knoll en Bründlmayer (uit Oostenrijk), Künstler (uit Duitsland), Deiss, Zind-Humbrecht, Dauvissat, Verget en Guigal (uit Frankrijk), Castello Banfi, Fontodi en

Fontanafredda (uit Italië), Casa Lapostolle (uit Chili), Grosset en Petaluma (uit Australië)... De liefhebbers van Bordeaux konden een Chasse Spleen 95 bestellen voor 35,90 €, een Clerc Milon 95 voor 48,10 €, een Latour 89 voor 195 €. Een fles champagne Roederer kostte 43 €. Wie de prijzen van wijn een beetje kent, weet dat geen enkel restaurant hieraan kan tippen.

Ik bleef er eten en vroeg mij af of dit ooit al gebeurd was: een culinair recensent die in het restaurant van een camping eet. Maar de mengeling van Vlaamse campingkitsch en de hoogste kwaliteit in wijn, was te mooi om onvermeld te laten. "Je verwacht hier elk ogenblik de Vogeltjesdans", schreef ik, en zo was het.

Het menu was weliswaar eenvoudiger en beperkter dan de wijnkaart, maar de kwaliteit was behoorlijk en de prijzen waren zeer redelijk. Vandaar dat ik De Wikke drie bordjes toekende. Ik hoorde achteraf dat Pieter Vitse, die eigenlijk nooit reclame had gemaakt voor zijn restaurant, door het artikel heel wat wijnliefhebbers en foodies over de vloer had gekregen. Ze wilden dit bizarre restaurant - waarvan ze nog nooit hadden gehoord - wel eens leren kennen.

Ik ben nadien ook nog geweest. Als ik aan de kust was om voor De Standaard een restaurant te bespreken, ging ik graag vooraf bij Pieter langs voor een aperitief. Bij mooi weer kon ik dan buiten zitten en dronk ik een schitterende champagne uit even schitterende champagneglazen, tussen met tatoeages en piercings getooide campinggasten. Pieter kwam er dan graag bij zitten om mee te proeven, maar moest zich meermaals verontschuldigen omdat hij een sangria of een "mazout" (een mengeling van pils en cola) naar een tafel moest brengen. Het was altijd weer een prettig verwarrende ervaring.

Pieter is nu gestopt met het restaurant. Zijn passie voor wijn is echter niet over, integendeel. In de "kantine" van zijn camping wordt nog altijd wijn geschonken. En hij heeft een halve hectare wijngaard in Champagne gekocht. Vermoedelijk niet om er campingcars op te zetten.

Ik wilde van bij het begin de restaurantrubriek niet beperken tot de traditionele restaurants. Ik vond dat ook andere, modernere, snellere eetconcepten aan bod moesten komen, zoals goede fastfoodtenten en snackbars. Mensen zoeken in hun eetgewoonten immers alsmaar meer gemak en snelheid, de trend gaat duidelijk in de richting van wat men in het Engels zo treffend "convenience food" noemt. Het succes

in supermarkten van voorgesneden, voorgewassen en voorgekookte groenten en van kant-en-klaarmaaltijden spreekt voor zich. Maar wie "snackbar" zegt, denkt al gauw aan wakke broodjes, calorieën, onfrisse groenten en sausen ... Het kan mij evenmin bekoren. De laatste jaren is het inzicht echter gegroeid dat er wel eens een markt zou kunnen zijn voor snackbars die lekkere, verse en gevarieerde voeding aanbieden. Als culinair recensent kan je daar niet aan voorbijgaan.

Het blijkt echter niet zo makkelijk om aan tips in verband met dit horecasement te raken. Meestal zijn er immers geen koks of sommeliers aan het werk, foodies en recensenten hebben er zelden interesse voor, en wijnhandelaars kunnen er niet veel omzet draaien. Je hebt als recensent dus veel minder of helemaal geen bronnen.

Zomaar lukraak een van die tenten binnenstappen, is geen optie: er zijn er gewoon veel te veel, en helaas laat de hygiëne in een aantal daarvan te wensen over zodat je riskeert besmet te worden met een voedselbacterie. Je bent bijgevolg aangewezen op het toeval: je wandelt eens voorbij een snackbar die er anders uitziet dan de andere, je raakt er eens verzeild omdat je geen tijd of zin had om ergens je benen onder een tafel te schuiven, je wordt meegenomen door iemand die het als een vaste lunchplek beschouwt. Op die manier ontdekte ik onder meer de snackbar Zoff in Leuven en de fastfood pizzatent Mamma Roma in Brussel.

Zoff, gelegen in het centrum van Leuven (schuin tegenover Elsen, een van de beste kaasaffineurs van dit land), noemt zich een "catchy Italian bar". De inrichting is van het hippere genre, de eigenaar is effectief een Italiaan: Massimiliano ("Max") Ciofi, zoon van een gastarbeider die in de Limburgse mijnen kwam werken. Op de spijs- en wijnkaart is het al Italië dat de klok slaat (op enkele dranken na, waaronder onvermijdelijk – dit is een studentenstad – Belgische bieren). Menu's met voor-, hoofd- en nagerecht zijn hier niet. Maar de snacks, sandwiches en salades die je kan krijgen, zijn van het betere soort.

Bij Mamma Roma in Brussel kan je pizza's afhalen maar ook ter plaatse opeten op een kruk aan een hoge tafel. Pizza is nochtans niet mijn favoriete voedsel. Het recept, afkomstig uit de arme buurten van Napels, stelde *la mamma* in staat om restjes van eerdere maaltijden te verwerken. Dat beschouwen koks wel eens als een vrijbrief om werkelijk alles op een pizzabodem te leggen: vers en minder vers, zout, zoet en zuur door elkaar, zonder bekommernis om smaakharmonie. Het deeg, van het hoogste belang voor een pizza, kom je in allerlei variaties tegen: van hard als karton tot slap

als een vaatdoek, van miezerig dun tot papperig dik. Bij Mamma Roma wordt de pizza echter gemaakt zoals het hoort: op het moment zelf, met verse en goede ingrediënten, en een bodem van gekneet deeg dat een tijd gerust heeft alvorens naar de oven te verhuizen. Nochtans werd dit bescheiden zaakje opgestart door een Belg: Anthony Coopmans, een jonge dertiger. Maar hij bracht wel zeven jaar in Italië door, ontmoette er zijn Italiaanse echtgenote en leerde de perfecte pizza bakken.

Veel comfort heb je niet in de kleine ruimte, je kan er niet reserveren en dus moet je tijdens de piekuren een beetje drummen aan de toog en wachten op een plaats. Het cliënteel is prettig gemengd: een oma met haar kleinkinderen, een hippe student met iPod in het oor, enkele zakenlui in maatpak, een verdwaalde *baba cool* ... Papieren servetjes staan in metalen houders, je drinkt uit plastic bekens (al krijg je desgevraagd wel een glas), en er staan vuilnisbakken indien je zelf wil afruimen. Een klant moet zijn stoel even verplaatsen omdat die op het kelderluik staat: een van de pizzabakkers gaat naar beneden en komt terug met verse groenten. Zo gaat dat hier.

Van bediening is geen sprake, je gaat naar de toonbank waar een kleurrijke variatie van grote rechthoekige pizza's je smaakpapillen aan het werk zetten: de klassieke "margherita", eekhoorntjesbrood met gorgonzola, tomaat met mozzarella, paddestoelen en pikante worst, artisjok en tonijn, pompoen en buikspek, en de zeer gegeerde "patate al tartufo" (aardappelen met geraspte truffel). De gewenste grootte wordt afgeknipt en gewogen, je betaalt net de hoeveelheid die je aankan.

Vooraf, nadien of gelijktijdig – je beslist zelf maar – kan je passeren aan het buffet van *antipasti* die al even smakelijk uitgesteld liggen: radicchio, venkel met selder, rucola, artisjok, gemarineerde zalm, gebakken paprika en courgette Het ter plaatse gebakken brood is zalig: je zou er van blijven eten. Mamma Roma biedt geen hoge gastronomie, en het gaat er Italiaans nonchalant aan toe. Maar wat je eet is vers, boordevol smaak en licht verteerbaar. Meer moet dat soms niet zijn. Mamma Roma loopt overigens als een trein, er zijn nu drie vestigingen en de zaak heeft onmiskenbaar potentieel om een keten te worden.

Zowel bij Zoff als bij Mamma Roma vond ik de verhouding tussen prijs en kwaliteit goed, en dus kregen ze drie bordjes. Dat was wel een beetje vloeken in de kerk.

Sommigen wezen er mij nadien fijntjes op dat sterrenzaken als Hof van Cleve, L'Air du Temps, 't Zilte, L'Eau Vive en In De Wulf dezelfde score hadden gekregen. Et alors?

Ik stelde mij wel eens de levensvraag of een culinair recensent nog kan rekenen op tips na een negatieve recensie. Een eerste signaal kreeg ik van een wijnhandelaar waarmee ik af en toe ging eten, en die dat plots niet meer wilde. Zijn uitleg was: als ik met jou ga eten en je schrijft nadien een vlammeende kritiek, dan mag ik hier misschien geen wijn meer leveren. Vanuit die invalshoek had ik de zaak nog niet bekeken. Door extrapolatie kan je nog andere scenario's bedenken. Zal die pr-dame mij nog op de hoogte brengen van de opening van nieuwe restaurants als ze niet zeker is dat de recensie positief of minstens neutraal zal zijn? Wil een restauranthouder die enige kritiek moest slikken, mij nog melden dat zijn sous-chef verhuisd is? Ik troost mij met de gedachte dat ik ooit toch op de hoogte zal zijn. Misschien niet als eerste. Maar gelukkig is dat niet de belangrijkste factor om een restaurantrubriek interessant te maken.

Ik bezoek niet elk nieuw restaurant. Met één recensie per week (een veertigtal per jaar) is dat sowieso niet mogelijk: er gaan meer restaurants open (en weer dicht) dan er recensies in De Standaard Magazine verschijnen. Dat is geen probleem: over de meeste nieuwe restaurants valt namelijk niets te vertellen, behalve dat ze meer dan waarschijnlijk op zondag en maandag gesloten zijn, en dat de wijn- en spijskaart veel gelijkenissen vertonen met die van andere restaurants. Ik denk dat veel koks zich deze eenvoudige vraag veel te weinig stellen: waarom zou iemand naar mijn restaurant komen? Nogal wat nieuwe initiatieven kan je meteen onderbrengen in de categorie "dertien in een dozijn". Terwijl ik mijn gewaardeerde lezers liefst met iets origineels verblijd.

Er is nog een andere reden waarom ik niet naar elk nieuw restaurant trek: ik haat het om mijn tijd te verdoen aan een culinaire ontgoocheling. Dus wil ik op voorhand zoveel mogelijk zekerheid inbouwen dat het goed zal zijn. Wie denkt dat ik voor mijn plezier negatieve recensies schrijf, slaat de bal volkomen mis. Het liefst van al geef ik vier bordjes: dan heb ik zelf een schitterende maaltijd gehad.

Ik tracht mij dus vooraf zo uitgebreid mogelijk te informeren: ik bestudeer de website, bel tipgevers, zoek eventuele reeds verschenen recensies, en rijd soms zelfs naar het restaurant in kwestie om er via een uiterlijke inspectie een eerste gevoel over te krijgen. Ja, ik doe er vaak lang over alvorens de finale beslissing te nemen om er te

reserveren. Want een afknapper wil ik het liefst vermijden. Dat ik ondanks die grondige research en mijn door ervaring opgebouwde intuïtie, toch nog op ontgoochelingen stuit, toont aan dat je in ons horecalandschap voorzichtig moet zijn. Je bent snel veel geld kwijt voor iets wat het niet waard is. Als het mij al overkomt, dan zeker iemand die zomaar ergens onvoorbereid binnenstapt.

Denk vooral niet dat in elk restaurant het eten wordt klaargemaakt door een gedreven chef die even gepassioneerd is door lekker eten als uzelf. Heel wat restaurants zijn gewoon aan- en verkopers van elders klaargemaakte gerechten. Een bezoek aan het ISPC is wat dat betreft verhelderend (maar als particulier mag u er niet binnen). Het ISPC is eigenlijk een grote supermarkt voor wie professioneel in de horeca actief is. Alles wat je ooit al eens in een taverne of restaurant hebt gegeten, ligt daar voorbereid en voorverpakt klaar. Restaurantuitbaters komen er winkelen zoals wij dat in een supermarkt voor particulieren doen. Ze kopen hun voorgerechten, hoofdgerechten en desserts aan, en verkopen die de volgende dagen dunder door in hun restaurants. Ze moeten ze gewoon opwarmen of afbakken of - bij koude gerechten - netjes rangschikken op een bord. Een vis of een stuk vlees moet al eens op het moment zelf in de pan gebakken worden, dat kan niet anders. Maar voor de rest wordt er véél meer dan u denkt kant-en-klaar aangekocht. Niet alleen in het ISPC overigens, er bestaan ook "culinaire fabriekjes" waar restauranthouders gerechten (of delen van gerechten) laten bereiden en vervolgens laten leveren. Dat is niet noodzakelijk slecht: beter dat dan een kok die er niets van kent en er in zijn eigen keuken niets van bakt. Maar een persoonlijke, creatieve keuken levert het niet op. Terwijl men de klant dat wel probeert te laten geloven.

De logische vraag die uit al het voorgaande volgt, is deze: kan je op voorhand met zekerheid weten of een restaurant goed, middelmatig of slecht zal zijn? Ik heb me al vaak over deze cruciale kwestie gebogen. En op basis van ervaringen uit het verleden heb ik een aantal vuistregels opgesteld, die ik graag met u deel. Maar net zoals beurstips zijn ze geen garantie voor succes in de toekomst.

1. De lengte van de spijkskaart. Daaruit kan je al heel wat afleiden. Het is beter dat een spijkskaart kort is. Hoe meer gerechten erop staan, hoe kleiner de kans dat de

ingrediënten vers zijn, en dat de bereiding op het moment zelf gebeurt. Als hetzelfde ingrediënt meermaals terugkomt, maar telkens met een andere saus en/of bereiding, dan moet u zich zeker zorgen maken.

2. *De samenstelling van de spijskaart.* Ik heb altijd meer vertrouwen als er op de spijskaart ingrediënten staan die afwijken van de klassieke vis- en vleessoorten en alom gekende groenten, als er specifiek aandacht wordt besteed aan groenten en kruiden, en als er informatie wordt gegeven over de herkomst van de ingrediënten.

3. *De manier waarop de gerechten worden beschreven.* Hier zijn duidelijk trends in, zodat u alvast een idee kunt krijgen van de aard van de keuken. Uitdrukkingen als "zalf", "sneeuw", "gel", "parels" en "structuren" duiden op de moleculaire keuken. Een recente trend is de ingrediënten gewoon op te sommen, en ze van elkaar te scheiden door een schuine streep. Dat zou normaal moeten duiden op een eigentijdse kok, die enige creativiteit aan de dag legt. Helemààl *on trend* is een uitgepuurde beschrijving van de gerechten, zoals in het restaurant van Pieter Clement in Oostvleteren. Daar kreeg ik een spijskaart die als volgt was geformuleerd: "Sint-Jakobsnoot, avocado. Zeeduivel, pastinaak. Fazant, pompoen. Dessert." De maaltijd was fantastisch. Hoed u voor spijskaarten die u met culinaire poëzie en bloemrijke termen de culinaire hemel beloven: vaak is dit er alleen maar op gericht om de middelmatige kwaliteit te verbloemen.

4. *De wijnkaart (en de wijnglazen).* Dit heeft niets te maken met het feit dat ik een fervent wijnliefhebber ben, maar alles met ervaring. Waar aandacht is voor wijn, is aandacht voor het eten. Die aandacht voor wijn uit zich in een deskundige keuze van wijndomeinen, en in goede wijnglazen op de tafels.

5. *Het cv van de kok.* Het is niet alleenzaligmakend, maar als een kok een opleiding heeft gehad in goede eethuizen, mag je redelijkerwijs hopen dat hij (of zij) daar een en ander heeft opgestoken.

6. *De geur bij het binnenkomen.* Louter omwille van een onfrisse geur bij het binnenkomen, ben ik al weggelopen uit restaurants. Ik zou het u ook aanraden, het

wijst nooit op iets goeds. En het is nog net niet te laat. Eens u zit, en naarmate de tijd verstrijkt, zal het u steeds moeilijker vallen om nog op te staan en weg te gaan.

Zoals gezegd zijn bovenstaande tips geen echte garantie. Maar ze kunnen u wellicht wel de grootste ontgoochelingen besparen.

Honderd procent zeker ben je nooit. Zelfs na een goede ervaring in een restaurant kunnen er achteraf nog allerlei dingen gebeuren die de kwaliteit doen achteruitgaan. Paradoxaal gebeurt dit soms na een positieve recensie: het restaurant krijgt dan een zo grote toeloop dat de kok niet kan volgen, wat de kwaliteit in het bord negatief beïnvloedt.

Wat eveneens na verloop van tijd kan achteruitgaan, is de motivatie van de kok (en zijn equipe). Koks zeggen wel eens dat de start van een restaurant moeilijk is omdat nog niet alles op punt staat. Mijn ervaring is dat de echte test pas na enkele jaren komt: slaagt de kok erin om zijn niveau te behouden? Dat is lang niet altijd het geval. Ik heb ook al meegemaakt dat ik een restaurant een positieve score gaf, en dat enkele weken of maanden later de kok werd vervangen. Zo ging Peter Goossens na enige tijd weg uit de MuseumBrasserie in Brussel. In zo'n geval zit je ineens met een heel andere situatie.

Hoelang zal een restaurant open blijven? Ook dat heb je als culinair recensent niet in de hand. Soms ben je geneigd over een nieuw restaurant te schrijven omdat de actualiteit je daartoe noopt. Maar soms blijken het eendagsvliegen te zijn. Wat dat betreft, kan ik culinaire gidsen als Michelin en GaultMillau begrijpen dat ze van een restaurant eerst willen weten of er continuïteit is eer ze het bekronen. Vooral omdat zo'n gids maar één keer per jaar verschijnt.

8. Bordje ergernis

Ik ga naar een restaurant om goed te eten en ontspannen te genieten. Helaas komt ergernis dat nobele voornemen wel eens verstoren. Ik erger mij nooit aan enkele details die niet in orde zijn. Ik ben niet het type restaurantbezoeker dat al humeurig wordt als zijn stoel niet onder zijn achterste wordt geschoven, als de sommelier één drupje wijn op de tafel morst, of als er geen keuze is tussen vijf verschillende soorten brood en drie olijfoliën. Dat soort ergernissen is voor amateurs die zelden naar een restaurant van enig niveau gaan, maar die - als ze dan gaan - als een koning behandeld wensen te worden.

Mijn ergernissen gaan over iets geheel anders, over de fundamenteën van het métier, over een manifest gebrek aan de basisvoorwaarden waaraan een restaurant dient te voldoen. Mij ergeren luiheid, slordigheid, domheid, onvriendelijkheid, onwil en - wat helaas vaker voorkomt dan u zou wensen - de intentie om de klant te bedriegen.

Er wordt wel eens gezegd dat ik scherp kan zijn voor restaurants. Dat ben ik evenwel nooit voor een kok, die met minder talent begiftigd is maar hard zijn best doet. Mijn scherpste recensies gaan altijd over restauranthouders en koks die het wel kunnen maar niet willen. Door luiheid of hebzucht verkopen zij de klant een culinaire ervaring die ver onder het prijsniveau ligt. Daar erger ik mij het meest aan.

Ik heb het al eerder vermeld: denk niet dat het toeval is (of een "momentopname") als u in een restaurant minderwaardige kwaliteit krijgt voorgeschoteld. De kok weet het. Hij weet het en toch doet hij het. En als hij het echt niet zou weten, dan weet hij dus niet wat in zijn keuken binnenkomt en wat er buitengaat. Je kan je afvragen wat het ergste is.

Het begint al bij de huischampagne. Meestal is die de voorbode van wat je verder te wachten staat. Wordt er aandacht geschonken aan de keuze en de kwaliteit van de huischampagne, dan wordt er wellicht ook aandacht geschonken aan de keuze en de kwaliteit van de ingrediënten die je later te eten zal krijgen. Is de huischampagne ondermaats, dan kan dat twee oorzaken hebben: de kok of de sommelier kan niet proeven en/of kent er niets van (wat niet veel goeds voorspelt voor de keuken), of -

en dat is meestal het geval - er wordt bewust gekozen voor een champagne die zo goedkoop mogelijk kan ingekocht worden zodat de winstmarge maximaal is. Laat ons vooral niet vergeten hoe duur zo'n glas huischampagne wel is: de prijs schommelt tussen 8 en 12 euro, in de zogenaamd "betere" restaurants kan die prijs zelfs hoger zijn. Wetende dat je in Champagne makkelijk een goede fles kan kopen voor om en bij de 15 euro (zelfs als particulier), dan weet je meteen hoeveel winst er kan gemaakt worden op een fles waaruit je zes à zeven glazen tegen pakweg 10 € kan schenken (afhankelijk van de hoeveelheid die je ingeschonken krijgt, want je hebt zowel krenterige als gulle restauranthouders).

Over de prijs zelf wil ik niet eens discussiëren, restauranthouders behoren niet tot de rijkere klasse van onze samenleving, en ik gun hen een comfortabele winstmarge. Maar die champagne moet dan wel in orde zijn. Dat de kwaliteit niet helemaal beantwoordt aan mijn eisen, tot daar aan toe. Vrienden van mij beweren dat ik niet snel tevreden ben, ik zal mij bij die bewering maar neerleggen. Maar je krijgt in restaurants ook geoxideerde champagne, lauwe champagne en volkomen platte champagne (ik laat nu even de ergernis van champagne in veel te kleine fluitglasjes achterwege). Omdat ik zo ben opgevoed, blijf ik altijd beleefd. Maar die champagne stuur ik wel terug. Nooit werd daartegen geprotesteerd door de sommelier of de kok. Natuurlijk niet. Ze wisten ook wel dat dit onaanvaardbaar was. Maar je kan maar proberen, toch? Misschien kom je er wel mee weg. Toch jammer dat die recensenten zich niet op voorhand kenbaar maken.

Bij de champagne krijg je in een restaurant meestal de obligate "hapjes vooraf". In het beste geval zijn dat miniatuurdemonstraties van het talent van de kok, een voorsmaakje van het grote genoeg dat je nog te wachten staat. In het slechtste geval zijn ze een verzameling hergebruikte restjes van de vorige dagen, die de restauranthouder niets extra kosten omdat hij ze anders had moeten weggooien. Veelal zit het daar ergens tussenin. Mijn raad is om aan die hapjes altijd vooraf te ruiken, in de eerste plaats om ze te testen op versheid (iets wat ikzelf bij alle gerechten en dranken doe). Meer ervaren foodies kunnen aan de geur ook al waarnemen of ze opgewarmd dan wel kort daarvoor bereid werden. In elk geval ben ik zelden onder de indruk van die hapjes, er is ook meestal geen enkel culinair

verband tussen. Voor mij mogen de meeste bijgevolg afgeschaft worden (in ruil voor een korting op het glas champagne).

Vooraleer we overgaan tot de eigenlijke maaltijd, kijken we natuurlijk de wijnkaart in. Ook dat is meestal een accurate voorafspiegeling van de kennis en passie waarmee in het restaurant het *métier* bedreven wordt (of het gebrek daaraan). Een allegaartje van banale wijnen en domeinen voorspelt weinig goeds over de niet-vloeibare ingrediënten van het huis. Meestal gaat dat trouwens gepaard met slechte wijnglazen op de tafels (te klein, verkeerde vorm, te dik glas, te korte steel, de geur van afwasmiddel ...). Een goede wijnkaart heeft voor mij niets te maken met de hoeveelheid wijnen, een wijnkaart hoeft geen bijbel te zijn. Wel moet het om een deskundige en evenwichtige selectie gaan van goede domeinen, in verschillende smaakregisters (van fris en fruitig over vol en fluwelig naar rijk en krachtig) en in verschillende prijsklassen. Het meest ergerlijke zijn de dikke wijnbijbels die niet eens aan deze basisvoorwaarden voldoen: ze zijn vooral bedoeld om het prestige van het restaurant in de verf te zetten, niet om de klant van een goede wijn te laten genieten. Restaurants met dergelijke bijbels zijn vaak van het duurdere soort, en net daar is het vaak zeer moeilijk om bij dat dure eten een echt goede wijn voor een verantwoorde prijs te vinden. Alle regels van de wijnetiquette worden scrupuleus in acht genomen, maar tegelijk word je met de glimlach beroofd. Mocht je voor die hoge prijzen dan nog een mooi gerijpte wijn krijgen, dan zou je het nog enigszins kunnen begrijpen: ten slotte heeft de restauranthouder dan vele jaren een bepaald kapitaal geïmmobiliseerd. Maar meestal zijn de wijnen niet eens op dronk. Mijn advies is dan ook: bestel ze niet, het is weggegooid geld.

Na zovele decennia tafelervaring is mijn conclusie hard maar helaas waar: als wijnliefhebber kan je maar zelden echt van wijn genieten in een restaurant. Want ofwel word je gepluimd, ofwel moet je je tevreden stellen met een ondermaatse wijn. En vaak is het nog erger: je wordt gepluimd *èn* je krijgt een ondermaatse wijn. Eerlijkheidshalve moet ik hieraan toevoegen dat dit vooral geldt voor de Vlaamse restaurants. In Wallonië is dat veel minder het geval. Niet te verwonderen dat ik daar zo graag ga eten. Je betaalt er trouwens ook voor het eten beduidend minder voor een vergelijkbare kwaliteit.

We hebben het nog niet gehad over de bewaring van wijn in restaurants, nochtans ook een heikel punt. Als wijnen worden teruggestuurd, is dat meestal omdat ze kurk hebben. Daar kan de restauranthouder niets aan doen. Maar door slechte bewaring (te droog en/of te warm), kunnen wijnen andere fouten vertonen, zoals oxidatie of een minder expliciete vorm van verlies aan zuiverheid en expressie.

Dergelijke wijnen durven klanten zelden terug te sturen, omdat ze zich onvoldoende zeker en beslagen voelen in de materie. Maar als het verschil tussen de prijs en de reële kwaliteit al zo groot is bij foutloze wijnen, dan wordt dat verschil bij een fout natuurlijk nog groter. Meestal worden die wijnen trouwens te warm geschonken, omdat er nu eenmaal geen koele kelder voorhanden is. De witte wijnen hebben dan weer te lang in een te koude koelkast gelegen, waardoor de aromatische expressie eveneens vernietigd wordt.

In restaurant Oki in Brussel stuurde ik eens drie opeenvolgende wijnen terug: ze waren alledrie geoxideerd. Ongetwijfeld was dit te wijten aan de manier waarop de wijnen bewaard werden: in een grote moderne muurkast met neonlicht in de schappen. Daarin is het uiteraard zowel te warm als te droog, bovendien is het bekend dat neonlicht nefast is voor wijn (de hoofdreden waarom wijn uit supermarkten zo zelden in topvorm verkeert). Ik heb er de mensen van Oki vriendelijk op gewezen, maar men heeft het nog altijd niet veranderd. Waarom zou men? De klanten zijn kennelijk bereid om geoxideerde wijn te drinken. Ik sta er soms versteld van welke bocht mensen kritiekloos in hun lichaam gieten.

Kennelijk zijn mensen ook bereid om niet-verse ingrediënten te eten, want nog altijd kom je die in restaurants tegen. Ik vind dit de meest onvergeeflijke fout die in een restaurant kan gemaakt worden, het zondigt tegen de fundamentele basisregel van koken. Het kan trouwens gevaarlijk zijn, klanten kunnen er ziek van worden.

Nochtans is het vrij makkelijk op te sporen: een gebrek aan versheid kan je normaal al ruiken. Maar het is altijd mogelijk om de geur van niet-verse ingrediënten te verhullen door ze bijvoorbeeld te vermengen met andere sterk aromatische ingrediënten.

Ik ben al uit restaurants weggelopen nadat ik er pas was binnengekomen, alleen al door de geur die uit de keuken kwam. Het is mij ook al overkomen dat ik er toch bleef, omdat ik bijvoorbeeld met vrienden had afgesproken en dat ik hen dit niet wou aandoen. Maar telkens bleek mijn neus het juiste signaal gegeven te hebben: als de

geur in een restaurant verdacht is, dan is de kwaliteit van het eten dat ook. Al kunnen er - zoals reeds gezegd - bacteriën in het eten zitten die je niet kan ruiken, en zelfs niet proeven.

Wat zou ik graag van elk restaurant eerst de keuken zien. Dan zou ik pas echt weten of ik hier met een gerust gevoel mijn zuurverdiende geld mag besteden. In een slordige keuken, en in het bijzonder een keuken waar de elementaire regels van de hygiëne niet gerespecteerd worden, kan niet behoorlijk gekookt worden. Vandaar dat ik een restaurant met een open of halfopen keuken op prijs stel, het geeft vertrouwen. Al is het me ook al overkomen dat ik daardoor zag dat een kok eerst met zijn vingers in de neus ging, en dan de ingrediënten op de borden schikte. Een open keuken kan ook niet verhinderen dat een van de koks naar het toilet gaat en vervolgens zijn handen niet wast. Hotelscholen hameren terecht op het belang van een onberispelijke hygiëne als je bezig bent met producten die mensen in hun lichaam opnemen. Maar ook ik ben al ziek geweest nadat ik in een restaurant had gegeten. En als je dat overkomt, dan is één zaak zeker: je durft nooit meer naar dat restaurant terug te gaan. Alleen al om economische redenen is hygiëne voor een restauranthouder dus uiterst belangrijk.

Ik las dat Jeroen Meus vindt dat heel wat koks te veel met hun handen aan het eten zitten. Daarom gebruikt hij handige hulpmiddelen om bereide producten zo weinig mogelijk aan te raken. Zo bieden lepels met lange steel en pincetten de mogelijkheid om ingrediënten precies te schikken op het bord zonder met de vingers aan het eten te komen. Als ik dat hoor, ga ik al met een veel geruster gemoed eten. Ik hoop dat Meus' woorden niet in dovemansoren vallen bij andere koks.

In het restaurant zelf ben ik geen voorstander van stijve etiquette aan tafel, al mag de bediening wel met enige klasse en elegantie gebeuren (maar gewone vriendelijkheid is vaak al meer dan voldoende). Sommige regeltjes, in het bijzonder op het vlak van wijn, zijn volgens mij echter geheel uit de tijd. Zoals de gewoonte om de fles wijn meters van je tafel te zetten. Dit heeft niets dan nadelen, zowel voor de sommelier als voor de klant. De sommelier creëert er voor zichzelf veel werk mee, en vaak kan hij dat gewoon niet aan. De klant kan dan weer geen wijn bijschenken wanneer hij dat wenst, en moet soms als een gek staan zwaaien om alstublieft nog wat wijn te krijgen. Wat is er eigenlijk verkeerd aan een wijnfles die op de tafel blijft staan? Ik heb nog

geen sluitend antwoord gekregen op die eenvoudige vraag. Ik denk dat het één van die tradities is die men in hotelscholen blijft aanleren zonder dat men er zich vragen bij stelt.

In het algemeen kan ik mij ergeren aan een restaurant dat al te opzichtig probeert om "chique" te zijn. Gelukkig komt dat steeds minder voor, zelfs de duurste restaurants hebben vandaag begrepen dat het publiek het informeler wil.

Maar bepaalde restaurants voelen zich nog altijd geroepen om in het bord uitgebreid uit te pakken met dure en exclusieve ingrediënten. Hoe meer hoe beter, lijkt het wel. Voor mij wijst dat eerder op een gebrek aan creativiteit. Want al diezelfde ingrediënten vind je in al diezelfde restaurants terug. Een van mijn vrienden-foodies heeft dit type van keuken ooit een "patserskeuken" genoemd. Volgens het woordenboek is een patser "iemand die groot doet en met geld smijt", een "dikdoener, grootdoener, opschepper". Dergelijke restaurants trekken trouwens vaak patsers aan. Dat maakt het op zich al minder leuk om er te eten.

In het maandblad Culinaire Ambiance zei Peter Goossens ooit: "Ik ga op restaurant om te eten, omdat ik honger heb. Ik zit niet in de wachtzaal van een dokter." Het ging over de ergernis die je kan overvallen als je te lang moet wachten tussen de gangen van een menu. Als dat bovendien gepaard gaat met een hele avond lang prefabmuzak, dan heb je het perfecte recept voor een verpeste avond. Jammer van die hoogst creatieve gerechten, ontsproten aan het weergaloze talent van de kok: niemand geniet ervan.

Ik leg nogal wat kilometers af om uit eten te gaan. Dat stoort me nooit. Behalve als de culinaire ervaring de trip niet waard is. Dan word ik danig uit mijn humeur gebracht. Dan heb je zover gereden, soms door weer en wind en in het donker, soms na uren fileleed, je bent dan hongerig, vol verwachting, snakkend naar dat glas fris parelende champagne, en dan krijg je niets dan banaliteiten voorgeschoteld.

Ik zal mijn dieptepunten niet opnieuw oprakelen, die zijn al in De Standaard Magazine verschenen en ik wil het mes niet nogmaals in de wonde steken. Misschien werd de kok daardoor wel wakker geschud en hebben de klanten die na mij zijn

gekomen, er hun voordeel mee gedaan. Al ken ik ook koks die in staat zijn om te blijven slapen tot de laatste klant heeft afgehaakt.

Ook klanten kunnen ergernis opwekken. Iemand die de wijn met luide stem terugstuurt. Kinderen die niet geleerd hebben zich te gedragen aan tafel. Een gezelschap van zes waarvan elke persoon een ander voor- en hoofdgerecht bestelt, waardoor alles in de keuken in het honderd loopt en alle andere klanten van die avond daaronder lijden. Een ietwat ervaren restaurantbezoeker denkt aan de gevolgen voor de keukenorganisatie als hij iets bestelt. Bij mijn tafelgenoten pleit ik er altijd voor om ofwel een van de menu's te nemen, ofwel à la carte zoveel mogelijk dezelfde voor- en hoofdgerechten. Niet zozeer omdat ik de kok wil plezieren, eerder om zelf vlot bediend te kunnen worden. Want al kan je argumenteren dat een kok alles moet kunnen klaarmaken wat hij op de kaart zet, de realiteit leert dat sommige bestellingen moeilijk uitvoerbaar zijn.

Er zijn ook mensen die zeer lang moeten nadenken over hun keuze. Meestal zijn dat mensen die niet vaak uit eten gaan. Doorgewinterde restaurantbezoekers maakt het zelden uit wat ze precies eten. Een goede kok maakt van alles iets goeds.

Ten slotte ben ik geërgerd over iets wat mij persoonlijk zelf niet raakt: dat mensen een tafel reserveren en vervolgens niet komen opdagen zonder te verwittigen. Dat getuigt niet alleen van een gebrek aan respect voor het werk van iemand anders, maar ook gewoon van onbeleefdheid, onbeschoftheid, lompeheid. Koks en restauranthouders zijn daar terecht zeer ontstemd over. In de Verenigde Staten kan je in heel wat restaurants geen tafel meer reserveren zonder je kredietkaartnummer door te geven. Als sommigen niet eens de minimale moeite doen om even te laten weten dat ze hun reservering niet kunnen honoreren (en soms zijn daar geldige redenen voor), dan riskeert het ook bij ons die weg op te gaan. Al zullen de restauranthouders wel twee keer nadenken alvorens ze die verplichting hier opleggen, het valt immers te vrezen dat ze dan helemaal geen reservaties meer krijgen. Maar wie weet? Er is al zoveel veranderd in de culinaire wereld op korte tijd.

9. Bordjes op reis

Toen ik aan het nadenken was over de nieuwe restaurantrubriek, zag ik mij in mijn wildste dromen vliegtuigen nemen naar de vele wereldsteden waar de culinaire vernieuwing volop bezig was, zodat ik mijn Vlaamse lezers daarvan uitgebreid kon informeren en enige internationale culinaire ontwikkeling kon bijbrengen. Maar Peter Vandermeersch bracht mij terug met de voeten op de grond en drong erop aan om het niet te ver van huis te zoeken. Ongetwijfeld vreesde hij voor de budgettaire consequenties van mijn ambitieuze plannen, maar hij had nog een ander argument dat ik wel kon bijtreden: "Je mag nog zo lovend doen over een restaurant in Londen, New York of Rome: de meeste lezers gaan daar niet meteen naartoe. En zeker niet speciaal om dat restaurant te bezoeken. Laat ons daarom in eigen land blijven. Zo kan de recensie van een restaurant een onmiddellijk praktisch nut hebben voor de lezer." Daar kon ik geen speld tussen krijgen. Achteraf bekeken is het een goede beslissing geweest. De rubriek werd er herkenbaarder, strakker en dus sterker door. Mijn honger naar culinaire reizen werd evenwel niet gestild: ik bleef gewoon vliegtuigen boeken (helaas niet betaald door De Standaard). Voor een culinair recensent is dat belangrijk en zelfs noodzakelijk: je referentiekader wordt er breder door. Ik moet toegeven dat ik van deze professionele reden handig gebruik maak om te verbergen dat ik meestal gewoon niet kan weerstaan aan de lokroep van een weergaloze organoleptische ervaring, waar ook ter wereld. Zo is het altijd geweest, lang vòòr ik met de restaurantrubriek begon. Ik vrees dat het zo zal blijven.

In een vorig hoofdstuk heb ik het al gehad over mijn zwerftochten doorheen Spanje, om te volgen wat daar allemaal voor nieuws op culinair vlak gebeurde. Door die inspirerende vernieuwing in een land dat culinair gezien nooit een hoogvlieger was geweest, begon er ook vanalles te bewegen in andere landen met een weinig benijdenswaardige culinaire reputatie. Zoals in het land waarover de toenmalige Franse president Jacques Chirac ooit zei: "Hun enige bijdrage tot de gastronomie is de dulle koe." Hij had het over Groot-Brittannië.

In die mening verschilde hij niet van alle andere Fransen, en zelfs niet van alle andere Europeanen van het continent. In Groot-Brittannië kon je hoogstens enig plezier

beleven aan het "English breakfast", zo luidde het gangbare oordeel. Voor de rest was het huilen met de pet op. Nog vòòr de culinaire vernieuwing zich in Spanje op gang trok, had ik mijn eigen mening daaromtrent al enigszins moeten nuanceren. Zo had ik al moeten vaststellen dat je in Londen - net zoals in de meeste andere wereldsteden van dit kaliber - wel degelijk fantastisch kan eten, al was dat aanvankelijk vooral in Indische en Zuidoost-Aziatische restaurants. Toegegeven: als je naar het Britse platteland trok, en verder nog naar bijvoorbeeld Wales en Schotland, kwam je nog altijd terecht in eethuizen waar men erin slaagde om zelfs de meest schitterende ingrediënten (want die zijn er in Groot-Brittannië) volledig te verknoeien, onder meer door een totale onwetendheid omtrent een eenvoudige notie als "cuisson".

De jonge tv-kok Jamie Oliver slaagde er al in om dit gebrek aan kennis en passie te doorbreken. Maar de grote ommekeer kwam er door een zekere Heston Blumenthal, wiens restaurant The Fat Duck plots als tweede beste restaurant van de wereld werd uitgeroepen, net na elBulli. Blumenthals baanbrekende creatieve werk in de keuken deed de wereld voor heel wat andere Britse koks opengaan. Uiteraard wilde ik meteen naar The Fat Duck. Je moet er wel iets voor over hebben: je neemt de trein of het vliegtuig naar Londen, vandaar is het nog een uurtje sporen naar Maidenhead. Vanuit dat station neem je dan een taxi die je naar het dorpje Bray brengt (ook wel Bray-on-Thames genoemd). Als je voor het diner hebt gereserveerd, is het beter ter plaatse te blijven slapen. Ik logeerde in het nabijgelegen Red Roofs Guest House, aangeraden door The Fat Duck. Het bleek een oud Victoriaans huis te zijn, helemaal volgens de Engelse traditie ingericht in Laura Ashley-stijl. De plankenvloer kraakte op elke vierkante centimeter. Het *guest house* werd gerund door een charmant koppel, waarvan de vrouw vroeger in de *fashion industry* had gewerkt, en de man tot mijn verbazing de manager was geweest van rockgroepen als Iron Maiden en The Stranglers. Zeker hij paste dus geheel niet in het plaatje van dit ouderwets ingerichte huis. Hetzelfde kon overigens gezegd worden van The Fat Duck. Het historische huis-in-de-rij waarin dit restaurant werd ondergebracht, associeer je niet met een technologisch vooruitstrevende keuken.

Achteraf werd mij natuurlijk vaak de vraag gesteld of The Fat Duck de trip waard was geweest. Het hangt ervan af hoe gepassioneerd je bent voor eten. Als foodie móét je er gewoon naartoe. Heston Blumenthal is een van de grote culinaire vernieuwers van deze planeet, en tevens een intelligente kok met een visie (wat niet van al zijn

collega's kan gezegd worden). Hij kan het bovendien ook nog eens goed verwoorden, getuige daarvan het "chef's statement" op zijn website.

Als wijnliefhebber was ik wat teleurgesteld door de wijnen die de sommelier bij het menu voorstelde. Normaal neem ik nooit de aangepaste wijnen bij een menu. Maar in The Fat Duck zijn de smaaksensaties per gang zeer verschillend. Bovendien kan je uit de beschrijvingen van de gerechten niet afleiden wat je nu precies in het bord gaat krijgen. Daarom had ik voor de formule met aangepaste wijnen gekozen. Maar dat viel tegen, de combinaties werkten gewoon niet. Misschien moet een van onze jonge Vlaamse sommeliers er maar eens wat advies gaan geven.

Intussen ervaarde ik ook in andere Angelsaksische landen een culinaire heropleving, onder meer door het combineren van ingrediënten uit verschillende werelddelen, wat men een tijdlang "fusion cuisine" heeft genoemd. In Nieuw-Zeeland en Australië heb ik daar zeer goede voorbeelden van geproefd. Wat mij vooral opviel, was de veralgemeende aandacht voor de versheid van ingrediënten, de verzorgde presentaties, vlotte bediening en genereuze gastvrijheid. Een complete verademing vergeleken met Frankrijk, waar men zelfs in het meest banale restaurant schijnt te denken dat er een genie achter het fornuis staat, en dat je als klant van geluk mag spreken dat je er mag komen eten. Het idee dat je overal in Frankrijk goed kan eten, is volledig achterhaald. Integendeel: je moet in Frankrijk vandaag al zeer goed zoeken om iets behoorlijks in je bord te krijgen. Dat is het resultaat van een land dat al te lang op zijn culinaire lauweren heeft gerust. Terwijl je vandaag zelfs positief verrast kan worden over de kwaliteit van de klassieke Engelse keuken, onder meer in de oudste brasserie van Londen, Rules.

Frankrijk, en ook Italië, zijn levende bewijzen van de zogenaamde "wet van de remmende voorsprong". Die wet stelt dat een voorsprong op een bepaald domein er vaak toe leidt dat er weinig stimulans is om verdere verbetering of vooruitgang op te zoeken. Je berust als het ware in je voorsprong, en dat remt je om verder door te gaan. Terwijl degenen die een achterstand hebben, die stimulans om te vernieuwen wel nog kennen, en daardoor de anderen vroeg of laat voorbijsteken. Dat is precies wat er is gebeurd op het culinaire vlak. Frankrijk en Italië, bakermatten van de gastronomie, werden voorbijgestoken door de Angelsaksische culinaire barbaren.

De Verenigde Staten zijn daar misschien nog wel het beste voorbeeld van. De culinaire vooruitgang die daar geboekt werd, is spectaculair. Het is waar: op het platteland heerst de fastfood nog alom, en kan je maar met grote moeite een restaurant vinden die naam waardig. Maar in de grote steden maak je kennis met een culinair enthousiasme en professionalisme dat zonder meer zijn gelijke niet kent in Europa. Niet alleen ben je verbluft door de variatie en creativiteit, ook de organisatie en klantgerichtheid bevinden zich op een niveau dat hoog boven dat van Europa uittorent. Topzaken hebben vaak meer dan honderd plaatsen die ze vanaf 17 uur twee tot drie keer bezetten, terwijl de organisatie nooit hapert, de bediening vlot en altijd vriendelijk verloopt, en de kwaliteit in het bord verbluffend hoog blijft. Toen ik de laatste keer uit de Verenigde Staten terugkwam, speelde één vraag voortdurend door mijn hoofd: waar komt het idee vandaan dat Amerika geen culinaire cultuur zou hebben? Alleen mensen die nooit in steden als New York, Chicago, Los Angeles en San Francisco zijn geweest, kunnen met dat idee rondlopen. Anders zouden ze weten dat je daar zonder meer *fantastisch* kan eten.

Naar verluidt was Ferran Adrià zo enthousiast over het restaurant Alinea in Chicago, dat het prompt werd gebombardeerd tot het "elBulli van de Verenigde Staten". Toen ik plannen had om tijdens een rondreis door Amerika ook Chicago aan te doen, was een reservatie bij Alinea het allereerste wat ik in orde bracht. Ik reisde samen met mijn gezin, dus toen ik op een avond bij Alinea aankwam, waren mijn vrouw en ik vergezeld van onze twee dochters, op dat moment 12 jaar jong. Dat zulke jonge kinderen meegaan naar een restaurant van dit niveau, is men niet gewend, zeker niet in Amerika. Al van bij het binnenkomen zag ik dat de kelners enigszins ongerust waren, een ongerustheid die wellicht omsloeg in lichte paniek toen we allevier het menu bestelden. Het ging weliswaar om de kortere versie, maar die bedroeg toch nog een tiental gangen. De kelners konden natuurlijk niet weten dat onze dochters het gewoon waren om op reis in dergelijke restaurants te eten, zelfs op nog jongere leeftijd. En zeker de speelse keuken van Alinea beviel hen zeer. De avond verliep vlekkeloos, zonder de "kindertoestanden" die de kelners wellicht hadden gevreesd. "We were a little worried", zegde een van hen achteraf, "but they were wonderful." Toen ik de rekening vroeg, zag ik dat slechts twee menu's werden aangerekend. Ik maakte een van de kelners attent op deze vergissing, maar hij zei dat de chef niet wilde dat de kinderen zouden betalen. Ik drong aan, maar de man hield voet bij stuk.

"Dan willen we de chef wel speciaal gaan bedanken", zei ik. En zo gebeurde het dat ik een van de meest talentvolle koks van de Verenigde Staten ontmoette, Grant Achatz. En dat mijn dochters hem in hun beste Engels bedankten voor de schitterende maaltijd. Grant Achatz, een jonge dertiger, toonde zich meteen als een man zonder kapsones: bescheiden, vriendelijk, enthousiast en open. Onwillekeurig dacht ik aan een aantal Franse koks die zich met de Messias schijnen te vergelijken omdat ze toevallig een talent hebben om te koken. Na een diner in de toenmalige driesterrentempel L'Auberge de l'Eridan in Veyrier-du-Lac, maakte ik mee dat de eigenaar en kok Marc Veyrat, getooid met een zwarte hoed, in de eetzaal kwam rondlopen met een tred alsof hij Jezus was die over het water liep. Ik moet toegeven dat ik er bijzonder goed had gegeten, maar dit spektakel was iets moeilijker te verteren. (Intussen heeft Marc Veyrat - na een skiongeval - dit restaurant moeten sluiten.)

Na mijn rondreis door Amerika vernam ik dat men bij Grant Achatz tongkanker had vastgesteld. Gelukkig - in de eerste plaats voor hem maar ook voor de internationale gemeenschap der foodies - blijkt hij daar volledig van hersteld te zijn.

Eveneens in Chicago belandde ik - in een buurt van groothandels waar je geen restaurant verwacht - in het Moto Restaurant van chef Homaro Cantu. Hier worden al je culinaire normen omver geblazen met een experimentele avantgardekeuken, waarin ook humor een belangrijke rol speelt. Zo krijg je een menukaart, waarvan de kelner je laconiek mededeelt dat je ze achteraf mag opeten. Later werd een hoogtechnologisch uitzierend gerecht opgediend in een recipiënt dat op een opengeklapte personal computer leek. Als dessert kregen we een hotdog met mosterd, die evenwel volledig uit zoete elementen bleek samengesteld. In Moto word je voortdurend verrast met dergelijke vondsten die je op het verkeerde been zetten. Academische foodies zullen er zich blauw aan ergeren, maar ik heb me kostelijk vermaakt.

Wie de eigentijdse Amerikaanse keuken wil leren kennen in een weergaloze uitvoering, mag Michael Mina in San Francisco niet overslaan. Wat hier vooral treft, is het feit dat de culinaire perfectie gecombineerd wordt met een onovertroffen organisatie en timing in een pand dat nochtans stampvol zit (en waar de tafels meerdere keren per dag bezet zijn). Bovendien bevindt zich in dezelfde ruimte een lange bar die de mogelijkheid biedt om gewoon iets te drinken en kleinere hapjes te

eten, wat mensen dan ook in groten getale staan te doen terwijl anderen van een gastronomisch menu genieten dat gestadig, maar nooit gehaast, wordt opgediend. Michael Mina werd bekroond met twee Michelinsterren. Kan u zich in een Europees tweesterrenrestaurant de combinatie van een levendige bar en een gastronomisch restaurant in één en dezelfde ruimte voorstellen? Michael Mina runt overigens 18 restaurants in de Verenigde Staten, ik bezocht ook zijn steakhouse Stripsteak in Las Vegas, waar niet naar hoge gastronomie wordt gestreefd maar opnieuw in zijn genre de perfectie wordt bereikt. In Amerika hebben ze geen boodschap aan koks die "volgens hun humeur van de dag" werken, minimum twee sluitingsdagen nodig hebben en maar één service 's middags en één service 's avonds aankunnen. De restaurants zijn er elke dag open, de tafels zijn zowel 's middags als 's avonds meerdere keren bezet, je kan er eten aan een tafel of aan een toog, je kan er ook gewoon iets drinken of een klein hapje eten. En het is altijd in orde. Heb je gereserveerd om 8 p.m. en je tafel komt pas om 8.10 p.m. vrij, dan krijg je je aperitief gratis aangeboden. Toen ik de eerste keren na mijn ervaringen in de Verenigde Staten opnieuw een restaurant bezocht in Europa, was het verschil immens: het leek wel geklungel en amateurisme, vergeleken met wat de Amerikanen in de horeca van de grootsteden klaarspelen. Ik ben er intussen al weer aan gewend.

De Verenigde Staten zijn ook het mekka voor de fans van de Japanse keuken, volgens mij de beste keuken ter wereld. Geen enkele culinaire cultuur verenigt zoveel positieve eigenschappen als de Japanse: versheid, verfijning, lichtheid, gezondheid, originaliteit, creativiteit, visuele presentatie. Ik ben één keer in Japan geweest, een nieuwe culinaire rondreis is een van de urgenties op mijn "to do"-lijst. Maar ook in New York kan je een Japanse culinaire topervaring beleven, onder meer in Masa en Sushi Yasuda. In Londen behoren Sake No Hana en Umu tot die categorie.

Een grote verdienste van de moleculaire keuken is dat zij de Japanse keuken opnieuw in het centrum van de belangstelling heeft gebracht. Japanse ingrediënten zijn meer dan ooit in trek, zowel bij chefs als bij het publiek. Ze worden vaak geïntegreerd in andere keukens, waardoor nieuwe en verrassende combinaties tot stand komen. Zelfs Franse chefs wagen er zich nu aan, zodat er een "cuisine franco-japonaise" tot stand komt. Wie had dat ooit gedacht? Bekende voorbeelden zijn Le Charlemagne in

Bourgogne en Miyabi in Sens (bij Troyes). Zelfs in het klassiek-Bourgondische Beaune bevinden zich nu twee drukbezochte Japanse restaurants, Bissoh en Sushi Kaï.

In het algemeen merkte je trouwens dat Frankrijk er zich van bewust werd dat zij haar leidende plaats in de gastronomie aan het verliezen was en dat er iets moest gebeuren. Franse koks werden door hun Spaanse collega's wakker geschud. Maar de moleculaire vernieuwing werd in Frankrijk meer geïntegreerd in hun eigen culinaire traditie, en dat leverde boeiende resultaten op. Onder meer de jonge kok Jean-François Piège bracht een tijdlang in restaurant Les Ambassadeurs op de Place de la Concorde in Parijs een heel eigen en hoogstaande combinatie van vernieuwing en traditie. Het restaurant sloot intussen zijn deuren, maar Piège nam de brasserie Thoumieux in Parijs over, waar hij - in de lijn van de tijdsgeest - zijn gastronomische toptalent nu combineert met een informele omkadering. Op de tweede verdieping opent hij evenwel opnieuw een *restaurant gastronomique*. Hij kan het niet laten, denk ik. Andere koks in Parijs hebben eveneens het angstvallig vasthouden aan de letter van de Franse traditie ingeruild voor een avontuurlijker kookstijl, zoals Pierre Gagnaire en Pascal Barbot (van L'Astrance). Eerstgenoemde doet dat in een creatieve, haast kunstzinnige stijl waarin de virtuositeit van de kok voluit aan bod komt, de andere is meer ingehouden en zoekt het in uitgepuurd precisiewerk. Het vermelden waard is ook kok William Ledeuil die in zijn hedendaagse brasserie Ze Kitchen Galerie de Franse keuken vermengt met exotische (vooral Aziatische) invloeden. Al deze koks werken volgens de visie die ooit door Pierre Gagnaire verwoord werd als "gericht op de toekomst maar met respect voor het verleden".

Het bracht de Franse keuken in een golf van nieuwe energie en inspiratie. En dat was hoog tijd. Na heel wat ontgoochelingen kon ik opnieuw met plezier en enthousiasme naar Frankrijk trekken om er te gaan eten.

Een van mijn meest grandioze ervaringen was een diner bij Troisgros in Roanne. Deze familienaam stond vele decennia voor de oerklassieke Franse keuken, maar de kleinzoon van de stichter, Michel Troisgros, heeft een verfrissende nieuwe wind laten waaien doorheen dit iconische etablissement. Hij noemt zijn keuken "La Cuisine Acidulée" (de friszurige keuken), waarbij hij het belang benadrukt van rinse toetsen in gerechten, omdat ze voor fraîcheur en levendigheid zorgen. Daar kan ik mij volledig

in vinden. Bovendien is het onthaal in Troisgros bijzonder hartelijk, en voor een Franse driesterrenzaak zelfs informeel te noemen. Toen ik er dineerde, zaten mijn dochters - toen amper 8 jaar - mee aan tafel, en ze kregen zelfs een speciaal menu opgesteld in vindingrijke kindertaal en frisse kleuren, ondertekend door de chef die "Hannah et Geraldine" persoonlijk welkom heette. Tien jaar daarvòòr was dat in een Frans restaurant met deze status ondenkbaar geweest. Het toonde aan hoezeer de Franse culinaire wereld er zich bewust van was geworden dat haar vroegere stijfdeftige stijl aan herziening toe was.

Een memorabele culinaire ervaring beleefde ik ook bij Michel Bras in Laguiole. Alleen al de waarlijk grandioze architectuur van zijn hotel-restaurant, als een artistiek statement middenin deze barre hoogvlakte van Aubrac, is de trip waard.

Vijftig kilometer naar het noorden, in Vichy, is ook een creatieve vernieuwer actief, zij het niet met dezelfde virtuoze maturiteit als Bras: Jacques Decoret. Van dit restaurant herinner ik me de meest indrukwekkende kaasplank die ik ooit heb gezien: volgestapeld met grote ruwe blokken kaas uit Auvergne leek het wel een rotsmassief dat op je af kwam gerold.

Al even vernieuwend zijn vader en zoon Régis en Jacques Marcon in hun prachtige hotel-restaurant in het hooggelegen Sain-Bonnet-le-Froid, een dorp dat zijn naam niet gestolen heeft: het is er altijd tien graden kouder dan in de vallei. De naam Marcon stond vroeger eveneens voor het klassieke Franse driesterrenetablissement, maar onder impuls van de zoon is dat compleet veranderd. De hele filosofie, in en om het restaurant, doet vandaag sterk denken aan Michel Bras.

Pic in Valence was eveneens een Frans culinair monument, een traditionele stopplaats langs de "route nationale" voor reizigers naar het Franse zuiden en Spanje, toen er nog geen autosnelwegen waren. Maar Anne-Sophie, een groot talent van de vierde generatie, heeft ook hier de traditie gecombineerd met vernieuwing.

Jean-Georges Klein van L'Arnsbourg in Baerenthal (60 kilometer ten noorden van Straatsburg) vat zijn visie als volgt samen: "Tout est possible, il ne faut pas rester figé" ("Alles is mogelijk, je mag niet verstarren"). Die uitspraak typeert de man zelf: van alle Franse koks leunt hij wellicht het dichtst aan bij de Spaanse vernieuwing. Maar het suggereert tegelijk ook dat de Franse keuken volgens hem inderdaad in een verstarde toestand was geraakt. De keuken van Klein moet je één keer in je leven geproefd hebben.

Wie ook duidelijk Spaanse invloeden in zijn keuken opneemt, is Gilles Goujon van Auberge du Vieux Puits in Fontjoncouse. Zijn restaurant bevindt zich dan ook al dicht bij de Spaanse grens.

Vermeldenswaard zijn ook Le Clos des Sens in Annecy, L'Atelier de Jean-Luc Rabanel in Arles en Auberge de la Grenouillère in La Madelaine-sous-Montreuil. Zelfs in het zeer traditionele Bourgogne zijn er twee restaurants die de rijke Bourgondische culinaire traditie op een geheel eigen wijze interpreteren: Le Bénaton en Le Jardin des Remparts, beide gelegen in Beaune.

Een van mijn meest recente ontdekkingen is Mirazur in Menton, het laatste stadje aan de Côte d'Azur vooraleer je de grens met Italië oversteekt. De chef is een jonge Argentijn, Mauro Colagreco. Wat hij brengt, is een volkomen unieke en eigen interpretatie van de culinaire vernieuwing. Hij werd bekroond met een Michelinster, maar werkt niet met de gebruikelijke ingrediënten van Franse sterrenrestaurants. Sommige voorgerechten zijn alleen uit groenten samengesteld, maar dan wel groenten die hij pas uit zijn eigen moestuin heeft gehaald. In plaats van zeetong of tarbot geeft hij "gascon" als hoofdgerecht. Deze weinig bekende vis uit de Middellandse Zee, die een beetje aan makreel doet denken, bevat veel graten en wordt misschien daarom geschuwd door koks. Colagreco dient hem in zijn geheel op, maar volkomen ontgraat. De *cuisson* was van de meeste precieze die ik ooit in mijn leven heb geproefd, de smaak delicaat en verfijnd. Zeetong en tarbot zinken erbij in het niets. Colagreco's gevoel voor compositie is onovertroffen, zijn presentatie even eenvoudig als virtuoos, het samenspel van smaken hoogst subtiel en verfijnd. Dit is voor mij de echte keuken van de 21ste eeuw. Colagreco gebruikt wel inzichten uit de moleculaire stroming (zoals het garen op lage temperatuur), maar niet de technieken. Dit is een keuken van puur emotie, gevoel en opperste verfijning. Nooit betrap je hem op pretentie of demonstratie: alles blijft eenvoudig, *naturel*, gedoseerd en beheerst. Maar wat een perfectie en precisie! Voor wie geïnteresseerd is in een glimp van de culinaire wereld na het moleculaire tijdperk, is dit een ervaring om niet te missen. En o ja, voor een absoluut schitterend menu van vier gangen betaalde ik 55 €. Dat zal helaas niet blijven duren.

In de opmars en bekendheid van al deze restaurants heeft een nieuwe gids een grote rol gespeeld. Hij werd opgestart door voormalige medewerkers van GaultMillau die het conservatisme van de Franse keuken en van de culinaire journalistiek beu waren.

Ze besloten om de vernieuwing een duw in de rug te geven, en lanceerden de term "La Jeune Cuisine", waarbij "jong" niet zozeer voor leeftijd maar wel voor mentaliteit staat. De gids wil een alternatief zijn voor de gidsen van Michelin en GaultMillau, en in die hoedanigheid gebruik ik hem ook als ik in Frankrijk ben.

Door "La Jeune Cuisine" heb ik tot mijn grote verrassing ontdekt welke concentratie aan culinaire vernieuwing aanwezig is in een regio waar ik het niet had verwacht: Bretagne. In het bijzonder L'Amphitryon - in de voor het overige oersaai stad Lorient - staat in mijn culinaire geheugen gegrift. Ook Auberge des Glazicks in Plomodiern, La Vieille Tour in Plérin, Le Saint Placide in Saint-Servan-sur-Mer (bij Saint-Malo) en Aux Pesked in Saint-Brieuc zijn eethuizen waar de verfrissende creativiteit uit het bord springt.

Door deze heropleving in Frankrijk ging ook Italië zich vragen stellen. Ook daar heerst immers een grote culinaire traditie, alom geprezen en geroemd in de hele wereld. Maar ook daar trof je - hoewel minder uitgesproken dan in Frankrijk - het fenomeen van de verstarring aan, zoals ik onder meer mocht meemaken tijdens een peperdure en ontgoochelende culinaire ervaring in een van de zogenaamde toppers, de Enoteca Pinchiorri in Firenze. Gambero Rosso in San Vincenze was dan weer wel een schitterende belevenis in het klassieke register, maar dat restaurant is intussen gesloten. Osteria La Francescana in Modena bleek op een bepaald ogenblik de grootste stijger te zijn in de lijst van "The World's 50 Best Restaurants" van het Britse vakmagazine Restaurant en sponsor San Pellegrino. Alom werd dit restaurant geprezen als "vernieuwend". De intentie om de Spaanse vernieuwing te integreren in de Italiaanse keuken was inderdaad aanwezig, maar vaak met een amateuristisch resultaat. Dan was Le Calandre in Rubano van een merkkelijk hoger niveau, hoewel dat niet doorheen het hele menu werd aangehouden. Cracco in Milaan was consistent, maar bereikte dan weer niet het niveau van de topmomenten in Le Calandre.

In elk geval lijkt het erop dat Italië nog worstelt met de culinaire vernieuwing. Sommigen zeggen zelfs dat Italië die vernieuwing eigenlijk niet nodig heeft, en dat ze voor de traditionele keuken moet blijven gaan omdat die tijdloos is. Maar net zoals in Frankrijk, is het ook in Italië een achterhaald idee geworden dat je om het even waar heerlijk kan eten.

Een land dat we niet over het hoofd mogen zien, is Zwitserland. Philippe Rochat (van het Restaurant de l'Hôtel de Ville in Crissier vlakbij Lausanne) wordt beschouwd als de topchef van het land. Zonder echt vernieuwend te zijn, is hij een perfectionist met oog voor elk detail. Ik vergelijk zijn keuken met de precisie van een Zwitsers uurwerk. Maar het grote opkomende talent is zonder twijfel Andreas Caminada van het restaurant (en hotel) Schauenstein in Fürstenu, middenin een prachtige streek die Graubünden heet en waar ook fabuleuze pinot noirs gemaakt worden (zoals die van het wijndomein Gantenbein, die moeiteloos de grands crus uit Bourgogne evenaren). Om te beginnen is het restaurant ondergebracht in een schitterend historisch gebouw, dat het midden houdt tussen een klein kasteel en een herenhuis. De renovatie gebeurde met bijzonder veel smaak en respect. De bediening is ongedwongen en spontaan, maar tegelijk van topklasse. Per middag en avond wordt hier voor maximaal 26 mensen gekookt. Als je de uiterst precieze, gedetailleerd uitgewerkte, haast artistieke gerechten krijgt, begrijp je meteen waarom Caminada niet meer mensen kan en wil ontvangen. Ik kon niet meteen bedenken waar je in België of Frankrijk dit soort van culinaire ervaringen kan meemaken.

De meest recente golf van culinaire vernieuwing kwam uit een groep landen die - net zoals de Angelsaksische landen - voordien nooit het enthousiasme van de foodies had kunnen opwekken: Scandinavië. Toen ik voor de eerste keer naar Noma in Kopenhagen ging, en daarna naar Oaxen Krog op het eiland Oaxen nabij Stockholm en naar de brasserie van Mathias Dahlgren in Stockholm zelf, verkeerde ik nog dagen nadien in een soort van culinaire shock. Het gevoel was vergelijkbaar met mijn allereerste keer bij elBulli. Ondanks het feit dat mijn restantrubriek in De Standaard Magazine zich beperkt tot België (en af en toe Nederland), kon ik het niet laten er melding van te maken. "Foodies, ga daarheen", schreef ik. "In Scandinavië is een culinaire revolutie aan de gang, vergelijkbaar met die van tien jaar geleden in Spanje. Het niveau is op alle vlakken verbluffend hoog: vers, verfijnd, licht, origineel, creatief. Tegelijk is het palet van smaken anders dan wat wij gewoon zijn, met veel rinse, zilte, gepekelde, gerookte, minerale en aardse toetsen, in lijn met de culinaire tradities en ingrediënten van het hoge noorden. Een revelatie."

Ik dacht op een bepaald ogenblik dat ik alles had gezien en geproefd. Maar toen kwamen de Scandinavische chefs.

In de meest recente top 50 van beste restaurants ter wereld van het Britse vakmagazine Restaurant, heeft Noma intussen elBulli verdreven van de eerste plaats.

10. Koken de media over?

Wie tien jaar geleden had voorspeld dat koks ooit even beroemd zouden zijn als rocksterren, was wellicht meewarig weggelachen. Vandaag is het zover. Koks zijn uit hun keuken gekomen, en begeven zich in de wereld van business, media en entertainment. Vooral sterrenchefs lanceren nevenactiviteiten zoals de publicatie van kookboeken, tv-programma's, kant-en-klaarmaaltijden en kookgerei onder hun naam, *consultancy* voor grote hotel- en restaurantketens, reclame voor ingrediënten en voedingsmerken, enzovoort. De naam van de kok wordt een merk. En marketingtechnieken worden ingezet om dat merk bekender en geliefder te maken. Voeding en drank hebben een belangrijk marketingvoordeel ten opzichte van vele andere producten: mensen hebben van nature honger en dorst, meerdere keren per dag zelfs. Dat is een *salestrigger* waarvan vele andere bedrijven alleen maar kunnen dromen.

Maar er zijn veel aanbieders op de markt, en het komt er dus op aan origineler te zijn, op te vallen, bekender te worden. De grote merken van de voedings- en drankenindustrie proberen dat voortdurend, maar het publieke vertrouwen in de industriële producenten is afgenomen. Mensen slikken – letterlijk - niet meer alles. Hun culinaire kennis en interesse zijn toegenomen, samen met hun bezorgdheid om de herkomst van producten, de voedselveiligheid, de gezondheid. Vandaar dat ze op zoek gaan naar vertrouwenspersonen, van wie ze geloven dat die hen geen verdachte voeding in de maag zullen splitsen. Bekende koks blijken perfect geschikt om die rol te vervullen.

Daarnaast is er de wereldwijde explosieve groei van de media- en entertainment-industrie, en haar onstilbare honger naar *content*. Waarmee kon men het publiek nog boeien naast sport, muziek, film, mode, videogames ...? Het was tijd voor iets nieuws: eten en drinken. Het publiek reageerde enthousiast. Voeding werd meer dan een biologische behoefte, het ging om sfeer, smaak, genieten, ontspannen, ontdekken, glamour, vriendschap, *fun*. Kortom: alle ingrediënten waarrond de entertainmentbusiness haar successen bouwt. Koks groeien dan ook uit tot echte sterren, en worden zelfs aanbeden door zij die reeds een ster waren.

Het is moeilijk te zeggen wie de eerste grote "culinaire vedette" was. In Frankrijk exploiteerden sterrenchefs als Paul Bocuse en Georges Blanc al in de jaren 1980 hun "merknaam", onder meer met een eigen lijn van voedingswaren. Zij traden toen ook al op in tv-programma's, en kookboeken van de grote Franse koks zijn er altijd geweest. Maar een echte wereldwijde hype kwam er pas met een jonge twintiger, die tot dan alleen als hulpje in de keuken had gewerkt, en bovendien uit een land van culinaire barbaren kwam: Jamie Oliver uit Groot-Brittannië. De rol van de media bleek cruciaal. Zonder de BBC-reeks "The Naked Chef" had Jamie Oliver nooit zijn wereldwijde bekendheid kunnen veroveren. Maar het moet gezegd: hij miste de kans niet die hem werd geboden. Hij veranderde radicaal de manier waarop over koken werd gepraat op de televisie. De kok was jong en ging gekleed in jeans, zijn stijl was totaal on-schools, de gerechten waren voor iedereen bereikbaar, koken en eten werden hip. De programma's werden verkocht aan meer dan 40 landen, de boeken van Jamie Oliver werden wereldwijde bestsellers, hij werd ingehuurd door de Britse supermarktketen Sainsbury's en trad zelfs op in haar reclamespots, er ontstonden fansites, enzovoort.

Roem heeft zijn keerzijde. Toen Oliver in Londen het restaurant Fifteen opende waarin hij jonge werklozen aan het werk zette, kreeg hij bakken kritiek voor de matige kwaliteit en exuberante prijzen (wat ik overigens zelf ook heb kunnen vaststellen). Hij werd aangevallen omdat hij voor Sainsbury's producten aanpreef die helemaal niet zo gezond of authentiek bleken te zijn. Maar toen hij een project opstartte voor betere voeding in de scholen, werd hij ontvangen door de toenmalige premier Blair en draaide de publieke opinie weer bij.

Dat een jonge snaak die nog niets bewezen had (en godbetert uit Engeland kwam) zo'n wereldsucces kreeg, moet heel wat Franse chefs de ogen hebben uitgestoken. Maar het is geen toeval dat precies de Angelsaksische landen het culinaire voortouw nemen: zij hebben niets te verliezen, en alles te winnen. Landen als Frankrijk en Italië, algemeen beschouwd als culinaire referenties, dachten dat hen niets kon gebeuren. Maar ze werden in razende vaart voorbijgestoken. Antonio Carluccio – ook een kok die drukbekeken tv-programma's maakte – mocht dan wel een Italiaan zijn, maar zijn restaurant was wel gevestigd in Londen. En na Jamie Oliver dook opnieuw

een Brits culinair mediafenomeen op: Nigella Lawson. Niet eens een kokkin, maar een *culinair redactrice*.

De Franse chefs lieten zich niet onbetuigd. Ook zij begonnen aan hun "merk" te werken. Wie daar het best in slaagde, is Alain Ducasse. Hij wordt beschouwd als een van de grootste chefs in Frankrijk, de enige die drie Michelinsterren wist te veroveren in drie restaurants: Plaza Athénée in Parijs, Louis XV in Monaco en het restaurant van het Dorchester hotel in Londen. Hij heeft ook een keten van "luxe-auberges" doorheen Frankrijk uitgebouwd: "Les Auberges d'Alain Ducasse". De prijzen zijn er hoog, de Ferrari's uit Monaco staan voor de deur. In Parijs, Tokyo en New York heeft hij een luxe-bistrot onder de naam Benoit geopend. In Parijs, Saint-Tropez, Mauritius en Hong Kong lanceerde hij een eigentijds restaurantconcept onder de merknaam Spoon. En hij superviseert het restaurant van Hotel Essex House in New York.

In Spanje verlegde Ferran Adrià de grenzen van wat een kok kan, zowel in zijn keuken als op het zakelijke vlak. Zijn restaurant elBulli werd op korte tijd wereldberoemd, en meteen gebruikte Adrià die bekendheid om andere projecten op te starten. Zo ontstond een keten van luxehotels onder de naam elBulli. En samen met de NH Hoteles Group (de derde grootste Europese keten van businesshotels) ontwikkelde hij nieuwe restaurantconcepten: de "nhube", een plek waar voeding, muziek, boeken en media samenkomen, en "Fast Good", waarmee hij wil bewijzen dat "fast food" lekker en gezond kan zijn. Zijn gamma van ingrediënten onder de naam Texturas - om op een makkelijke manier de effecten van de moleculaire keuken te bekomen - is al goed gekend door de internationale gemeenschap van koks, maar zal wellicht stilaan ook de grootdistributie binnengeloodst worden, zodat gewone moeders en vaders ze kunnen kopen en in hun huiselijke keukens gebruiken. De tijd dat de klassieke maizena zal vervangen worden door het Texturas-product Xantana, en de gelatinebladen door Agar, is niet meer veraf.

En België? Een van de voorlopers was hier Piet Huysentruyt. Hij had ooit de ambitie om een vernieuwende kok te zijn (in zijn restaurant in Wortegem-Petegem), maar besliste "BV-kok" te worden op VTM. Dat zorgde voor zoveel "merkbekendheid" dat hij eigen kookboeken, voedingswaren en kookgerei op de markt kon brengen.

Op de lifestyle-zender Vitaya werd Guy Van Cauteren (van 't Laurierblad in Berlare) aangezocht als tv-kok. Christer Elfving, de Zweed die Vlaanderen verraste met een creatieve versie van de Scandinavische keuken, was vaker op de televisie te zien dan in zijn eigen keuken. Of er een oorzakelijk verband is met het failliet van zijn restaurant Absoluut Zweeds, blijft de vraag. En de piepjonge Jeroen Meus begon nog maar net succes te hebben in restaurant "Boardroom" in Heverlee, of hij kreeg al een aantrekkelijk aanbod van VTM om de "Jamie Oliver van de Lage Landen" te worden. Hij richtte een eigen bedrijf en management op: je kon hem nu inhuren voor media en evenementen, net zoals een muzikant. Nadien opende hij alsnog zijn eigen restaurant, Luzine in Leuven. Intussen verhuisde hij naar de VRT, waar hij onder meer een rubriek in De Laatste Show verzorgde, en een eigen programma op Canvas, "Plat Préféré". Op laatstgenoemde zender volgde nog het programma "In de Keuken", waarin acteur Wim Opbrouck op bezoek ging bij grote koks, en vervolgens bij enkele Bekende Vlamingen die een menu van deze koks trachtten na te maken. De vervechting tussen koks enerzijds, en figuren uit media en entertainment anderzijds, was daarmee compleet.

De grootste mediahype van de laatste jaren is zonder enige twijfel het VTM-programma "Mijn restaurant", waardoor driesterrenkok Peter Goossens een mediavedette werd. Wellicht onder invloed daarvan lanceerde de zender een ander kookprogramma, "Chef in Nood", waar koks als Luc Bellings en Stéphane Buyens collega's in slabakkende restaurants gingen helpen. Ook andere tv-zenders zoals VT4 voelden zich geroepen om programma's rond eten en koken op het scherm te brengen. Het mediabedrijf Studio 100 (van o.m. Gert en Samson en Kabouter Plop) lanceert binnenkort, samen met Peter Goossens, zelfs een volledige digitale tv-zender rond koken, onder de merknaam "Njam!"

Men gaat dus steeds verder weg van de oorspronkelijke programma's waarin een bekende kok advies, tips en recepten geeft aan de kijkers. Eten en koken worden thema's waarrond een volledig entertainmentformat wordt opgezet (en nu zelfs een volledige tv-zender). Net zoals er een systematische zakelijke samenwerking is gegroeid tussen de media enerzijds en de sport- en muziekbusiness anderzijds, gebeurt dat nu ook tussen de media en de culinaire business.

Belgische koks zetten ook de stap naar het commerciële circuit van de grootdistributie. Pierre Wynants van Comme Chez Soi bracht plots onder zijn naam kant-en-klaarmaaltijden in de supermarkt. Andere chefs volgden: Peter Goossens van Hof van Cleve, Yves Mattagne van Sea Grill, Wout Bru van Le Bistrot d'Eygalières, Bart Desmidt van Bartholomeus ... Twee van hen, Mattagne en Bru, figureerden zelfs in tv-commercials van Delhaize, die de maaltijden commercialiseert. Het hoeft geen verwondering te wekken dat koks graag meegaan in deze evolutie. In de beslotenheid van hun keuken moeten ze vele uren kloppen om uiteindelijk niet zoveel te verdienen. Media-aandacht en nevenactiviteiten maken het mogelijk om een multiplier-effect te creëren en beter beloond te worden voor hun werk. De uitdaging blijft om dit te combineren met het behoud van de kwaliteit in hun restaurant. Want ondanks alles blijft dat voor de meesten het uithangbord waarmee alles staat of valt.

Frank Fol, eigenaar en kok van restaurant Sire Pynnock in Leuven, besliste niettemin om zijn restaurant te verkopen. Hij had al eens een tv-programma gehad op het toenmalige TV1, "Mondfol". Onder meer daardoor werd hij bekend als "groentekok". Naast zijn activiteit als kok in zijn restaurant startte hij met een consultingbedrijfje, "Future Food". Hij gaf advies aan industriële voedingsbedrijven en stond mee aan de wieg van de gezonde fastfoodketen Exki. Daardoor leerde hij andere mensen uit het bedrijfsleven kennen, waaronder Peter Van Roy, een voedingsingenieur die al vele productielijnen had opgestart voor grote voedingsbedrijven. Die wilde zijn eigen zaak en vroeg aan Frank Fol of hij niet wilde meedoen. Dat was voor Fol de aanleiding om het restaurantleven vaarwel te zeggen. Hij werd mede-eigenaar van het bedrijf Veggie Painter. Dat bedrijf produceert groentesauzen en –garnituren, waaronder een product waarop Fol een patent heeft: de "légumaise", een vervanger voor mayonaise op basis van groenten, met een veel lager vetgehalte. Het bedrijf heeft nu meer dan 30 verschillende légumaises, tapenades, coulis, pesto's, chutneys ..., allemaal op basis van groenten. Veggie Painter is gevestigd op enkele honderden meters van de Mechelse groenteveiling, zodat de groenten supervers zijn als ze verwerkt worden. Grote klanten zijn Exki en Delhaize.

Om de cirkel compleet te maken, richtte Fol ook een bedrijfje op om al zijn communicatie-activiteiten te bundelen: kookboeken, media-optredens, evenementen

enzovoort. Hij wordt onder meer door Belgische zakenlui en ambassades in het buitenland gevraagd om als vertegenwoordiger van de Belgische gastronomie op te treden, zowel in Europa, Azië als Afrika. "Het culinaire is belangrijk geworden voor het imago van een land, net zoals de sport", vertelde hij daarover, "Koks worden vandaag ook gekocht door bedrijven, zoals voetbalvedetten. Dat kan leiden tot het snel opbranden van een talent, zoals met Gilles De Bilde is gebeurd in het Belgische voetbal. We gaan naar een vedettencultus in het koken, maar sommigen gaan daardoor te snel zweven."

Groeiende zakelijke belangen enerzijds, en een toegenomen aandacht van de media anderzijds, leiden tot een situatie waarin vermenging van beide onontkoombaar wordt.

In hun zoektocht naar *content* om hun publiek te blijven boeien en zo mogelijk een nieuw publiek aan te trekken, hebben de media bekende koks nodig. Omgekeerd hebben deze koks - om nog bekender te worden en meer zakelijk succes te genereren - de media nodig. Beide hebben dus een belang bij constructieve samenwerking, wat dan ook gebeurt.

Het gaat overigens niet alleen om koks. Ook andere spelers in de culinaire wereld hebben de weg naar samenwerking met de media gevonden: restaurantgidsen zoals die van GaultMillau en Michelin, uitgeverijen van kookboeken, organisatoren van culinaire events, invoerders van voedingsproducten en wijnen ... Allemaal hebben ze begrepen dat de media inzetbaar zijn om hun zakelijke belangen te dienen, zolang ook de belangen van de media gediend zijn. Eén van de noodzakelijke voorwaarden om in de media aan bod te komen, kennen ze zeer goed: het moet om *nieuws* gaan. Vandaar dat bijvoorbeeld de gidsen zich doelbewust inspannen om elk jaar met nieuwe bekroningen van koks en restaurants uit te pakken, zelfs als daar geen objectieve reden toe is. Net zoals in de reclame wordt het "NIEUW!"-imago belangrijker dan de realiteit. Al jaren blijven de gidsen eigenlijk in hetzelfde kringetje van dezelfde koks rondraaien. Dat daarbij het ene jaar de ene kok, en het andere jaar een andere kok wordt bekroond, wordt in wezen een arbitraire beslissing, eerder ingegeven door het feit dat er nieuws nodig is, dan dat ze op een onderbouwde argumentatie zou gesteund zijn. Het verwondert mij telkens weer hoe de meeste media daarin slaafs meegaan.

Precies omdat ik uit de reclamewereld kom, herken ik maar al te goed de technieken die aangewend worden door allerhande spelers uit de culinaire sector om in de media op een positieve manier aan bod te komen. En vaak sta ik versteld van de hoeveelheid positieve aandacht die de media zomaar gratis en kritiekloos weggeven.

In de reclame is het mijn vak om bedrijven (en eventueel personen) van hun positieve kant te laten zien. Precies daarom is een vrije column over wijn en restaurants een welkome afwisseling voor mij. Hierin wil ik dan ook de volledige onafhankelijkheid die ik in mijn vakgebied niet heb. Tot mijn verrassing zie ik echter meermaals dat professionele journalisten gewoon overnemen wat anderen - op zoek naar positieve aandacht in de media - hen voorkauwen. In dat geval oefenen zij eigenlijk mijn vak uit: reclame. Tegen een veel goedkoper tarief. Vaak zelfs helemaal gratis.

Twee voorbeelden maken dit duidelijker. Toen de Eerste Sommelier van België in 2008 een jonge vrouw bleek te zijn, Hilde Jonckheere, waren de media er snel bij om dit in de verf te zetten en haar als de nieuwe vedette van de wijnwereld te lanceren. Jonckheere zegde kort daarna haar job als sommelier op, om een eigen "bed & breakfast" annex restaurant te beginnen in Jabbeke, onder de naam "Tannine et Cuisine". Zowel in het persbericht als op de website werd "Tannine et Cuisine" als een gastronomisch wijnparadijs voorgesteld, en zo werd het ook in de media gebracht. Ik trok er naartoe voor de restaurantrubriek, en moest ter plaatse vaststellen dat niet alleen het kader, maar ook en vooral het eten, helemaal niet overeenkwamen met de kwaliteit die was voorgespiegeld. Integendeel: het was een diepe teleurstelling, niet meer waard dan één bordje. De conclusie lag voor de hand: al die journalisten die "Tannine et Cuisine" lyrisch hadden aangekondigd in hun media, waren er gewoon niet geweest. Ze hadden zich gebaseerd op de informatie die de eigenaars zelf hadden verstrekt. Ik kon het weten: ik had die informatie ook gekregen en gelezen. En ik zag nadien dat de mediaberichten opvallend gelijklopend waren.

Iets gelijkaardigs gebeurde met de opening van de maritieme brasserie "Pure C" van de beroemde kok Sergio Herman van het al even beroemde driesterrenrestaurant Oud Sluis. Zeker ten opzichte van zo'n monument zie je de kritische zin van de media nog meer wegebben. Wie zou Sergio Herman tegen de haren durven te strijken? Je mag nadien misschien niet meer binnen in zijn restaurant, laat staan dat je nog zou uitgenodigd worden voor een perslunch.

Nog vòòr deze brasserie openging, kreeg ze al een vloed van verheerlijkende redactionele aandacht in de media. Het "Pure C"-concept, uitgewerkt door Sergio Herman, werd uitgebreid uit de doeken gedaan: alles stond in het teken van "pure sea". Toen ik ter plaatse was, merkte ik dat dit niet klopte in het belangrijkste onderdeel van een brasserieconcept: de spijskaart. Daar trof ik uit de zee alleen oesters en baars aan, verder moest je het doen met onder meer "Black Angus BBQ met dikke frieten" of een Thais gerecht onder de naam "Tom ka kai" (met kip en krab). Ik zag ook gietijzeren schotels met gestoofd vlees passeren, horend bij de menu's. Waarom had ik dat uit de media niet vernomen? Je had niet eens naar het restaurant moeten gaan om het op te merken: één blik op de spijskaart had het al duidelijk gemaakt. Maar wellicht was de spijskaart nog niet klaar op het ogenblik dat het artikel moest verschijnen.

Net zoals in de meeste bedrijven is er ook in de mediabedrijven altijd een gebrek aan tijd en een gebrek aan middelen. Vandaar dat men niet elk bericht uit elke hoek kan natrekken, laat staan dat men ter plaatse zou kunnen gaan om het te onderzoeken. De wereld draait door, een dag duurt maar 24 uur, de drukpersen worden 's avonds in gang gezet, en de concurrentie - die het bericht al kan brengen terwijl jij het nog onderzoekt - loert altijd om de hoek.

De culinaire sector heeft natuurlijk geen grote maatschappelijke relevantie. Maar misschien is het wel een miniatuurvoorbeeld van wat er ook in andere sectoren gebeurt.

Media-aandacht, gecombineerd met de aandacht vanwege de gidsen die ook een tandje moeten bijsteken om nog gehoord te worden, leidt uiteraard tot meer bekendheid van de restaurants in kwestie. Dat leidt dan weer tot meer klanten, en het economische gevolg laat zich raden: meer vraag leidt tot hogere prijzen.

Je kan het zo voorspellen: restaurants die op een bepaald ogenblik in de kijker lopen, laten dat in de meeste gevallen snel volgen door een verhoging van hun prijzen.

Restaurants die minder aandacht krijgen, houden hun prijzen angstvallig op peil.

Sowieso hebben de meeste restaurants, in de door mij onderzochte periode tussen 2005 en 2010, hun prijzen met 10% opgetrokken. Gezien de inflatie kan dat als normaal beschouwd worden. Maar een aantal restaurants doet duidelijk beter.

Sinds het restaurant La Durée in Izegem goede recensies en een Michelinster kreeg, ging de prijs van het menu in vier gangen omhoog van 50 naar 70 €, en in vijf gangen van 60 naar 80 €. Voor Clandestino gebeurde hetzelfde: het menu in vier gangen steeg van 55 naar 65 €. De Jonkman trok de prijs van vier gangen op van 50 naar 70 €. Het lunchmenu van C-Jean in twee gangen, dat op 25 € stond, werd plots 35 €. Cuisinémoi ging van 40 naar 48 € voor vier gangen, en van 50 naar 65 € voor vijf gangen. 't Zilte (bekroond met een tweede ster en vaak aanwezig in de media) vindt zijn menu in vijf gangen nu 95 € waard, terwijl het enkele jaren geleden nog 80 € kostte. Hetzelfde gebeurde met het menu van zeven gangen: van 90 naar 115 €. Sofie Dumont van het restaurant Les Eleveurs werd "Lady Chef of the Year", en dat vertaalde zich in de prijs van het menu in drie gangen (van 39,5 naar 49,5 €) en in vijf gangen (van 59,5 naar 69,5 €). Little Asia, waarvan de eigenares eveneens vaak in de media kwam, trok haar viergangenmenu op van 30 naar 45 € (al moet ik daar eerlijkheidshalve aan toevoegen dat ook de kwaliteit gevoelig verbeterd is). Een andere sterke stijger is Zeno in Brugge: van 40 naar 55€ (vier gangen), van 50 naar 65 € (zes gangen) en van 55 naar 70 € (zeven gangen). Ook De Godevaart in Antwerpen laat zich niet onbetuigd: van 45 naar 75 € (vijf gangen), van 54 naar 90 € (zes gangen) en van 63 naar 105 € (zeven gangen).

Deze prijsevolutie werd alleen gemaakt voor menu's met hetzelfde aantal gangen. Heel wat restaurants veranderen hun formules geregeld. Zo is plots een bepaald aantal gangen niet meer verkrijgbaar (zodat je bijvoorbeeld de prijs van een driegangenmenu van vijf jaar geleden niet meer kan vergelijken met de huidige prijs, omdat er alleen nog een viergangenmenu verkrijgbaar is). Andere zaken bemoeilijken eveneens een helder zicht op de prijzen: sommige menu's zijn alleen 's middags verkrijgbaar of niet op vrijdag- en zaterdagavond, sommige prijzen zijn inclusief koffie en/of een glas wijn en/of aperitief, enzovoort. Sommige restaurants vermelden zelfs het aantal gangen niet meer en presenteren "degustatiemenu's" die uit vele kleine creaties bestaan die je nauwelijks als een echte gang kan beschouwen. Maar de algemene tendens is wel duidelijk: de prijzen zijn gestegen, en door meer media-aandacht stijgen de prijzen nog meer. De btw-verlaging op het eten, doorgevoerd in 2010, heeft vrijwel nergens tot een prijsdaling geleid. De meeste

restaurants bezorgen hun klanten niet eens een uitsplitsing van de btw op het eten en op de drank.

Met de groeiende aandacht van de media duikt ook in het culinaire domein een fenomeen op dat in andere sectoren en andere landen al veel actiever is: de public relations (meestal aangeduid met zijn afkorting "pr"). Bedrijfjes of personen die zich daarin specialiseren, werken in opdracht van klanten die uit zijn op positieve aandacht in de media. Alleen plegen zij daartoe geen ruimte in de media aan te kopen (zoals reclamebureaus dat doen), maar proberen zij aandacht los te weken op de redactionele pagina's. In de culinaire sector zijn die klanten vaak koks en restaurants. Maar ook voedings- en wijnbedrijven en tv-figuren doen een beroep op de technieken van public relations.

Wie via pr in de media aan bod wil komen, betaalt in principe niet rechtstreeks voor de mediaruimte of zendtijd. Er wordt ingespeeld op twee zaken waaraan het mediaredacties altijd ontbreekt: tijd en geld. (Of dat gebrek er echt is, of dat de aandeelhouders van de mediabedrijven gewoon meer winst willen, is voer voor discussie.)

Op het gebrek aan tijd spelen de pr-bedrijven in door nieuws, verhalen of reportages al zodanig voor te bereiden dat de inspanning vanwege de journalisten beperkt kan blijven. Op het gebrek aan geld wordt ingespeeld door bijvoorbeeld fotomateriaal en productstalen ter beschikking te stellen, gratis uitnodigingen voor evenementen te voorzien, reis- en verblijfskosten te betalen, geschenken voor lezers (en journalisten) te bezorgen, de toezegging te doen om een pakket traditionele reclameruimte aan te kopen, enzovoort. Stilaan dringt ook het gebruik door om daarbovenop nog een rechtstreekse financiële bijdrage te leveren, al of niet verpakt onder de noemer "sponsoring". Het is evident dat hier een grijze zone ontstaat, waarin het onderscheid tussen journalistiek en reclame vervaagt.

Vanuit de culinaire sector is de meest toegepaste pr-techniek het uitnodigen van journalisten op perslunches of het aanbieden van een lunch of diner naar keuze voor twee personen. Het onderscheid tussen beide is belangrijk.

Een perslunch wordt meestal georganiseerd bij de opening van een nieuw restaurant, bij belangrijke veranderingen (zoals een nieuwe kok of een nieuw interieur), of bij evenementen zoals het tienjarig bestaan van een restaurant. Iedereen die over

restaurants schrijft of programma's maakt, wordt dan gezamenlijk uitgenodigd, meestal op een middag. Zulke bijeenkomsten stellen de recensent in staat om een eerste idee te krijgen van een nieuw restaurant, of om op de hoogte te blijven van de evolutie van een restaurant. Indien ik over datzelfde restaurant nadien een recensie wil schrijven, ga ik er opnieuw naartoe, waarbij ik zoals altijd onder een andere naam reserveer en dus onaangekondigd kom. Attente lezers zullen opmerken dat de kans in dat geval groter is dat de kok mij zal herkennen, gezien het feit dat ik op de perslunch aanwezig was. Tot mijn grote verrassing valt dat nogal mee, omdat op perslunches vaak zoveel volk rondloopt dat je als individuele recensent minder opvalt. Kwatongen beweren dat er koks zijn die goed kunnen doen alsof ze iemand niet (her)kennen. Helemaal anders is de praktijk om recensenten, journalisten of andere mediaprofessionals elk afzonderlijk uit te nodigen om in een restaurant te komen eten (meestal voor twee personen). Je wordt in dat geval verzocht het pr-bureau te contacteren, zodat die de reservatie kan regelen. Uiteraard is het restaurant op de hoogte van de dag en het uur dat je komt, en het spreekt voor zich dat de nodige zeilen dan bijgezet worden om de maaltijd vlekkeloos te laten verlopen. Zulke uitnodiging kan interessant zijn om de evolutie van een kok te volgen. Maar ze mag nooit gekoppeld worden aan een recensie, omdat die dan onvermijdelijk gekleurd is. Sommige pr-bureaus staan toe dat de uitgenodigde recensent toch onaangekondigd en anoniem kan gaan eten. Je krijgt dan een brief die je pas na de maaltijd afgeeft aan het restaurant, zodat je de rekening niet hoeft te betalen. Uiteraard heeft het pr-bureau aan het restaurant gemeld wie zo'n brief gekregen heeft, en op welke datum. De kok weet dan niet op welke dag welke recensent zal komen, maar hij weet natuurlijk wel dat hij meer dan waarschijnlijk in de komende dagen of weken bezoek zal krijgen. De recensent maakt zich na de maaltijd kenbaar door het afgeven van de "betalingsbrief". Deze methode mag dan al iets aanvaardbaarder lijken (omdat je eigenlijk onaangekondigd bent gekomen), maar het feit blijft dat je een "geschenk" hebt gekregen en dus eigenlijk schatplichtig bent geworden aan de restauranthouder en/of het pr-bureau. Want stel dat het eten is tegengevallen: kan je dat dan nog schrijven? Eén keer misschien wel. Maar zal het pr-bureau nadien nog hetzelfde risico willen lopen met een ander restaurant? Ten slotte heeft het pr-bureau er belang bij dat de recensies positief zijn: het riskeert anders het restaurant als klant te verliezen.

Waarom zou een restaurant immers blijven betalen voor pr-diensten en voor gratis diners als de resultaten negatief zijn?

Men moet niemand iets wijsmaken: wie systematisch uitnodigingen begint te aanvaarden met het oog op een recensie, kan niet meer op dezelfde manier te werk gaan als voorheen. Je wordt een radertje in een pr-machine, dat af en toe voor de vorm wat kan tegensputteren, maar er eigenlijk in het algemeen toe bijdraagt dat de publiciteitsmachine vlot blijft draaien.

Het is niet altijd makkelijk om daar volledig buiten te blijven. Allereerst moet je als individuele recensent de nodige middelen krijgen van het medium waarvoor je werkt: de rekeningen van de restaurants moeten betaald worden, en de tijd die je er insteekt, moet fair vergoed worden. Dat is niet overal het geval, waardoor de recensent begrijpelijkerwijs manieren zoekt om toch zijn job te kunnen doen tegen een redelijke verloning.

Maar zelfs als die fundamentele voorwaarde vervuld is, dan nog word je - ongevraagd - aan bepaalde invloeden blootgesteld. Zo is het mij al meermaals overkomen dat ik door de naam op mijn kredietkaart herkend werd, waarna de kok naar mijn tafel kwam en op mij begon in te praten. Soms wordt dan een vorm van emotionele chantage gepleegd: hij is nog maar net begonnen en heeft het financieel moeilijk (te meer omdat hij pas een kindje heeft gekregen), of er liep vandaag wel een en ander fout in de keuken omdat een van zijn medewerkers zich lelijk verwond had aan de hand.

Ook wordt soms het aperitief of de wijn aangeboden. De recensent die zijn deontologie hoog in het vaandel draagt, sputtert dan tegen, maar hoe kan hij zich verzetten tegen een kok die een bepaald bedrag mordicus niet op de rekening wil zetten? Hij zou dat bedrag gewoon op de tafel kunnen achterlaten, maar dat moet hij dan wel uit eigen zak betalen. Hij beschikt immers niet over een officieel betalingsbewijs dat hij aan de boekhouding van zijn opdrachtgever moet voorleggen om terugbetaald te worden.

Ik heb ook al meegemaakt dat ik pas thuis merkte dat bepaalde zaken ongevraagd en onaangekondigd niet waren aangerekend. Wat kan je doen in zo'n geval? Terugbellen naar het restaurant en het rekeningnummer eisen zodat je het bedrag alsnog kan storten?

Ik heb al overwogen niet langer met mijn eigen kredietkaart te betalen. Maar dan moet ik telkens wel iemand anders bereid vinden om voor mij te betalen, waarna ik het bedrag kan terugstorten.

Door ervaring wijzer geworden, weet ik nu: wat de recensent ook doet, altijd kan hij in een onverwachtse situatie verzeild raken waarop hij ogenblikkelijk moet reageren, met soms een verkeerde reactie tot gevolg.

Zo werd ik ooit door een bevriend koppel voor mijn verjaardag uitgenodigd in een gereputeerd sterrenrestaurant, waar de kok mij kent. Na het diner kwam hij mij groeten en meldde hij dat de rekening slechts voor twee personen was opgemaakt (in plaats van voor vier). Dat bracht mij in een zeer vervelende situatie, omdat mijn vrienden de rekening zouden betalen (wat de kok uiteraard niet wist). Kon ik er op aandringen om die rekening te verdubbelen, wetende dat ik daarmee mijn vrienden op kosten joeg?

Ik heb het toen maar zo gelaten. Maar eens te meer beseft ik hoe snel je je op een hellend vlak kan bevinden. En dat je eigenlijk maar beter strikt blijft in die zaken. En de strikte regel is dat je alleen een recensie schrijft als je de rekening betaald hebt. Overigens valt het mij op dat ik de laatste tijd niet meer uitgenodigd word door pr-bureaus waarvan ik vroeger wel uitnodigingen kreeg. Is dit de tol die je betaalt door ook negatieve recensies te schrijven? Dat heeft een nadeel: je bent via de pr-kanalen niet meer op de hoogte van de opening van nieuwe restaurants, in tegenstelling tot je collega-concurrenten. Dus moet je je toevlucht nemen tot andere kanalen, wat meer werk inhoudt.

Naast mijn columns over gastronomie en wijn heb ik altijd een andere job gehad. Ik ben dus geen beroepsjournalist. Maar door dichterbij dat vak te staan, merk ik wel hoe moeilijk het voor de individuele journalist is om aan het professionele ideaal van nauwkeurigheid, objectiviteit en onafhankelijkheid voortdurend te voldoen. Er is, zoals gezegd, de constante druk van tijd en middelen, maar ook de druk van de verkoop, van de concurrentie en van het publiek zelf, dat sneller dan vroeger in de pen kruipt, giftige mails stuurt, haar ongenoegen via allerhande nieuwe media ventileert, een advocaat inschakelt of over het hoofd van de journalist heen rechtstreeks naar de hoofdredactie of zelfs de algemene directie stapt. Gelukkig beweeg ik mij slechts in de relatief kleine wereld van het eten en drinken, waar de druk nog meevalt omdat de

belangen minder groot zijn dan in sommige andere sectoren. Ik vraag mij soms af hoe je in die andere sectoren met de druk omgaat.

Uiteindelijk is er iets wat de druk altijd verlicht, en dat is de passie, de belangrijkste drijfveer waarom ik over eten en wijn schrijf. Het is ook de reden waarom ik zo diep ontgoocheld kan zijn over een kok die geen moeite doet, en laaiend enthousiast over degene die er elke keer weer staat om zijn klanten een schitterende maaltijd te bezorgen.

Ik heb trouwens gemerkt dat het ook de passie is die de echt goede koks onderscheidt van de andere. Waar geen passie is, daar eet je niet goed.

Vijf jaar vier bordjes (2005-2010)

Onderstaande alfabetische lijst is een bijgewerkt en aangepast overzicht van de restaurants waar ik de afgelopen vijf jaar van een uitstekende verhouding tussen prijs en kwaliteit heb genoten.

Het vervolg leest u elke zaterdag in De Standaard Magazine.

Afoodaffair, Korte Meer 25, 9000 Gent, tel. 09/224.18.05, www.afoodaffair.be.

Versbereide oosterse gerechten in een trendy sfeer.

Bartholomeus, Zeedijk 267, 8301 Heist aan Zee, tel. 050/51.75.76,

www.restaurantbartholomeus.be. Verfijning en evenwicht in een stijlvol kader.

Bistro Vin d'Ou, Terlinckstraat 2, 2600 Berchem, tel. 03/230. 55.99,

www.vindou.be.

Focus op pure en eerlijke producten, met flair tot in het bord gebracht door de voormalige kok van Dock's Café.

Bon-Bon, Karmelietenstraat 93, 1180 Brussel, tel. 02/346.66.15, www.bon-bon.be.

Dagverse aanvoer van topproducten van uitgelezen herkomst, loepzuiver bereid door een fijnzinnige *artisan-cuisinier*.

Chai Gourmand, Chaussée de Charleroi 74, 5030 Gembloux, tel. 081/60.09.88,

www.chaigourmand.be. Eigentijdse terroirkeuken met smaak.

Le Chalet de la Forêt, Lorrainedreef 43, 1180 Brussel, tel. 02/374.54.16,

www.lechaletdelaforet.be. Franse topkeuken met vernieuwende accenten, in een chique sfeer.

C-Jean, Cataloniëstraat 3, 9000 Gent, tel. 09/223.30.40, www.c-jean.com.

Sprankelende culinaire creaties van een van onze grootste jonge talenten.

Clandestino, Willem Van Doornyckstraat 2, 9120 Haasdonk, tel. 03/755.85.89, www.clandestino.nu. Veel aandacht voor groenten in deze verfrissende creatieve keuken.

Couvert Couvert, Sint-Jansbergsesteenweg 171, 3001 Heverlee, tel. 016/29.69.79, www.couvertcouvert.be. Kader, bediening, wijn en eten van hoog niveau, in een informele sfeer.

Cuchara, Lepelstraat 3, 3920 Lommel, tel. 011/75.74.35, www.cuchara.be. Wervelende gerechten van een creatieve en technisch begaafde jonge kok.

Cuisinémoi, rue Notre Dame 44, 5000 Namur, tel. 081/22.91.81, www.cuisinemoi.be. Een van de beste vertegenwoordigers van de gepassioneerde jonge Waalse garde.

Dôme, Grote Hondstraat 2, 2018 Antwerpen, tel. 03/239.90.03, www.domeweb.be. Hoogst verfijnde, haast minimalistische keuken in een van de mooiste eetzalen van het land.

L'Eveil des Sens, rue de la Station 105, 6110 Montigny-le-Tilleul, tel. 071/31.96.92, www.eveildessens.be. Franse keuken met Noord-Afrikaanse accenten van een briljante Marokkaanse kok.

Il Fiore, Rijksweg 560, 3630 Maasmechelen, tel. 089/70.45.66, www.ilfiore.be. Fijne, delicate Italiaanse keuken in een gezellige sfeer.

De Godevaart, Sint-Katelijnevest 23, 2000 Antwerpen, tel. 03/231.89.94, www.degodevaart.be. Een van de jonge moleculaire talenten die de culinaire vernieuwing hoog in het vaandel voeren.

Héliport, boulevard Frère Orban 37z, 4000 Liège, tel. 04/252.13.21, www.restaurantheliport.be. Schitterende locatie met uitzicht op de Maas, onberispelijke keuken met topproducten.

Hertog Jan, Torhoutsesteenweg 479, Brugge, tel. 050/67.34.46, www.hertog-jan.com.
De talentrijkste kok van zijn generatie, die moleculaire technieken koppelt aan een culinaire visie waarin eenvoud, precisie en smaakdefinitie centraal staan.

't Huis van Lede, Lededorp 7, Lede (Kruishoutem), tel 09/383.50.96,
www.thuisvanlede.be. Smakelijke Frans-Belgische terroirgerechten, licht en verfijnd gebracht.

De Kristalijn, Wiemesmeerstraat 105, 3600 Genk, tel. 089/35.58.28,
www.stiernerheide.be. Verrassende kwaliteit en verfijning in dit minder bekende restaurant van een groot hotel.

De Kromme Watergang, Slijkplaat 6, 4513KK Hoofdplaat, Nederland,
tel. (0031) 11 734 86 96, www.krommewatergang.nl. Spartelverse vis en schaaldieren, zo licht en puur mogelijk bereid.

De Kruidenmolen, Dorpsstraat 1, 8420 Klemskerke-De Haan, tel 059/23.51.78.
Gezellige familiale taverne, met topklasse in het bord.

Lam & Yin, Reyndersstraat 17, 2000 Antwerpen, tel. 03/232.88.38. Verfijnde Chinese keuken, met verse ingrediënten en een beperkt aantal gerechten op het moment zelf bereid.

Mange-Tout, Oostendelaan 292, 8430 Middelkerke, tel. 059/50.54.35,
www.restaurantmangetout.be. Verrassend creatieve keuken en prima wijnkaart in een voormalig Quick-restaurant.

Midi Station, Victor Hortaplein 26, 1060 Brussel, tel. 02/526.88.00,
www.midistation.eu. Kip aan het spit, vlees van de grill en verse schaal- en schelpdieren in deze megabrasserie met spectaculaire inrichting.

Mont Liban, Livornostraat 30-32, 1050 Brussel, tel. 02/537.71.31, www.montliban.be. De Libanese keuken in al zijn glorie en generositeit, tegen prijzen buiten concurrentie.

Nuance, Kiliaanstraat 6-8, 2570 Duffel, tel. 015/63.42.65, www.resto-nuance.be. Moleculaire techniek in dienst van visuele schoonheid en subtiel verweven smaken.

Nzet, Oudburg 58, 9000 Gent, tel. 09/225.62.22, www.nzet.be. Delicate keuken van een begenadigde kok met gevoel voor fijne textuur en zuivere smaakexpressie.

D' Oude Pastorie, Hijfte-center 40, 9080 Lochristi, tel. 09/360.84.38, www.doudepastorie.com. Lichte eigentijdse keuken met creatieve accenten, van een gemotiveerde jonge kok.

Oud Sluis, Beestenmarkt 2, 4524 EA Sluis, Nederland, tel. (0031) 117 46 12 69, www.oudsluis.nl. Zeer duur, maar dan ook wereldklasse: Sergio Herman hoort thuis in de galerij van de echt grote koks.

La Paix, Ropsy-Chaudronstraat 49, 1070 Brussel, tel. 02/523.09.58, www.lapaix1892.com. Een unieke combinatie van topkeuken en brasseriesfeer.

Aux Petits Oignons, Chaussée de Tirlemont 260, 1370 Jodoigne (Geldenaken), tel. 010/76.00.78, www.auxpetitsoignons.be. Potentiële topkok kiest voor eenvoudige gerechten tegen scherpe prijzen, maar zijn talent kan hij niet wegsteken.

Philippe Nuyens, J. de Troozlaan 78, Blankenberge, tel. 050/41.36.32. Eenvoudig eethuis zonder pretentie, maar grote klasse in het bord.

Les Pieds dans le Plat, Rue du Centre 3, 6900 Marenne, tel. 084/32.17.92, www.lespiedsdansleplat.be. Een afgelegen ligging heeft zijn voordelen: om mensen naar hier te krijgen, moet je een onklopbare verhouding tussen prijs en kwaliteit bieden.

Pieter Clement, Oostvleterendorp 2, 8640 Oostvleteren, tel. 057/40.07.01, www.pieterclement.be. Eigenzinnig jong toptalent, in een prachtige historische woning.

Prêt-à-Goûter, Sint-Jobstraat 83, 3550 Heusden-Zolder, tel. 011/20.16.80, www.pretagouter.be. Zinderende smaaksensaties van absolute topproducten uit heel Europa, in al hun eenvoud bereid.

Rabelais, Van Eycklaan 2, 8420 De Haan, tel. 059/43.33.99, www.villarabelais.be. Fantasierijk decor, creatief talent in de keuken en een door wijn gepassioneerde gastvrouw.

Refter, Molenmeers 2, 8000 Brugge, tel.: 050/44.49.00, www.bistrorefter.com. Het talent en vakmanschap van driesterrenkok Geert Van Hecke in brasserieversie.

Resto Henri, Vlaamse Steenweg 113-115, 1000 Brussel, tel. 02/218.00.08, www.restohenri.be. No-nonsense eethuis, met voortreffelijke kwaliteit in het bord.

Salsifis, Gentseweg 536, 9120 Beveren-Waas, tel. 03/755.49.37, www.salsifis.be. Onberispelijke versheid, lichtheid en creativiteit in dit voormalige baancafé.

De Schone van Boskoop, Appelkantstraat 10, 2530 Boechout, tel. 03/454.19.31, www.deschonevanboskoop.be. Een kok die als geen ander de krachtige diepe smaken van een terroirkeuken kan combineren met elegantie en verfijning.

Slurps, Dautzenbergstraat 7, 1050 Brussel, tel. 02/647.47.38, www.slurps.be. Eigentijdse vegetarische keuken in een plezierig kader, met gevarieerde gerechten in een verzorgde presentatie.

Table d'Amis, Walle 184, 8500 Kortrijk, tel. 056/32.82.70, www.tabledamis.be. Zuiver, fijn en evenwichtig werk van een voormalige hobbykok die zich vandaag kan meten met de betere professionals.

La Table de Maxime, Our 23, 6852 Our (Paliseul), tel. 061/23.95.10,
www.tabledemaxime.be. Voormalige sous-chef van De Karmeliet, een toptalent met een verbluffende maturiteit en beheersing voor zijn jonge leeftijd.

Ten Bogaerde, Ten Bogaerdelaan 10, 8670 Koksijde, tel. 058/62.00.00,
www.tenbogaerde.be. Zoon van een vishandelaar die weet hoe je verse producten uit de zee het best klaarmaakt: zo puur en eenvoudig mogelijk.

La Terrazza, Prins Boudewijnlaan 326, 2610 Wilrijk, tel. 03/449.92.33. Italiaanse keuken, blakend van versheid, smaak en zuiderse passie.

Trente, Muntstraat 36, 3000 Leuven, tel. 016/20.30.30, www.trente.be. Creatieve keuken van een jonge chef, die aandacht voor het product combineert met een gedoseerd gebruik van nieuwe technieken.

Viva M' Boma, Vlaamsesteenweg 17, 1000 Brussel, tel. 02/512.15.93. Nostalgische gerechten uit de Brusselse culinaire traditie, aangepast aan de eisen van een hedendaags publiek.

www.vierbordjes.be

Flaptekst

Wekelijks gaat Bruno Vanspauwen uit eten in een restaurant. Op zaterdag brengt hij daarover verslag uit in De Standaard Magazine. Daarbij kent hij het restaurant de intussen bekende "bordjes" toe, die de verhouding tussen prijs en kwaliteit belonen.

De ene keer is hij laaiend enthousiast, de andere keer zwaar ontgoocheld.

Maar wat gebeurt er achter de bordjes? Welke criteria hanteert hij in zijn beoordeling?

Waarom ergert hij zich? Worden koks soms kwaad? En slaagt "de man van de bordjes" erin anoniem te blijven?

Bruno Vanspauwen beschrijft deze keer niet wat *op* de tafel gebeurt, maar daarvòòr, daarna en (soms) daaronder. Het levert een verzameling smakelijke verhalen op, soms ernstig, soms hilarisch. Tegelijk bieden ze inzicht in hoe koks denken en werken en hoe zij zich vandaag verhouden tot de media.

Achteraan in het boek vindt de lezer ook een lijst van restaurants die in de afgelopen vijf jaar de topscore van vier bordjes kregen.

Bruno Vanspauwen (1959) schrijft ruim vijftien jaar over wijn voor diverse media.

Sinds 2002 is hij wijnschrijver voor De Standaard Magazine, en sinds 2005 ook de culinair recensent voor de restaurantrubriek. Hij lanceerde onlangs de website www.vierbordjes.be. Naast zijn passie voor wijn en gastronomie is hij professioneel actief als zelfstandig reclamemaker en communicatie-adviseur.

