



Restaurants verleiden ons met nepgeuren

Voor het ultieme restaurantbezoek worden we met zijn allen bij de neus genomen. Het zijn niet zozeer de keukengeuren die je tegemoet walmen, maar synthetische nep om je in de stemming te brengen. En om onze talrijke eigen parfums te elimineren.



Illustratie: Studio Garcia.

We denken dat we ruiken met onze neus en het klopt dat daarin de receptoren zitten waarmee we geuren opvangen. Maar feitelijk zijn die receptoren een vooruitgeschoven post van ons brein, zodat geuren direct verbinding maken met een deel van de hersenen. Dat deel heet het limbisch systeem en dat is ook betrokken bij allerlei andere elementaire functies, zoals geheugen, seksueel gedrag en emoties. Geuren komen ongefilterd binnen. We hebben er geen verweer tegen en daardoor raken ze ons diep. Zo kan iemand met hetzelfde parfum als je geliefde die het net heeft uitgemaakt, in een restaurant in één klap je eetlust wegnemen. En een gerecht bespoten met lentegeuren brengt je wonderlijk snel in een opperbeste stemming.

Geen wonder dat elke horecagelegenheid, van groot tot klein, ons met geur probeert te beïnvloeden. Dat begint al met de afzuigkap: die is er heus niet voor de koks maar voor ons, de gasten. Zodat je niet, als je later nog even de kroeg in duikt, stinkt naar de eerste de beste snackbar. De afzuigkap moet ook voorkomen dat de meubels en de gordijnen zich volzuigen met keukengeuren en na een tijdje veranderen in ranzige geurbommen. En de afzuigkap is er omdat je trek snel verdwijnt als je eet in een restaurant vol keukengeuren. Dat wil een horecaondernemer niet. Die wil juist dat je lekker veel bestelt.

Net als een winkelier is hij bereid om fors te investeren in een prettige geur als het betekent dat wij meer uitgeven. Zoek op internet en je vindt zo een aantal ambitieuze hotel-restaurants die dat doen. Loop daar eens naar binnen en zet je neus op scherp. Bij het eerste waar ik binnenstapte was het gelijk raak: het

Lees ook

De andere artikelen uit de cursus 'hoe word ik restaurantcriticus?' van Hilary Akers. >

Geurmarketing of het creëren van beleving is dure taal voor wc-verfrissers die op ingenieuze wijze geur verspreiden

Lessen van deze week:

- Heerlijk als je in een restaurant komt waar het lekker ruikt.
- Alleen jammer als dat niet komt door de kok, maar doorgeurtechnen.
- Let er eens op zodra je binnenkomt: vaak pik je de synthetische geuren er zo uit.
- Bekend is dat winkels ons zo in een

hele pand riekte naar een synthetische, weëige bloemengeur. Ik rook het bij de ingang, de receptie, de bar, in de brasserie en de gang naar het restaurant. ‘Wat ruikt het hier zoet’, zei ik tegen de gastvrouw, die met reserveringsboek in de aanslag de gasten ontving. Maar zij rook niets; hoogstwaarschijnlijk was ze al helemaal geïmpregneerd.

Eenmaal in het restaurant was de geur weg, met dank aan de geuren uit de gigantische open keuken.

De synthetische geuren die je dikwijls ruikt in dit soort gelegenheden zijn op bestelling samengesteld. Geurmarketing heet dat. Of: het creëren van beleving. Dat is dure taal voor geavanceerde wc-verfrissers die op ingenieuze wijze geur verspreiden. Kijk maar om je heen: je ziet meestal niet waar de geur vandaan komt. Vaak ruik je synthetische vanille, leer, mokka of cacao, want dat zijn zeer populaire restaurantgeuren. Geurbeïnvloeding is trouwens zo oud als de weg naar Rome. Denk aan bloemen als rozen en lavendel, een bos munt of venkelkruid op tafel, kruidnagel, piment – voor een lekker luchtje kun je alles gebruiken wat van zichzelf lekker ruikt.

Dat de huidige geuren zo sterk zijn komt doordat ze goedkoper zijn. En doordat wij zelf zoveel geur verspreiden. Anders dan een paar honderd jaar geleden ruiken we niet naar ongewassen kleding en zweet – al kun je de pech hebben een stinkende kelner te treffen – maar naar een ratjetoe aan parfums. Tel maar op: bijna iedereen koopt geparfumeerd wasmiddel, deodorant, shampoo, crèmes, en dan heb je ook nog je parfum of aftershave. Willen geurverspreiders daaroverheen komen, dan moet hun geur wel sterk zijn. Als gasten en restaurants meer ongeparfumeerde spullen zouden gebruiken, was de geurvervuiling lang niet zo erg. Het lijkt misschien niet zo belangrijk, maar van al die geuren die ongefilterd je brein bereiken kun je aan het eind van de dag knap moe zijn.

kooplustige stemming brengen, minder bekend is dat restaurants je zo verleiden tot een uitgebreide hap.

- En dat terwijl al die nepgeur de aandacht afleidt van waar het echt om gaat: het eten.
 - En trouwens ook het drinken, want het wc-zeepje belet je de wijn goed te ruiken.
 - Volgende week in de cursus: hoe restaurants open flessen wijn bewaren.
-

Geurbombardement

Veel restaurants beschouwen het als een extra service om geurige handzeppen en handcrèmes in de wc's te zetten, maar als je daarna weer aan tafel zit en het wijnglas naar je mond brengt kun je die wijn niet

meer ruiken. Ook bloedirritant is de open keuken waar ze aan het eind van de avond al gaan poetsen met een of ander synthetisch geparfumeerd middel, terwijl jij nog zit te eten. Al die geuren vechten om aandacht en proberen andere te camoufleren.

Maar kom, over geurbeïnvloeding zal ook iets positiefs te zeggen zijn, want uit onderzoek blijkt dat we ons beter voelen in een ruimte die prettig ruikt. Liever synthetische vanille dan een dode muis onder de restaurantvloer of verschraald-bier, toch? Het zijn juist dit soort argumenten die worden aangevoerd om met een kanon op een mug te schieten, om ons te bombarderen met steeds heftigere geuren. Minder is beter. Synthetische schoonmaakmiddelen eruit, soda en schoonmaakazijn erin en dan subtiel parfumeren. Dan ben je pas lief voor je gasten.

Anders dan vroeger ruiken we niet naar ongewassen kleding en zweet, maar naar een ratjetoe aan parfums

In het glas: Jong en harmonieus



Foto: Getty Images/iStockphoto

Hoe een architectenechtbaar van het mondaine Milaan naar het gehucht Pouilly trok om te tekenen voor een even eerlijke als feestelijke witte wijn.

Fabio Montrasi houdt een luchtfoto omhoog: 'Kijk, dit is ons domein.' Het bruine puntje in het midden is Château des Rontets, de rest is groen als Fabio's ogen. Lichtgroen van de wijngaarden, donkergroen van het bos. De rijen wijnstokken lopen van een heuvel af. Château des Rontets staat in Pouilly-Fuissé, het zuidelijkste puntje van de Bourgogne, op de grens met de Beaujolais, op 350 meter hoogte. Fabio en zijn echtgenote, Claire Gazeau, waren architecten en woonden in Milaan. Maar ze kozen toch voor het ouderlijk huis van Claire op de heuvel en werden wijnboer.

Fabio is even bijzonder als de wijn. Hij kan dingen zeggen als: 'Dit stuk wijngaard was een tijd verhuurd aan iemand die gekochte gisten toevoegde en flink wat sulfiet. Toen wij normale technieken gingen gebruiken – nauwelijks ingrijpen, geen toevoegingen, weinig sulfiet –

zijn de wijnen de eerste drie jaar mislukt. Pas daarna was het natuurlijk evenwicht hersteld.' De meeste wijnboeren zeggen ook dat een koel jaar met regen moeilijk is. Niet Fabio: '2015 was een lastig jaar. Nauwelijks regen en vreselijk heet.'

Dan proef je de Pouilly-Fuissé, Clos Varambon 2015. Altijd wit, altijd van chardonnay gemaakt. Door alle hitte meer alcohol dan normaal, maar ragfijn. Niks zware boterlucht zoals in veel chardonnay. Kruidig, witte perzik, licht notig en frisse, rijpe appel. In de mond fijne zuren en hij filmt heel delicaat je mond. Zo jong en toch complete harmonie. Alles, ook de houtrijping, gebeurt hier subtiel. Drink dit feest nu of leg hem nog een tijdje weg. — Hilary Akers

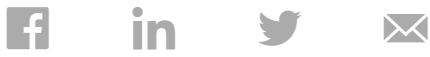
Hilary Akers is kok, vinoloog en historicus. Voor FD Persoonlijk schrijft zij de cursus: hoe word ik restaurantcriticus?

Lees meer in [FD Persoonlijk](#), het weekendmagazine van Het Financieele Dagblad over mensen, lifestyle, kunst, cultuur, mode en reizen.



Pouilly-Fuissé, Château des Rontets, Clos Varambon 2015, € 28. au-paradis.nl

AD BY STREAMADS



Meest gelezen



Bitcoin is niet de moeder
aller bubbels



Is Nederland een
belastingparadijs?



Washington versus de
reuzen van Silicon Valley