

LUC HOORNAERT

‘Ik heb me als een bezetene verdiept in wijn’

Hij is dol op moderne kunst, Japan en *The Simpsons*. En zo verzot op eten, dat hij ooit op één dag ontbeet, lunchte en dineerde in driesterrenrestaurants. Als importeur van onalledaagse wijnen richtte hij de Sexy Winemakers Association Fighting For Overall Understanding op, kortweg SWAFFOU. Zijn naam: Luc Hoornaert. Belg en wereldburger, maar vanwege de liefde woonachtig in het Nederlandse Soest.

TEKST & FOTOGRAFIE: RENÉ VAN HEUSDEN

SWAFFOU – op zijn Frans *soif fou*, ‘gekke dorst’ – is een organisatie die SPECTRE uit de klassieke Bondfilms doet verbleken. Blofeld kwam niet verder dan Dom Pérignon van verkeerde jaren in suffe coupes, maar Number One van SWAFFOU organiseerde ooit een *funeral dinner* met zo ongeveer alles in het zwart, om afscheid te nemen van de voor de gelegenheid in een lijkstap opgebaarde kurkschurk Thierry Bouchon. Geniaal gestoord, zoals het een adept van Bonny Doons Randall Grahm betaamt. Luc Hoornaert (Antwerpen, 1966) is dan ook een begrip in België. Iedere sommelier met een beetje zin voor avontuur en kwaliteit heeft wijnen uit zijn portfolio op de kaart staan. Een hoogst eclectische portfolio, met daarin behalve Bonny Doon ook producenten als Heymann-Löwenstein en Egon Müller – twee uitersten van de Mosel – Château Musar (Libanon), Gantenbein (Graubünden), de Bartoli (Marsala), Jim Clendenen (Au Bon Climat, Californië), Hermann Wiemer (New York), Japanse wijn, Oekraïense wijn, enzovoort enzovoort. Mainstream komt in Hoornaerts vocabulaire en assortiment niet voor.

Hoe is het begonnen?

“Met een vakantiebaantje als tiener. Ik mocht in een wijnzaak in Antwerpen de honneurs waarnemen in afwezigheid van de eigenaar. Dat begon direct al met een misser. De eerste de beste klant vroeg me om een fles Beaujolais en ik bleek geen flauw idee te hebben waar hij het over had.

Een confronterend moment: dat moest dus veranderen. Sindsdien ben ik me als een bezetene gaan verdiepen in wijn.”

Kwam je toen direct al op het spoor van de minder gangbare wijnen?

“Ik had het geluk de steun te krijgen van wijnmensen met een open geest, wat in het Antwerpen van begin jaren tachtig nog allesbehalve een vanzelfsprekendheid was. Door mijn werk voor een galerie voor eigentijdse kunst had ik ook kennisgemaakt met een avant-gardistische benadering van wat je doet. Wat voor kunst opgaat, gaat ook op voor wijn: durf grenzen te overschrijden en nieuwe gebieden te betreden. Zo heb ik me op het maniakale af op onbekende, om maar niet te zeggen obscure wijnen en druivenrassen gestort. Anders dan andere.”

Wat heeft je doen besluiten de handel in te gaan?

“Een beslissend moment voor mijn loopbaan in de wijn was de ontmoeting in Londen met Randall Grahm van Bonny Doon. ‘Welcome to my nightmare’, was zijn begroeting. Een geniale vent, filosoof, schrijver en zakenman. Iemand die het ook gedurfd heeft om weer helemaal terug te keren naar de basis, nadat zijn bedrijf in zijn eigen ogen veel te groot gegroeid was. De vonk sloeg direct over. Ik ben voor Randall gaan werken, eerst in

Californië en later in New York. Begin jaren negentig kwam ik weer terug naar Europa, met het idee om een exportplatform op te zetten voor Bonny Doon en daarnaast ook andere bedrijven waarvan er geen dertien in een dozijn gaan. Zo was ik de eerste exportklant voor Reinhard Löwenstein, toen nog een outcast in zijn dorp. Maar evenzogoed klikte het met Egon Müller. Het gaat er niet om of je een pak en een stropdas draagt en blabla uitslaat, maar of je dezelfde opvatting over wijn deelt.”

PASPOORT

Wie: Luc Hoornaert

Wat: oprichter van SWAFFOU (www.swaffou.com), importeur van Japanse levensmiddelen, schrijver van horecagidsen, levenskunstenaar

Opleiding: studie wiskunde, wat wijn betreft autodidact

Inspirator: Randall Grahm

Liefhebberijen buiten de wijn: koken en eten, van street food tot sterrenrestaurants, Japan

Favoriete wijnen: voor alles Rieslings van de Mosel, Colares (Portugal) – de juiste druiven op de juiste plaats – en Jura, in wit én rood

In het glas tijdens de voortreffelijke dimsumlunch bij Asian Glories in Rotterdam, een van de zaken die Hoornaert zal opnemen in zijn gids *Must Eat Nederland*: thee (Luc moest die middag nog naar Antwerpen, onder meer om verantwoorde boordschappen te doen voor een etentje met Reinhard Löwenstein, vandaar)

‘Ik zoek geen wijnen voor mijn klanten, maar klanten voor mijn wijnen’

lie Trotter [de in november 2013 overleden *celebrity chef* van het tot 2012 geopende en naar hemzelf genoemde restaurant Charlie Trotter's Chicago, RvH] heb ik ooit een prachtige uitspraak opgetekend waarin ik me helemaal kan vinden: ‘Don't be afraid to fire your clients.’”

Als foodie houd je je sinds kort ook bezig met het schrijven van restaurantgidsen?

“Ik ben begonnen met een serie, *Must Eat*, waarin ik per deel bijzondere adressen geef, plus een aanbeveling wat je daar het best kunt eten. Daarnaast heb ik *Must Drink* geschreven: een selectie van honderd drankgelegenheden in Vlaanderen. Mijn uitgever Lannoo omschrijft me als eigenzinnig en dat klopt ook wel. Ook hier hanteer ik het principe dat je buiten de lijntjes moet durven kleuren. Na België is het nu eerst de beurt aan New York. Het is de bedoeling dat begin 2015 ook een uitgave van *Must Eat* verschijnt die gewijd zal zijn aan Nederland, en dan vooral aan het westen daarvan.”

Heb je nog speciale wensen?

“Een toegangsverbod tot de media voor al die types die zich voor criticus uitgeven en die de markt verpesten met hun punten door prijzen op te stuwten. Kwaliteit heeft een prijs, maar wijn met de status van trofee – *must collect*, zo je wilt – daar gruw ik van. *Must drink*, daar gaat het om.”

Hoe kijk jij aan tegen je rol als wijnhandelaar?

“Wijnhandel is in mijn optiek vóór alles een kwestie van wederzijds respect tussen importeur en leverancier. Ik voel me als importeur dan ook geen doorgeefluik waar alleen omzetcijfers tellen en producenten van de ene dag op de andere worden ingeruild voor nieuwe, maar ik zie mezelf als een ambassadeur. Een vertegenwoordiger in de letterlijke zin van het woord.”

Wat betekent dat voor je manier van zakendoen?

“Het klinkt misschien arrogant, maar zo is het niet bedoeld: ik hoef niet zo nodig aan iedereen een paar doosjes wijn te verkopen. Ik wil alleen te maken hebben met mensen die mijn wijnen en de producenten daarvan op juiste waarde weten te schatten. Begrijpen. Ik zoek daarom geen wijnen voor mijn klanten, maar klanten voor mijn wijnen. Van de Amerikaanse restaurateur Charlie