



Met de vinger aan de pols van culinair Vlaanderen, maar ook van de culturele en maatschappelijke veranderingen, maken Jan Audenaert en Ann Stevens dag in, dag uit, al enige tijd de vertaalslag naar hun restaurant, D'Oude Pastorie. Een proces dat niet anders kon dan bezegeld te worden met een nieuwe naam: Melt.

Jan en Ann vieren 20 jaar

D'OUDE PASTORIE

MET NIEUWE DROOM

MELT

Exact 20 jaar baten Jan en Ann d' Oude Pastorie in Hijfte uit, het gerenommeerde toprestaurant, gekend om zijn jarenlange Michelin-ster en talrijke Gault Millau 14+-punten, de hoogste vermelding in Lochristi. Dan kan je als midveertigers verder op je lauweren rusten, toch? Rustig verder kabbelen op vertrouwde wateren tot aan je pensioen?

Iedere gast is een recensent, **even waardevol als de stem van een Michelin- of Gault Millau-beoordelaar.**

Niet zo voor dit koppel. Terwijl ze hun topkwaliteit bleven koesteren, werkten ze de voorbije jaren gestaag aan een transitie. En die krijgt nu een naam, een gezicht en een verhaal: Melt. Een naam die klinkt als een belofte. Wervend. Fris. Verbindend. Over alle generaties heen: van de prille twintiger tot de krasse tachtiger. Met één grote zekerheid: kwaliteit troef.

melt

Melt. Modern. Kort en krachtig. Een samenkomen van mensen en smaken? Was dat de bedoeling?

Jan: Zo is het helemaal. Dat is precies de bedoeling. We zijn ons al jaren bewust van de wijzigende maatschappelijke tendensen, en volgen die op de voet. Misschien verbaast het je, maar die veranderingen laten zich juist heel erg voelen op restaurant, vaak nog het eerst van al. De wereld wordt zo stilaan één groot dorp met culinaire invloeden van overal. Onze gasten reizen, proeven overal, en hebben daardoor een heel ruim referentiekader ontwikkeld. En vergis je niet: ook voor jongeren, die ondertussen ook verdraaid goed weten hoe authentieke gerechten smaken, een knapperige krokante dunne pizza in Italië bv, met korstige rand. Of een verse burrata, een zongerijpte tomaat, smaakvolle olijven, om het slechts bij één Europees land te houden. Maar dat gaat nog verder: de finesse van de Japanse keuken, de puurheid van een ceviche uit Peru, de kruidigheid van een Thaise curry... Het voorrecht van een heerlijke keuken is allang geen voorrecht meer van de oudere generaties: twintigers, dertigers, veertigers... iedereen heeft contact met iedereen.

En dat merk je ook in de branding en hoe er over restaurants gesproken wordt?

Jan: Absoluut. Een Michelinster, mooie Gault Millau-vermeldingen... het is zeker een troef en van groot belang, en stellig een waardevol referentiekader voor de kwaliteit van een restaurant. We hebben er erg op ingezet het eerste decennium en langer nog. Terecht. Het houdt je dan ook wel even bezig als je na vijf jaar plots je Michelinster niet meer krijgt, zonder te weten waarom. Het ligt een tijd op je maag, je doet bewust en onbewust je best om te weten te komen waarom, om te resetten... Want dat gaat zo in de culinaire wereld: je wilt er iedere dag het allerbeste van maken, alle advies is welkom, maar bij zulke dingen tast je volkomen in het duister...

Tegelijkertijd weet je net zo goed als ik, hoe restaurants op dit moment het meest in de picture komen. De beleving speelt zich even sterk online af, een mooie foto op Instagram, een enthousiaste TikTok-video, een vriend die een duim omhoog steekt bij een gerecht,... dat heeft directe impact en nog wel op dagelijkse basis. Sterren en punten krijgen jaarlijks hun media-aandacht, en nogmaals, helemaal terecht. Maar een influencer die zegt: "Het is hier superlekker!" bereikt met één post tienduizenden mensen. Mijn motto is dan ook: iedere gast is een recensent, even waardevol als de stem van een Michelin- of Gault Millau-beoordelaar.

En vooral die jongeren willen jullie meer over de vloer zien komen?

Ann: Klopt, maar eigenlijk vinden ze ons nu al. En ze komen met plezier. Dat heeft te maken met ons aanbod, zoals Tasty Tuesday, dat heel laagdrempelig en tegelijk verrassend is. Jan experimenteert graag met invloeden van over de hele wereld, met volle en gevarieerde smaken, en dat spreekt jonge mensen erg aan. Ze vinden het spannend en inspirerend. Maar vergis je niet: ook oudere gasten genieten mee. De Vlaamse traditie is ons eigen, zeker weten, maar ontmoet nu volop het smaakpalet van andere regio's, met hun producten en gerechten. Dat contrast maakt het

net boeiend. Met onze nieuwe naam willen we dat nog meer accentueren, als een wervend uithangbord. Melt is een uitnodiging voor iedereen, over generaties heen.

Vandaar dus Melt?

Ann: Voilà. Maar niet alleen daarom, hoor. We wilden die versmelting ook intern voelbaar maken. Niet iedereen op een eilandje, maar een team dat rollen met elkaar mengt. Zo komt Jan met zijn keukenteam geregeld zelf de zaal in om een gerecht te brengen met een woordje uitleg, of een glaasje madeira bij de kaas uit te schenken. Omgekeerd spring ik de keuken in om een bord netjes af te werken, terwijl onze zaalmedewerkers helpen waar nodig. Het is die kruisbestuiving die ons zo hecht maakt. Uiteindelijk voelt

Wanneer je zo intens met elkaar samenwerkt, klettert het of gaat het gestroomlijnder. Bij ons is het dat laatste.



het als één grote familie, verbonden met elkaar. Melt gaat dus niet alleen over culinaire creaties, maar net zo goed over menselijke warmte – binnen ons team én met onze gasten.

Een krachtige visie. En een sterk doordachte, zo blijkt. En ik die dacht dat iedereen rond zijn midveertig door een midlifecrisis moest gaan: is dit het dan? Zullen we voortaan niet iets zots gaan doen?

Jan: Voor ons absoluut geen crisis, hoor. Integendeel: dit is ons leven. En wat sommigen misschien niet zullen begrijpen: we werken dag in dag uit samen - 24/7 - en het voelt steeds beter, echt! Alsof we nog meer versmelten met elkaar. Wanneer je zo intens met elkaar samenwerkt, klettert het of gaat het gestroomlijnder. Bij ons is het dat laatste. Melt geldt dus ook als koppel.

De komende twintig jaar willen we dit verderzetten in ons restaurant, onze grote droom van destijds, die dat nu nog meer dan ooit is. Natuurlijk is het keihard werken, en verre van evident. Maar onze passie is zo verweven met de andere aspecten van ons leven, dat de reflectie na twee decennia niet anders kon dan uitmonden in wat we nu doen. Vernieuwend verdergaan onder een andere naam, na een traject waarin we ons hebben afgestemd op maatschappelijke veranderingen.

Ann: Ik begrijp je vraag, Luc. Na twintig jaar op dat niveau presteren, met twee kinderen, wijzigende maatschappelijke tendensen, wetgeving, personeelsbeschikbaarheid... noem maar op, hebben Jan en ik uiteraard de dingen gewikt en gewogen. Zelfs uitgesproken en overlegd of iets 'zots doen' zoals jij het verwoordt ook een optie was. We waren niet te beroerd om alles te herdenken, echt niet. Van een wereldreis maken, over de zaak overlaten, tot zelfs een opleiding volgen en een geheel nieuwe carrière ambiëren... gewoon voor een leeg blad gaan zitten en durven. Maar bloed kruipt waar het niet gaan kan, en zoals Jan aangeeft: als je

je passie beleeft, dag in dag uit, wat schoners kan je je wensen? Vandaar: na de eerste tien jaar hebben we ons interieur aangepakt, nu ons terras en vooral, onze nieuwe vlag hijsen: Melt! Na een gestaag groeiproces, met behoud van onze sterkte, uitbreiden met recente culinaire evoluties, naar alle generaties.

Wat blijft behouden, wat verandert?

Jan: Onze sterktes blijven overeind: de kwaliteit van onze producten, onze visie, en tegelijk het oog voor ieders noden – denk aan allergieën, gluten, persoonlijke voorkeuren...

Ann: ... en ook het veranderende alcoholgebruik. Daarom bieden we een heel gevarieerd palet aan niet-alcoholische dranken aan: huisgemaakte sappen, infusies... Zoveel smaken, zoveel mogelijkheden. De driegangenlunch

blijft, de weekenddiners ook. En natuurlijk Tasty Tuesday. Onze evolutie is al jaren bezig; Melt is gewoon de kers op de taart.

Tot slot: de keuze van een nieuwe naam is meestal aarts-moeilijk, ook bij jullie?

Jan: We hebben ons professioneel laten begeleiden door Charlotte Meys uit Antwerpen. Ze luisterde heel goed naar ons verhaal en bracht een reeks voorstellen. De naam Melt kwam voor ons als evidente 'winnaar' uit de bus. Het contrasteert gepast met het wat gedateerde van D'Oude Pastorie. Destijds was het bijna onvermijdelijk, want iedere Hifftenaar, de aannemer, de metselaar, de schilder... verwezen zo allemaal naar ons aangekochte pand, gewoon omdat het ook... de oude pastorie was. Maar nu wilden we frisheid, moderniteit, een naam die resoneert bij alle generaties. En dat is Melt geworden. Precies wat we zochten.

Alle succes de komende twintig jaar, met Melt.

Ann: Dank je wel!

Jan: Kom het vooral zelf ontdekken. Je bent altijd welkom.

Al te graag!



Als je je passie beleeft, dag in dag uit, wat schoners kan je je wensen?

