

HECHO

A MANO\*

(\*el yapımı)

İbrahim BİLİK

## Toskana'da şarap ve puro turu

Bu Pazar, bu köşede her zaman görmeye alışık olduğunuzdan çok farklı bir yazı okuyacaksınız. Ben tarz olarak puro dışına çıkmamakla beraber lezzetli yemek ve içki puronun vazgeçilmez birer tamamlayıcısı olduğundan İtalya'nın doğa, mimari, tarih, sanat, yemek ve şarapları ile ünlü Toskana Bölgesi'ne sömestr tatilinde yaptığım geziyi sizlerle paylaşmak istedim.

Aslında her şey yemek filozofu Ali Esad Göksel ile bir başka ülkeye gitmeye hazırlanırken, oğlu sevgili Ali Jr'ın neden Floransa'ya gitmiyoruz, şarap turu yapar, siz purolarımızı yöre şaraplarıyla içerken ben de İtalyan kızlarını seyredirim demesiyle başladı. Aslında, Aliş de bizimle yemek yerken 1-2 bardak kaliteli kırmızı şaraba hiçbir zaman hayır demez. Aliş'in önerisi anında kabul edilince sıra hızlı bir şekilde şarap turu programının yapılmasına kaldı. Burada devreye yıllardır yurtdışı gezilerini organize eden DETUR girdi. İki gün içinde, en ince ayrıntısına kadar düşünülen kusursuz bir "Chianti Classico" ile "Montalcino-Montepulciano" şarap bölgesi gezi programı ortaya çıktı.

### İTALYA PURODA ZAYIF ÜLKE

İki sene önce de bir arkadaş grubuyla gittiğimiz Floransa seyahatinde yöre doğası, tarihi, sanatı, yemek ve özellikle beyaz şaraplarıyla ünlü unutulmaz bir Siena, San Gimignano ve Monteriggioni gezisi yapmış, yöre mutfağı ile şaraplarını tatmıştık. Bu seferki gezi kesinlikle bir kırmızı şarap, kırmızı et ve av eti şöleni olacaktır. Çünkü klasik Toskana mutfağının özelliği yüzyıllardır aynı geleneği ısrarla sürdüren köylü mutfağı olmasıydı. Bu bölgede tarım, besi hayvancılığı ve yabani av hayvanı avcılığı yapıldığından doğal olarak mutfaklarında da beyaz-kırmızı et, sakatat, bilhassa yabani tavşan ve domuz eti ile sebze (özellikle beyaz fasulye), mevsiminde ise yabani mantar, çeşitli peynir ve şarküteri ürünleri ile enfes sızma zeytinyağı ön plana çıkar. Yabani mantar sevenler için Toskana bölgesi adeta bir hazine. Ancak lezzet yoğun taze mantarları sadece Eylül ortasından Aralık sonuna kadar pazarda bulmak mümkün. Floransa'nın merkez pazarında ise diğer aylarda kurutulmuş olanlarını bulabilirsiniz. Bunların içinde en tanınanı ülkemizde de bilinen "porcini" dir.

Yiyeceğimiz mönü, içeceğimiz şarapları kafamızda belirledikten sonra hızlı bir beyin jimnastiği yaparak bunlarla uyuşacağını tahmin ettiğimiz purolar tespit edildi. Burada hemen önemli bir konuya değinmek istiyorum. Tüm İtalya puro konusunda zayıf. Ülkenin önemli şehirlerinde dahi, Küba dışındaki ülke purolarını bulmak hemen hemen çok zor. Tesadüfen bulsanız bile bu sefer de çeşitleri çok zayıf. (Devamı var)

Yazarımızın bu haftaki yazısını izinde olduğu için yayınlamıyoruz.



Mr. Gurme

# ZAGAT 2002 Avrupa rehberine 22 Türk lokantası girdi

Birkaç gün önce bir okul arkadaşımın mektup aldım. Barış Tansever'i Boğaziçi Üniversitesi'nden tanırım. Babası çok sevdiğimiz bir yöneticiydi ve Barış da o yıllarda kısa pantolonla aramızda dolaşır. Sonra o da aynı okulda okudu. Üniversiteyi bitirince restoran işini meslek olarak seçti. Çok da iyi etti. Ulus sirtlarındaki restoranı Sunset, gerek manzarasıyla gerekse yemekleriyle misafirlerimi ağırlamaktan keyif duyduğum bir mekan.

Mektuptaki haber, Amerikalılar'ın ünlü restoran tanıtım rehberi ZAGAT'ın ilk kez İstanbul'u da içine alan bir Avrupa restoran rehberi yayınlaması. Elbette Sunset bu rehberde yer almış. Barış da, "Güzel şeyler yapmanın en keyifli yanı, birilerinin sizi takdir etmesi olsa gerek" diye söze girerek bir mektup döşenmiş ve sevincini bizlerle paylaşmış.

Bir işi yapmanın tek başına yeterli olmadığını, tanıtımın başarısında çok önemli bir payı bulunduğunu, Mısır'daki Şağır Sultan dahil, herkes biliyor olmalı. Tanıtımın ise yolları muhtelif. Reklam vermek gerekli, ama yeterli değil. Reklamla yapılan tanıtım adınızdır duyuruyor ve iyi de oluyor. Ama reklamverenin durumu, kerameti kendinden menkul şeyhinkinden çok da farklı sayılmaz. Üstelik reklam ciddi bir bütçe meselesi ve küçük işletmelerden böyle bir giderde kayda değer bir para ayırmaları beklenemez.

### HAMBURGER-KÖFTE

Restorancılık ise, fikrimce, küçük işletme hüviyetini korumak durumunda. Büyüyüp zincir haline gelindiğinde, yavanlaşma kaçınılmaz. Gastronomide bir kural vardır: Ne kadar geniş kitleye seslenilirse, tatlar da o kadar yavanlaşır. Şef yemeğe kişisel damgasını vurdukları, müşteri kitlesi aynı oranda küçülür. O yüzden hamburger satıcıları köftelerini sadece etten yaparlar ve içine baharat misali katkı maddeleri koymazlar. Yine o yüzden hiçbir endüstriyel Amerikan köftesi, annemizin köftesiyle yarışamaz!

Öte yandan reklama bütçe ayıramamak, tanıtım yapmama anlamına gelmez. Halkla ilişkilere işlerini öğretmek bana düşmez. Söyleyeceğim, bunun yolunun tanıtım mecrasını iyi değerlendirmek olduğundan ibaret. Böyle bir durumda ise ciddi mecralara ihtiyacımız var. Gazete ve dergilerde böylesi tanıtım yazılarına günümüzde sıkça rastlanıyor olunması



DÜNYA TADI

Restoran tanıtımında en değerli kaynaklar, ciddi restoran rehberleri. Amerikalılar'ın ünlü rehberi ZAGAT ilk kez bu yıl İstanbul'u da içine alan bir Avrupa restoran rehberi yayınladı. Burada 22 Türk lokantası yer alıyor. Bu rehberler hazırlanırken iki yöntem izleniyor. Avrupalılar puanlamayı tamamen uzmanlara bırakırken, Amerikalılar, önce sıradan müşterilerin görüşlerini alıp, sonra editoryal bir heyetin süzgecinden geçiriyorlar.



Balıkçı Sabahattin



Divan



Develi



Sunset

sevinilecek bir gelişme sayılmalı. Ancak, buralarda amatör yazarlardan profesyonel olanlara geçiş -en azından ülkemizde- tam anlamıyla gerçekleştirilmedi. "İnşallah bir gün bu aşamaya da geliriz" demekten fazlası elimden gelmiyor.

### UZMANLARIN SEÇİMİ

Restoran tanıtımında en değerli

## Genç aşçılar bir takım kurdu

Vasfi Pakman, gastronomi dünyamızda yayınlarıyla tanınan bir gazeteci dostumuz. Yıllardır çıkarttığı Profesyonel Mutfak dergisini ilgiyle izlerim. Girişimlerini her zaman minnetle karşıladım. Ama şu aralar yaptığı bir başka iş var ki, onu minnetle anmak yetmez, ayakta alkışlamak gerekir.

Vasfi Pakman bir süredir Türkiye'nin genç şeflerini bir araya getirmek gibi bir misyonu üstlendi. Bir fuar sırasında bu gençlerle tanıştım. Hepsi pırıl pırıl, gelecek vaad eden, Türk mutfağını ileriye taşıyacak kapasitede. Grup yurtdışında da faaliyet gösteriyor.

Yurtdışında "Turkish Gourmets Culinary Team" adıyla tanınıyorlar. Türkçesi "Ağzının Tadını Bilir Türklerin Mutfak Takımı". Hay, ağzınıza sağlık!

Bu gençlere mutlaka destek olmamız gerektiğini düşünmüyorum, adeta iman derecesinde inanıyorum. Bu desteği verenler de var. Mesela Tahsin Öztiryaki, Doluca, Nadir Güllü, Tariş, Majak Turizm, Renzo, Mancía, La Tulipe, The Gourmet Coffee Bean ve Merter'de yeni açılan Green Park Hotel bunlardan bazıları. Ama ben, Türkiye'de bu sektörden para kazanan kurumların tümünü böyle bir desteğe davet ediyorum.

kaynaklar, dünyanın her yerinde, işini ciddi tutan restoran rehberleri.

Arapların "kırk kereye kadar tekrarda fayda vardır" mealindeki atasözüne sığınarak bir kere daha söyleyeyim. Bu rehberlerde tutulan iki yöntem mevcut. Birincisi daha çok Avrupa'da geçerli. Bu rehberlerde uzman eleştirmenler, önceden formatlanmış soru kağıtları çerçevesinde restoranları değerlendirmekte. Adı hiçbir zaman açıklanmayan bu eleştirmenlerin aynı restoran hakkındaki görüşleri ise, bir sonraki aşamada, editoryal bir kurul tarafından yeniden kaleme alınmakta. Mesela ünlü Michelin Rehberi yıllardır böyle hazırlanır.

Amerikalılar ise daha "demokratik" bir usulü takip eder. O restoranlara giden binlerce müşteriye, yine belli bir format çerçevesinde, fikirleri sorulur. Cevaplar değerlendirilir. Sonra, tıpkı bir öncekinde olduğu gibi, bir editoryal heyet bu görüşleri ZAGAT'ın görüşü olarak özetler ve metin kitapta yerini alır. ZAGAT'da izlenen yöntem böyledir.

Bence bu rehberlerin önemi, sadece restoranlara gidecek kişileri bilgilendirmekten ibaret sayılamaz. Restoranların adresleri, telefon numaraları, web sitelerinin adları, hangi kredi kartlarını kabul ettikleri mutlaka önemli bilgiler. Bazı rehberlerde

ek bilgi olarak restoranın kapasitesi, fiyat seviyesi, haftanın hangi günlerinde ve saatlerinde açık olduğu gibi bilgiler de yer alır. Bunlar da önemli şüphesiz. Ancak böylesi rehberler, aynı zamanda dikkatli bir okuyucuya, bir restoranda nelere bakılması gerektiğini de öğretir. Ayrıca, adil ve ehil bir değerlendirme, sektörde tatlı bir rekabete yol açar.

### İSTANBUL'A LAZIM

ZAGAT'ın 2002 yılı Avrupa rehberinde, puana göre yapılan sıralamayla, yer alan Seasons, Körfez, Laledan, Ulus 29, Develi, Tuğra, Feriye Lokantası, Mezzaluna, Balıkçı Sabahattin, Safran, Boğaziçi Borsası, Divan Lokantası, Cafe du Levant, Yeşil Ev, Sunset Grill and Bar, Sarnıç Restaurant, Rumeli Cafe, Bosphorus Pasha, Panorama, Vogue ve Pandeli'yi candan kutlarım.

Yeri gelmişken bir dileğimi de iletelim. Bence İstanbul'un çok daha kapsamlı bir restoran rehberine ihtiyacı var. En kısa zamanda da İzmir ve Ankara için de böyle rehberler hazırlanmalı. Bütün bunları kim yapacak? Soru meşru, ama cevabı da var. Ben, sözgelimi, en azından Lale Apa'nın yayınladığı The Guide'i bu konuda yeterince hazır sayıyorum. Biraz gayretle bu işi başarmamız mümkün.

