

ANTWERPEN

Chocoladen diamanten van DelRey vliegen over de toonbank in Tokio.

Van de 20 miljoen pralines zingen al 15 miljoen naar Japan

Met een even kleine als ervaren beweging stopt chocolatier Bernard Proot van DelRey een chocoladen diamant in een doosje. De praline is de twintig miljoenste delicatessse in zijn soort, waarvan de meeste in de Japanse hoofdstad Tokio zijn verkocht. Niet geheel verwonderlijk begon dit alles met een vaste klant uit ... Japan.

DelRey is en blijft, hoewel Bernard Proots roots in West-Vlaanderen liggen, een op en top Antwerps bedrijf. De chocolatier, die gevestigd is op de hoek van de Appelmansstraat met de Vestingstraat in de stationsbuurt, breidde in de loop der decennia flink uit.

Toen er enkele jaren geleden behoefte was aan schaalvergroting, besloten Bernard en zijn vrouw Anne om toch in het centrum van Antwerpen te blijven. "We hadden ervoor kunnen kiezen om buiten de stad een grotere ruimte te kopen, maar dat wilden we niet. We hebben dan maar een aantal panden naast de winkel bijgekocht. Ondertussen werken we met ruim twintig mensen op negeenhonderd vierkante meter", zegt Bernard Proot.

Sinds een aantal jaren zijn de pralines van DelRey ook in Japan een begrip geworden en dat heeft een bijzondere oorzaak. "Hier vlak om de hoek werkte lange tijd een Japanse diamantair en die was vaste klant in onze winkel. Op een zekere dag zei de man dat onze producten, en dan in het bijzonder de chocoladen diamanten, het heel goed zouden doen in Japan. Het gevolg van dat gesprekje kun je vandaag zien", zegt Bernard Proot.

Symbol van luxe

De chocolade-diamant werd in 2003 ontworpen door Bernard Proot, de smaak werd vertijd door chef Gunther van Essche. Het chocolaatje was aanvankelijk niet bedoeld voor export naar Japan, maar daar kwam in 2004 dus verandering in.

Sinds de lancering in Japan worden er in dat land jaarlijks om en bij de 900.00 chocolade diamanten verkocht. Dat maar liefst vijftien van de twintig miljoen geproduceerde diamanten er zijn verkocht, zegt eigenlijk genoeg.

"Japaners houden van chocolade, zoveel is duidelijk. Het is voor hen het opmerste symbool van luxe. Verget niet dat een praline in Japan tot vier keer duurder is dan wanneer je die in onze winkel koopt. Alles wordt immers in Antwerpen gemaakt en vervolgens naar Japan verscheept", vervolgt Bernard Proot.

DelRey heeft speciaal voor de Japanse markt de verpakkingen en de smaak van de pralines aangepast. Zo blijkt dat ze in Japan een bijzondere voorkeur hebben voor chocolade gevuld met karamel. Ondertussen worden er voor Ja-



Bernard Proot en zijn zoon Jan tonen de chocoladen diamanten die in Japan als warme broodjes over de toonbank gaan.
FOTO JAN VAN DER PERRE

Bernard Proot, chocolatier DelRey **houden van chocolade, zoveel is duidelijk. Het is voor hen het opmerste symbool van luxe.**

pan ieder jaar vier andere smaken in een doosje diamanten gestopt.

Valentijn

Een hoogtepunt voor de verkoop van chocolade in Japan is Valentijn. Maar dat wordt enigszins anders gevierd dan in eigen land. "In Japan is het de gewoonte dat vrouwen mannen trakteren met Valentijn en dan is een chocoladen diamant een van de meer populaire geschenken", zegt Bernard Proot.

Valentijn beperkt zich overigens niet tot geliefden. "Het is geen uitzondering dat een vrouw pralines koopt voor haar mannelijke collega's. En hoe hoger die in de hiërarchie zit, hoe groter de doos. Het gebeurt dus dat een vrouw met meerdere pakketten de deur uit loopt. Tot een doosje met één praline voor haar 'gewone' collega's."

De winkel van DelRey in de Japanse hoofdstad moet je je als een deeltje van een warenhuis voorstellen. "Niet de hele etage is van ons, maar op onze vloer wordt alleen chocolade aangeboden. Van verschillende internationale chocolaters, onder wie, naast ons, ook andere Belgische producenten."

Het moet een apart beeld zijn. Bernard Proot vertelt hoe de Ja-



Vooral de pralines met karamel doen het goed in Tokio. Maar ook de andere diamanten vallen in de smaak. FOTO JAN VAN DER PERRE



De vernieuwde Delreywinkel in Tokio. FOTO RR

panners ook voor hun chocolade gaan shoppen. "Ze wandelen langs de verschillende standen en winkels om het aanbod te bekijken om vervolgens hun keuze te maken. Chocolade kopen gaat daar heel anders dan hier, soms staan er rijen voor onze winkel. Altijd gedisciplineerd, zonder voor te steken. Zoals we van een Japanner gewend zijn."

Twintig miljoen diamanten, ook als ze van chocolade zijn, wekken tot in het stadhuys de aandacht. Schepen voor Toerisme en Mid-denstand Koen Kennis (N-VA) kwam dinsdag het zoete diamantje persoonlijk in een doosje doen. "Er zijn zaken die onlosmakelijk verbonden zijn met Antwerpen. Het Bolleke, de Velokes, de haven, Rubens, Antwerpse Handjes, de

ONTSTAAN Pientere Adèle nam haar voorzorgen

DelRey bestaat sinds 1949 en is ontstaan uit de zeven praline- en wafelwinkels die in het begin van de jaren veertig van de vorige eeuw werden uitgebraat door ene meneer Faustin en zijn echtgenote Adèle Raymakers. De overlevering wil dat de heer Faustin het niet altijd even nauw nam met zo ongeveer alle regels.

Het leek erop dat de winkels roemloos zouden verdwijnen, maar dat was buiten Adèle Raymakers gerekend. Die zag de buit op voorhand aankomen en nam de nodige voorzorgen. Eind jaren veertig van de vorige eeuw zette ze haar man aan de deur en redde ze de praline-winkel in de Appelmansstraat. Samen met chef Ormer Plaetvoet slaagde ze erin om van de winkel een succes te maken. Adèle doopte de pralinewinkel in 1949 om tot Maison Ray, naar haar eigen naam. Om de winkel de nodige allure te geven ging ze nog een stapje verder. Maison Ray werd in 1953 DelRey. In 1975 arriveerde bakker-pâtissier Bernard Proot om tijdens de winter maanden mee te werken in het atelier. Ondertussen is met zoon Jan ook de tweede generatie van de familie bij de zaak betrokken. (pvdp)

kathedraal, den Beerschot en natuurlijk ook de diamant. Dit soort zaken moeten we koesteren. Zeker een familiezaak zoals DelRey. De beste reclame is nog altijd mond-aan-mondreclame en dat is in dit geval letterlijk te nemen." Populair in Japan of niet, ook in Antwerpen blijft DelRey een begrip. "Hier blijft Kerstmis voor ons een van de drukste momenten van het jaar. Voor de rest is ons publiek heel divers. Dat gaat van mensen die hier al sinds decennia klant zijn, tot jonge mensen die onze zaak recentier hebben leren kennen", zegt Proot. **PATRICK VAN DE PERRE**