

Japan houdt van Del Rey-chocolade

Creaties in cacao

Exclusieve pralines, koekjes, gebakjes en ijsstaarten, gecreëerd op ambachtelijke wijze en in eigen atelier. Dat is waar luxe-chocolatier Del Rey voor staat, sinds het einde van de jaren veertig. Steps zocht zaakvoerder Bernard Proot op en sprak met hem over zijn chocolade-imperium.

Het is onder de huidige uitbaters Bernard Proot en Anne Seutin dat de zaak tot ver buiten Antwerpen bekend is geraakt. Del Rey heeft in het land van de rijzende zon al vier filialen geopend: drie in Tokyo en eentje in Fukuoka. De eindejaarsfeesten zijn traditioneel de drukste dagen voor de Antwerpse chocolatier. Elke dag creëren Proot, chef Gunther Van Essche en zijn 25-koppig team allerlei lekkers in chocolade. We nemen samen met zaakvoerder Bernard Proot enkele vingeraflikkende cacao-creaties onder de loep.

Wat zijn de blikvangers tijdens de nakende eindejaarsfeesten?

Eerst en vooral pakken we elk jaar met zeven verschillende kerstbushes uit, die we meestal zo'n twee jaar lang in ons gamma houden. Het gaat om smaken die je niet kan krijgen in het gewone assortiment. Dit jaar hebben we twee nieuwe ontwerpen: Bergamo, met een crème van earl grey-thee en Torino, met passievruchten en tuinkruiden. De creaties hebben nu toevalig allemaal Italiaanse namen omdat mijn vrouw vindt dat het mooi klinkt. Elk zomer start het creatieve brainstormproces samen met onze chef Gunther Van Essche. Het is voor ons telkens een uitdaging om met net iets anders en nieuws tevoorschijn te komen. Een verrassende presentatie, een nieuwe smaakcombinatie, een uitdagende verpakking. We zijn het aan onszelf verplicht om te blijven evolueren. We zitten dan samen rond de tafel en vertellen elkaar waar we mee willen uitpakken, in het achterhoofd inspelend op wat onze klanten willen en op de hedendaagse trends.

Hoe lang ben je dan bezig met die eindejaarscreaties?

Reken van concept tot de totale afwerking van

een product zeker zo'n zes maanden, dus na de zomer starten zou te laat zijn. Ook schotellen we onze klanten elk jaar een andere nieuwjaarsuggestie voor. Dit jaar is het oog gevallen

"We zijn het aan onszelf verplicht te blijven evolueren"

op Calabria, een chocoladebiscuit met abrikosen, mango en rozemarijn. We gaan vaak op prospectie naar de buurlanden, en dan willen we altijd weten wat daar hip is om - indien mogelijk - ook in Antwerpen te lanceren. Zo hebben we sinds dit jaar 'Macarons de Paris' in ons assortiment opgenomen, omdat die zo populair zijn in Frankrijk. Dit zijn zachte koekjes met een laagje ganache in limoen, earl grey, chocolade, violet of passievrucht. Vele bezoekers, voornamelijk Franstaligen, kwamen ons vragen of wij dat ook niet verkochten en zo is de bal aan het rollen gegaan.

Julie hebben ook vijf nieuwe pralines uit...

Klopt, een pralinedoos onder de noemer 'The Secret Garden'. Hiermee willen we wat gedurfder uit de hoek komen. Elke praline is een combinatie van twee smaken, zoals gember en wasabi, mango en anijs, olijfolie en basilicum, fruitpeper en Cabernet-Sauvignon, exotische vruchten en rozemarijn. Met de pralines spelen we in op de culinaire trend van food pairing, waarbij complementaire smaken worden gezocht die samen één harmonieus geheel vormen. De pralinedoos is een mooi cadeau om met de feestdagen te geven. Cadeaumaandjes en geschenkdoosjes gaan bij ons ook steeds vlot over de toonbank. Handig om verschillende culinaire



» Zaakvoerder Bernard Proot (midden) is, samen met zijn team, al geruime tijd bezig met de eindejaarscreaties.

items als één geschenk te overhandigen. Onze 'Verzendingsdoos Del Rey' is in trek bij expats die hun familie thuis een vleugje Antwerpse lekkernijen willen toesturen. Daarnaast blijft onze

'Antwerp Fashion Collectie' het goed doen: een selectie van negen pralines met een demotiefje zoals het een echte modestad betaamt.

Del Rey is een god in chocoladeliefhebbers Japan. Zijn er nog andere horizons die jullie aan het verkennen zijn?

Het zit er dik in dat onze producten vanaf fe-

bruari 2009 in Toronto worden verkocht. Momenteel zitten we in onderhandelingen met een enthousiaste Canadees. Ook prospecteren we de markt in Dubai, Qatar en Hongkong. Natuurlijk omdat we uit die gebieden veel vraag en telefoons krijgen. Maar we willen alleen in zee gaan met de juiste persoon op het juiste moment, zoals dat het geval was vier jaar geleden in Japan. We willen de lat hoog houden en onze lekkernijen niet met eender wie associëren. Onze vier winkels in Japan doen het uitstekend, maar ik reis toch af en toe graag naar het land van de rijzende zon om het reilen en zeilen van dichtbij zelf te bekijken. De Japanners die daar werken hebben hier in Antwerpen hun opleiding gekregen. De pralines en chocolade worden vanuit België in vacuum verpakte dozen verscheept. De dessertborden en de ijsstaarten maken de Japanners daar zelf.

Zijn jullie nog op nieuwe dingen aan het broeden?

Waar we momenteel veel oog voor hebben, zijn de grote Amerikaanse bruidstaarten in veelvuldige lagen. In juni zijn we naar een bevriend patissier in New York getrokken om daar een heuse bruidstaart mee ineen te steken. Die Amerikanen hebben de know-how en zijn meester in afwerking met hun speciale kleine figuurtjes in de vorm van bruid en bruidegom. Bruidstaarten zijn daar een regelrecht statussymbool. Hoe grootser de taart en de afwerking, hoe beter. Wij krijgen nu ook meer en meer vraag naar deze soort van patisserie en willen graag op deze tendens inspelen.



» Een unieke creatie van chocolatier Del Rey.

TEKST ALINE VAN DER BORGH
BEELD GRF