

Alpro promoot soja met internationale mediacampagne

nieuws

De Belgische producent van sojavoeding Alpro lanceert voor het eerst in zijn bestaan een gelijktijdig reclameoffensief in een reeks Europese landen. Het gebeurt niet vaak dat een Belgisch consumentenproduct figureert in een grootschalige internationale reclamecampagne, merkt De Tijd op. "We willen het volledige gamma van bestaande producten in de kijker zetten. Er zijn veel voordelen aan soja verbonden. Die gaan we belichten", stelt marketingmanager De Vis.

🕒 21 SEPTEMBER 2006 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 14:34

De Belgische producent van sojavoeding Alpro lanceert voor het eerst in zijn bestaan een gelijktijdig reclameoffensief in een reeks Europese landen. In het Verenigd Koninkrijk, Nederland en België komen er televisiespotjes en advertenties in dag- en weekbladen, in Duitsland en Scandinavië enkel dat laatste. Het gebeurt niet vaak dat een Belgisch consumentenproduct figureert in een grootschalige internationale reclamecampagne, merkt De Tijd op.

Alpro, een dochterbedrijf van de voedingsgroep Vandemoortele, grijpt de vernieuwing van zijn productgamma aan om een Europees reclameoffensief te lanceren. Daarbij worden diverse media ingeschakeld: via televisiespotjes, dag- en weekbladen, het internet en acties in de verkooppunten. "Het is de eerste keer dat we een imagocampagne lanceren om het merk Alpro op een uniforme manier gelijktijdig in diverse landen neer te zetten", zegt Rudi De Vis, internationaal marketingmanager voor Alpro.

De voorbije jaren had Alpro al wel afzonderlijke televisiecampagnes lopen in het Verenigd Koninkrijk, Nederland en Duitsland, maar dat was dan ter ondersteuning van de lancering van een product. "We willen het volledige gamma van bestaande producten in de kijker zetten. Het sojaverhaal is vrij complex, er zijn veel voordelen aan soja verbonden. Die willen we nu belichten", stelt De Vis.

Alpro, vorig jaar goed voor een omzet van 232 miljoen euro, is de Europese marktleider in de verkoop van sojaproducten. In België, het VK, Nederland en Duitsland is het de grootste speler. Met de campagne hoopt het de markt nog te vergroten en dus nieuwe consumenten te bereiken. "In

België zijn sojaproducten al vrij goed bekend. In het VK, Nederland en Duitsland is er echter nog een enorm potentieel", aldus De Vis.

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17

1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

screenreader.visit us on our bluesky page: <https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)