nieuws

Belgomilk pompt 40 miljoen in kaasmakerij Moorslede

nieuws

Het zuivelbedrijf Belgomilk gaat 40 miljoen euro investeren in de verdubbeling van de capaciteit van haar kaasmakerij in Moorslede. Dat werd donderdag bekendgemaakt in Brugge. De investering moet in 2011 rond zijn. Met de uitbreiding zijn 70 jobs gemoeid. Belgomilk maakte ook bekend dat het om marketingredenen de naam Brugge explicieter in haar gamma zal betrekken.

24 APRIL 2009 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:07

Lees meer over:
voedingsindustrie
melkvee

Het zuivelbedrijf Belgomilk gaat 40 miljoen euro investeren in de verdubbeling van de capaciteit van haar kaasmakerij in Moorslede. Dat werd donderdag bekendgemaakt in Brugge. De investering moet in 2011 rond zijn. Met de uitbreiding zijn 70 jobs gemoeid. Belgomilk maakte ook bekend dat het om marketingredenen de naam Brugge explicieter in haar gamma zal betrekken.
Belgomilk is een werkmaatschappij van de zuivelcoöperatie Milcobel. Die ontstond in 2006 na de fusie van Belgomilk en een andere zuivelcoöperatie, de Belgische Zuivelunie. Milcobel haalt jaarlijkse 950 miljoen liter melk op bij zijn leden. Daarmee is het marktleider in ons land. Belgomilk is binnen de coöperatie de belangrijkste melkverwerker.
Naast de productieafdeling in Moorslede heeft Belgomilk nog een afdeling in Langemark. Daar wordt voornamelijk melkpoeder en poedermengsel gemaakt voor andere bedrijven. De afdeling in het Antwerpse Gierle sluit in 2012 de deuren en komt volledig over naar Moorslede.
Sinds 2007 is Belgomilk opgesplitst in twee divisies: business-to-business en business-to-consumer. Daarmee wil het een beter zicht krijgen op de

consumentenmarkt. Het gevolg zijn een aantal accentverschuivingen. Zo gaat de kaasmaker de naam 'Brugge' vanaf nu verder benutten in zijn strategie.
Er wordt gestreefd naar een authentieke Brugse look, via onder meer kant en afbeeldingen van de Reien en het Belfort. Het gebruikte lettertype is Caxton, naar de maker van het eerste boek dat ooit in Brugge in 1473 gedrukt werd. De eerste kaas die verwijst naar de Breydelstad werd in 1992 gelanceerd.
Oud-Brugge is intussen een referentie geworden op de kaasmarkt. Daarna volgden nog meerdere kazen. Die worden nu eenvormig Brugge Jong, Brugge Belegen, Brugge Goud, Brugge Broodje en Brugge Blomme gedoopt. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen de verschillende types via kleurcodering. De nieuwe slogan heet 'Brugge kazen, ieder zijn smaak'.
Uit de cijfers van de jongste twee jaar blijkt dat de Belgen hun eigen kazen smaken. 20,76 procent van de in 2007 verkochte kazen in België waren Belgische kazen. Vorig jaar steeg dat marktaandeel tot 21,35 procent. Belgomilk wil nu ook in de omringende landen scoren.

Bron: Belga/Het Laatste Nieuws

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

Crafted by Brigada