

BelOrta-appels krijgen duw in de rug van Disney

Wie deze dagen in de winkelrekken op zoek gaat naar verse Belgische appels kan daarbij Bliksem McQueen, Cruz Ramirez of andere bekende Cars 3-tekenfilmfiguurtjes tegenkomen. Groente- en fruitveiling BelOrta sloot daarvoor een opgemerkte samenwerkingsovereenkomst met Disney, dat van het promoten van een gezonde levensstijl een prioriteit heeft gemaakt. “Het was Disney zelf dat ons contacteerde”, aldus Sofie Lambrecht van BelOrta. “Een prachtige kans voor onze telers om hun kwaliteitsproducten te ondersteunen.”

4 OKTOBER 2017 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:42

Lees meer over:

fruitteelt
marketing



Wie deze dagen in de winkelrekken op zoek gaat naar verse Belgische appels kan daarbij Bliksem McQueen, Cruz Ramirez of andere bekende Cars 3-tekenfilmfiguurtjes tegenkomen. Groente- en fruitveiling BelOrta sloot daarvoor een opgemerkte samenwerkingsovereenkomst met Disney, dat van het promoten van een gezonde levensstijl een prioriteit heeft gemaakt. “Het was Disney zelf dat ons contacteerde”, aldus Sofie Lambrecht van BelOrta. “Een prachtige kans voor onze telers om hun kwaliteitsproducten te ondersteunen.”

Bekende superhelden en tekenfilmfiguurtjes zie je met de regelmaat van de klok opduiken op verpakkingen van speelgoed, snoep en koekjes en de reden is simpel: de kleine helden zijn zo herkenbaar voor kinderen dat ze een enorm krachtige marketingtool zijn. Als onze kinderen dan toch te weinig groenten en fruit eten, zoals keer op keer blijkt uit GfK-cijfers die het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) publiceert, zouden diezelfde helden gezondere tussendoortjes dan geen duwtje in de rug kunnen geven? Dat is precies wat BelOrta wil bereiken met de Disney-samenwerking voor appels.

Op de appelverpakkingen zijn verschillende figuurtjes uit de Disney-prent Cars 3 te zien, en sinds begin oktober zitten er in elk schaalpje Cars-stickertjes, die verzameld en geruild kunnen worden op de speelplaats. “Het is eigenlijk Disney die ons benaderd heeft en niet omgekeerd”, verrast Sofie Lambrecht, marketinghoofd van BelOrta, meteen. “Zo’n samenwerking is natuurlijk niet van de ene op de andere dag in kannen en kruiken: hier is een jaar over onderhandeld, want we hebben natuurlijk beide onze eigen verwachtingen en principes. Maar uiteindelijk is het een win-win voor beide partijen.”

Hoe groot de hap uit het marketingbudget van BelOrta precies is, wil Lambrecht niet kwijt, al geeft ze wel aan dat het niet moeilijk was de telers te overtuigen omdat het een “zeer aantrekkelijk voorstel” was. “Bovendien past deze samenwerking perfect in onze nieuwe marketingstrategie die we twee jaar geleden hebben opgestart: BelOrta wil een A-merk zijn dat de consument verleidt door de prima kwaliteit en smaak van zijn producten in de eerste plaats, maar ook door in te zetten op plezier”, aldus Lambrecht. “Of dat nu via tv, sociale media of onze verpakking is, de plezierfactor moet steeds nadrukkelijk aanwezig zijn.”

“We merken nu al dat onze naamsbekendheid groeit, en eind oktober verwachten we daarover nieuwe cijfers”, aldus nog Lambrecht. “In de toekomst kijken we uit naar nieuwe samenwerkingen met andere A-merken, dat is de weg die we willen bewandelen. Dat kan zoals nu met Disney, maar er zijn

uiteraard nog veel interessante partners. We merken alleszins dat ons verhaal van lokale kwaliteitsproducten heel aantrekkelijk is voor andere merken. We gaan dus uit van onze eigen sterkte.”

Disney zelf wil zijn populaire tekenfilmfiguurtjes in de toekomst enkel nog afgebeeld zien op gezonde producten. "Onze samenwerkingen met ongezonde producten hebben we de voorbije jaren systematisch afgebouwd", aldus Dominique Van Der Gucht van Disney. "Dat wil zeggen dat je geen Disney-figuurtjes meer zal tegenkomen op Happy Meal-boxen in McDonalds of op ongezonde koekjes. Onze visie op een gezonde levensstijl vertrekt van voldoende beweging en een gezond eetpatroon. De samenwerking met BelOrta past perfect binnen die strategie."

Meer info: [BelOrta](#)

Beeld: BelOrta

VILT vzw

Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium

Contact

T • 0473 59 41 39
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 twitter page: https://twitter.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>

© 2024 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra