nieuws

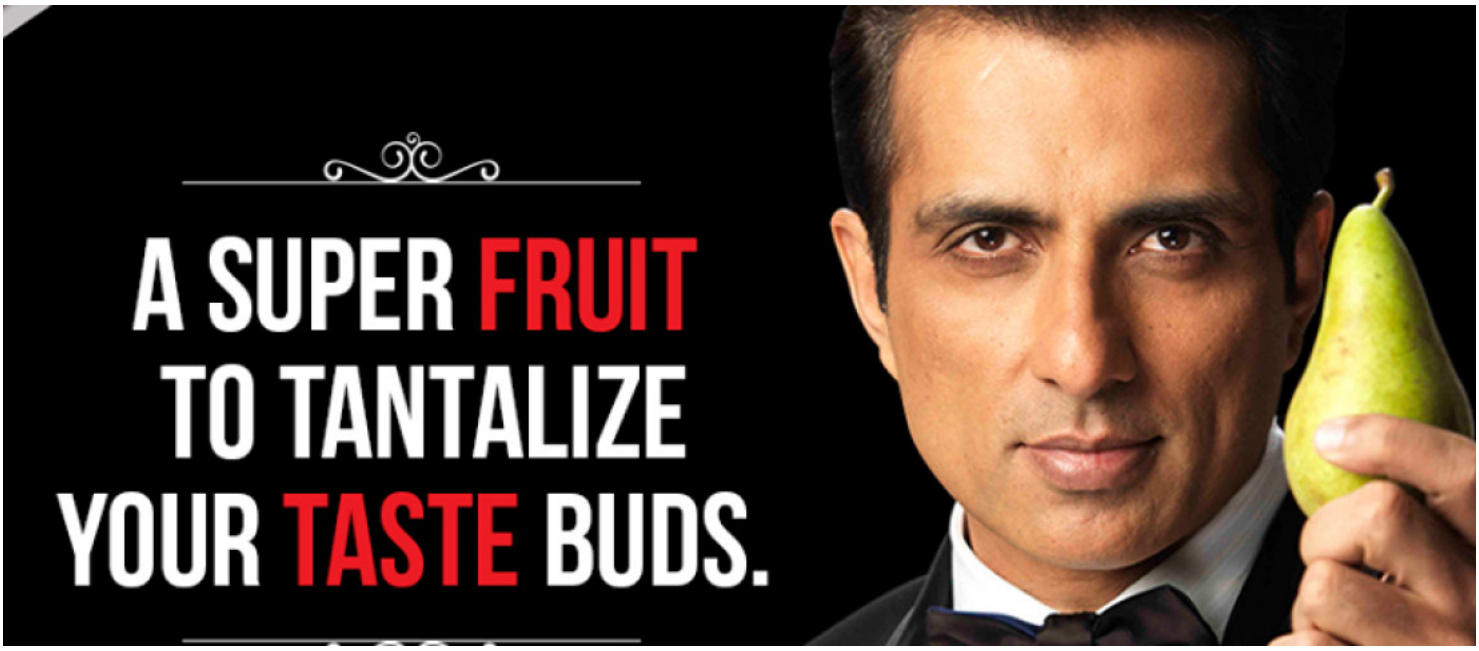
BelOrta voert grootse campagne voor Conference in India

nieuws

Met een ambitieuze campagne wil BelOrta de Indiase consument laten kennismaken met de Belgische Conference peer. In de marge van de aankondiging van landbouwminister Joke Schauvliege om de promotie-inspanningen van het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) voor fruit in India met 200.000 euro te ondersteunen, geeft de grootste veiling van ons land meer tekst en uitleg bij de grootse campagne die de voorbije drie maanden werd opgezet in India, inclusief een celebrity chef en een Bollywoodacteur.

22 DECEMBER 2016 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:38

Lees meer over:
fruitteelt
beleid
handel
marketing



Met een ambitieuze campagne wil BelOrta de Indiase consument laten kennismaken met de Belgische Conference peer. In de marge van de aankondiging van landbouwminister Joke Schauvliege om de promotie-inspanningen van het Vlaams Centrum voor Agro- en Visserijmarketing (VLAM) voor fruit in India met 200.000 euro te ondersteunen, geeft de grootste veiling van ons land meer tekst en uitleg bij de grootse campagne die de voorbije drie maanden werd opgezet in India, inclusief een celebrity chef en een Bollywoodacteur.

Met vereende krachten en engelengeduld sloven BelOrta, de Vlaamse regering, VLAM, het Limburgs economisch reconversieprogramma SALK, het Departement Landbouw en Visserij en Flanders Investment & Trade zich deze dagen uit om met de Belgische conference-peer een voet tussen de deur te krijgen op de Indiase miljardenmarkt. Letterlijk dan, want het land telt meer dan 1,2 miljard inwoners. De voorbije drie maanden werd naar Belgische normen op ongeziene schaal promotie gevoerd voor de conference in Mumbai, Delhi en Bangalore. Recent nog kondigde minister Schauvliege aan dat ze 200.000 euro opzijzet voor promotie van Belgisch fruit in India.

De Indiase consument is niet vertrouwd met de vorm en de smaak van de Belgische fruitspecialiteit, en dus werden kosten noch moeite gespaard om zo veel mogelijk consumenten te overtuigen de conference een kans te geven. Begin november werd de Conference voorgesteld op een persconferentie in Mumbai, in het bijzijn van 150 journalisten. De populaire Bollywoodacteur Sonu Sood werd ingeschakeld als ambassadeur om de onbekende peer te introduceren, en ook aan celebrity chef Ranveer Brar werd gevraagd het product te presenteren tijdens events, op sociale media en op TV.

De voorbije maanden werd de conference groot geafficheerd langs de weg, aan bushaltes, op wagens, in cinema's, vroegmarkten en scholen. Daarnaast werd een heus mediaplan uitgerold via de sociale media, op TV en op de radio. Indiase consumenten hebben gedurende twee maanden kunnen proeven van de conference via tastings in diverse winkelketens in Mumbai, Delhi en Bangalore. De peer is los beschikbaar en in een aangepaste, kleine verpakking met daarop de afbeelding van Sonu Sood. Afwachten of al die inspanningen de harten van de Indiërs kunnen veroveren.
"Sinds een drietal jaar is India ook een belangrijke bestemming geworden voor Belgische appels", zo klinkt het bij BelOrta. "Uit het niets heeft dit land zich in die korte periode in onze top 5 genesteld van grootste exportlanden voor dit product. Dankzij extra subsidies van landbouwminister Joke Schauvliege kan BelOrta ook voor onze appels een intensieve promotiecampagne uitrollen in 2017."

Beeld: BelOrta

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