

Voedingsindustrie kijkt uit naar Wereldexpo in Milaan

nieuws

In het buitenland staan Belgen gekend voor hun Bourgondische eetcultuur. Dat we zelf veeleisend zijn als het over voeding gaat, maakt dat de kwaliteit van Belgische voedingsproducten erkend wordt tot ver buiten onze landsgrenzen. De Wereldexpo die op 1 mei in Milaan start, is een unieke mogelijkheid om het merk ‘Belgische voeding’ internationaal nog sterker op de kaart te zetten. FEVIA, de sectorvereniging van de voedingsindustrie, speelt in het Belgisch paviljoen het concept ‘Food.be – Small country. Great food’ uit. De voedingsindustrie, van zuivelspecialist Milcobel tot vleesverwerker Terbeke en bakkerij Panos, is in al haar diversiteit aanwezig in Milaan. Belgisch bier, chocolade en frieten tekenen voor de zes volle maanden present in Milaan.

🕒 27 APRIL 2015 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:30

Lees meer over:
voedingsindustrie
marketing



In het buitenland staan Belgen gekend voor hun Bourgondische eetcultuur. Dat we zelf veeleisend zijn als het over voeding gaat, maakt dat de kwaliteit van Belgische voedingsproducten erkend wordt tot ver buiten onze landsgrenzen. De Wereldexpo die op 1 mei in Milaan start, is een unieke mogelijkheid om het merk ‘Belgische voeding’ internationaal nog sterker op de kaart te zetten. FEVIA, de sectorvereniging van de voedingsindustrie, speelt in het Belgisch paviljoen het concept ‘Food.be – Small country. Great food’ uit. De voedingsindustrie, van zuivelspecialist Milcobel tot vleesverwerker Terbeke en bakkerij Panos, is in al haar diversiteit aanwezig in Milaan. Belgisch bier, chocolade en frieten tekenen voor de zes volle maanden present in Milaan.

“Van de zetels in het amfitheater tot de sauzen in het frietkraam, Vlaamse bedrijven zijn omni-present op de Wereldexpo en tonen dat zij internationaal ondernemen”, verklaarde Claire Tillekaerts, gedelegeerd bestuurder van Flanders Investment & Trade (FIT), tijdens de persbriefing over de Vlaamse inbreng op de Wereldtentoonstelling. De 34ste editie vindt van 1 mei tot 31 oktober plaats in Milaan, met als thema ‘Voedsel voor de planeet, energie voor het leven’. Meer dan 140 landen en een aantal internationale organisaties zullen deelnemen aan deze vijfjaarlijkse expo. Er worden meer dan 20 miljoen bezoekers verwacht, oftewel 140.000 bezoekers per dag. Op het programma staan meer dan 7.000 evenementen.

In het Belgisch paviljoen krijgen voeding en landbouw de nodige aandacht gelet op het thema, maar ook biotech, healthcare en cleantech hebben een zichtbare plaats. De Vlaamse overheid trekt 2,1 miljoen euro uit voor het Vlaamse luik in het paviljoen. De coördinatie van de Vlaamse deelname is toegewezen aan Flanders Investment & Trade (FIT). Gedelegeerd bestuurder Claire Tillekaerts: “Wereldexpo’s worden reeds georganiseerd sinds 1851 en zijn meer dan anderhalve eeuw een prominent internationaal forum waar de deelnemende landen hun economische, sociale, culture en technologische ontwikkeling presenteren. De laatste edities zijn uitgegroeid tot volwaardige business events.” De editie in Shanghai, vijf jaar geleden, was daar volgens Tillekaerts een uitstekend voorbeeld van. “Heel wat Belgische bedrijven kregen dankzij hun deelname aan de Wereldexpo toegang tot de Chinese markt.”

FIT heeft een taskforce opgericht met partners uit het bedrijfsleven (sectorverenigingen zoals Essenscia, FEVIA en Horeca.be) en de overheid (landbouw- en milieuadministratie, VLAM, ILVO, de provincies, enz.). Samen met een recordaantal sponsors (200-tal) die een inhoudelijke of materiële bijdrage leveren aan het paviljoen wordt de boodschap uitgedragen dat Vlaanderen top is in voeding en oplossingen aanbiedt voor de uitdagingen van morgen. Het thema 'Feeding the Planet, Energy for Life' is gesneden koek voor onze bedrijven. Toch was het een uitdaging voor de taskforce om niet alleen de gekende grootmerken (frietten, bier, wafels en chocolade) van stal te halen maar de Vlaamse expertise in de voedselketen op een aantrekkelijke manier uit te beelden. In Milaan worden verhalen in woord en beeld gebracht over voedselproductie, ruimtegebruik, voedselveiligheid, voedseloverschotten, verpakking, enz.

De populariteit van deze editie van de Wereldexpo bij Vlaamse bedrijven wijt Jeroen De Vuyst van FIT aan de nabijheid van uitvalsbasis Milaan – gastland Italië is onze zesde belangrijkste exportmarkt – en aan het 'dankbare' thema. "In onze voedingsketen is veel expertise aanwezig en die willen we nu delen met de wereld. Bovendien is zo'n Wereldtentoonstelling onbetaalbare 'exposure' voor bedrijven die hun blik richten op Europa en de wereld." Een week eerder werd dat al duidelijk bij de voorstelling van het economisch jaarverslag van de voedingsindustrie. Sectorvereniging FEVIA blikte toen enthousiast vooruit op de deelname aan de Wereldexpo. Het vrij recent ontwikkelde concept en logo 'Food.be – Small country. Great food' zal prominent in het Belgisch paviljoen aanwezig zijn om de export een extra duw te geven. Het wordt één van de zes themazones, naast 'agriculture', 'food culture & gastronomy', 'food safety management', food & life sciences, food & cleantech.

De expo in Milaan moet de kers op de taart worden voor de Food.be-strategie. In 2014 werd voor 22,9 miljard euro aan verwerkte voedingswaren uitgevoerd. Het handelsoverschot bedroeg 3,9 miljard euro. Dat kan misschien nog beter in de wetenschap dat FEVIA 29 subsectoren achter één logo voor promotie in het buitenland heeft kunnen scharen. Op termijn is het de bedoeling dat Food.be uitgroeit tot een label voor de ganse Belgische voedingsketen, en het mee uitgedragen wordt door ketenpartners zoals de landbouw.

De deelname aan de Wereldexpo in Milaan heeft de ogen van de wereld reeds op de Belgische voedingsindustrie gevestigd. Zo nam het Chinese persagentschap Xinhua recent contact op met FEVIA om het verhaal rond Belgische voeding te brengen. Bedrijven gaan dat verhaal ook zelf vertellen, of laten hun sectorvereniging dat doen met een generieke campagne. De Belgische friet heeft dankzij Belgapom, de belangenverdediger van de aardappelverwerkende industrie, tegenwoordig een eigen mascotte. De figuur 'James Bint' is een knipoog naar de legendarische geheim agent maar eveneens naar het aardappelras bintje. James Bint zal opduiken bij het frietkraam in het Belgisch paviljoen om alle bezoekers ervan te overtuigen dat frietten niet 'French' zijn.

Het Belgisch paviljoen in Milaan, waar een totaal kostenplaatje van 13 miljoen euro aan vasthangt, is bijna 30 are groot en rijgt de Vlaamse topproducten aan elkaar. In de buitenzones zijn er kraampjes waar bezoekers naast frietten ook bier, wafels en ijs kunnen proeven. Van het (tuin)meubilair tot de piano die het paviljoen extra cachet geeft, alles is van Vlaamse of Belgische makelij. Rond het paviljoen is een tuin die de nodige kleur en flair heeft dankzij de planten van BEST-select, een coöperatieve vereniging van 18 Vlaamse sierboomkwekers uit de regio Lochristi.

Meer info: Wereldexpo Milaan

Beeld: expomilano2015.be

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>

