

“WIJ TONEN DE INDISCHE CHAI TRADITIE AAN DE WERELD”

Opnieuw internationale roem voor het Belgische Chalo; winnaar Best New Product Award op World of Coffee Milaan van The Specialty Coffee Association (SCA).



Melsele/Milaan - De overwinningsroes zindert nog na bij Chalo, Belgisch producent en verdeler van de traditionele Indische Chai Latte. Op World of Coffee 2022 in Milaan, de meest prestigieuze vakbeurs van The Specialty Coffee Association, won Chalo's Lemon Ginger Iced Tea de award 'The Best New Product for Specialty Non-Coffee Beverage Stand Alone'. “Dit versterkt ongetwijfeld de enorme flow waar we in zitten. Belangrijk is dat ons verhaal zo nóg meer bekendheid krijgt”, aldus zaakvoerder Gita Van den Boer van Chalo.

Het Belgische Chalo is een volledig natuurlijk, duurzaam en premium brand geïnspireerd door het authentieke chai latte recept uit India. Daarbij wil Chalo vooral de kostbare erfenis van de Chai Wallahs (letterlijk theemaker) eren; zwarte thee in warme melk gieten met een kruidenmengsel van kardemom, kaneel, zwarte peper en gember. Het doet dat met een eigen 100% vegan assortiment met tal van handige, consistente, betaalbare en gezonde producten. Deze worden aangeboden in zowel de horecasector als voor thuisconsumptie, via onder meer een netwerk aan trendy coffeeshops en gespecialiseerde voedingswinkels.

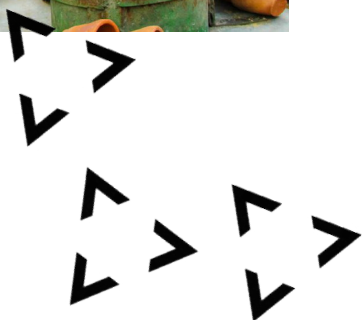
“Mijn doel is in eerste instantie altijd geweest om die prachtige Indische chai traditie aan de wereld te tonen, geheel met respect voor de herkomst”, weet Chalo-bezielster Gita Van den Boer. Gita, voormalig Sales Manager en directeur bij het beursgenoteerde bedrijf Brunel, werd zelf geadopteerd uit India. Pas in 2010 kreeg ze de kans om naar haar geboorteland te trekken. Ze deed er vrijwilligerswerk in het weeshuis, waar ze zelf ooit verbleef. En de dagelijkse chai latte die ze tijdens haar verblijf dronk, kon ze na haar terugkomst in ons land nergens vinden in dezelfde kwaliteit. Dat triggerde Gita en ze schonk het leven aan Chalo, dat letterlijk ‘let's go’ betekent. In 2015 lanceerde Chalo de Chai Masala, Vanille, Cardamom en Lemongrass. De eerste award voor de nieuwkomer volgde vrijwel meteen. Het gaf Gita een enorme boost om verder aan de weg te timmeren en zo zit Chalo vandaag in 30 landen in Europa, Azië, Noord en Zuid-Amerika.





GEWAAGD

De recente Best New Product Award van The Specialty Coffee Association – hoogst aangeschreven in de sector – is voor Gita en Chalo een enorme erkenning en erg mooie bevestiging. “Het toont aan dat de kwaliteit en het belang van de focus op de authentieke story erkend wordt. We zijn bij *de juiste mensen* goed bezig. Bovendien versloegen we in onze categorie dé referentie binnen onze branche, Beyond the Bean uit de UK, dat genomineerd was met een gelijkaardige thee met lemon en ginger. Volgens mij haalden we het omdat we gewaagder uit de hoek durfden te komen. Onze Chalo Lemon & Ginger Iced Chai *kicks ass*. Vooral dankzij de stevige portie gember.”



TOTAALVISIE

Chalo streeft ernaar een merk met totaalvisie te zijn. Zo pakte het bijvoorbeeld al in 2015 uit met refills in grotere verpakkingen. “Om onze authentieke kwaliteit te garanderen én de tewerkstelling te stimuleren, gebeurt de gehele productie in India”, haalt Gita aan. “De verpakkingen produceren we in functie van duurzaamheid en minimale afstanden in Europa. Zijn dozen met bestellingen niet vol, dan versturen we ze niet. Geen halfvolle verzendingen bij ons, daar zijn we heel rigide in. Weet je, het hele verhaal moet gewoon kloppen: van duurzame partnerships tot sociale werkplaatsen die inspringen bij het verpakkingsproces. Het is gemakkelijk om als product in een catalogus te staan. Maar wij kiezen voor een ander proces; trager, doch duurzaam. We zweren ook bij faire remuneratie, op onze eigen rebelse wijze. Bewuste korte ketens gecombineerd met regelmatige audits in India en bij de andere leveranciers.”



MOEDER THERESA

Het doel van Gita is om met Chalo ook iets terug te geven aan India. “Ik weet het: dit klinkt als Moeder Theresa, die ik niet ben. Maar ik meen het wel oprecht. Ik wil bruggen slaan tussen België en India en (vrouwelijk) ondernemerschap stimuleren”, aldus de ondervoorzitter van Women’s Indian Chamber of Commerce & Industry, (WICCI), een organisatie die vrouwelijk ondernemerschap in bedrijven stimuleert door een grotere betrokkenheid bij de overheid te stimuleren en wereldwijd netwerken te smeden. “Ik droom ervan om daar ooit een eigen project rond empowerment op te zetten om vrouwen en kinderen te helpen in de theeplantages, ondersteund door middel van onderwijs. Tegelijk wil ik Chalo uitbouwen tot marktleider in gezondere voedingsproducten voor horeca- en thuisconsumptie. Kortom; heel ambitieus én ongeduldig. En klaar om met Chalo voor heel wat impact te zorgen.”



NOG WAT FACTS & FIGURES:

- » Augustus 2015 lancering range Chai Masala, Vanille, Cardamom en Lemongrass
- » 2015: Award Best New Natural Drink of Scandinavia at Natural and Organic Food Fair
- » 2017: Best New Product Award for Non Coffee Specialty Beverage at World of Coffee Budapest by Specialty Coffee Association
- » 2022: Best New Product Award for Non Coffee Specialty Beverage at World of Coffee Milan by Specialty Coffee Association
- » Afzet in 30 landen in Europa, Azië, Noord en Zuid-Amerika
- » Klanten: 2017 = 297, 2022 = 560, met ketens zijn dat in totaal 750 locaties
- » Belgisch team Chalo Company: 5
- » Kanalen: 80% foodservice horeca, 5% e-commerce, 10% Out of Home Specialty Retail
- » Omzetstijging producten: H1 2022 vs H1 2021 = 55%
- » Verkochte kopjes Chai Masala tot nu toe in 2022 = 1.626.876

MEER INFO



Contact CHALO: Gita Van den Boer
+32 (0)495 51 51 80

Contact pers BUZZ: Seppe Slaets
+32 (0)477 62 87 66 — seppe@buzz-agency.be

