

« NOUS VOULONS FAIRE DÉCOUVRIR LA TRADITION DU CHAI INDIEN AU MONDE ENTIER »

La société belge Chalo remporte le Best New Product Award au World of Coffee à Milan, décerné par la Specialty Coffee Association (SCA), et s'offre ainsi une nouvelle renommée internationale.



Melsele/Milan, 12 juillet – La joie de victoire vibre toujours chez Chalo, le producteur et distributeur belge du traditionnel Chai Latte indien. Le Lemon Ginger Iced Tea de Chalo a remporté le prix de ‘The Best New Product for Specialty Non-Coffee Beverage Stand Alone’ lors du World of Coffee 2022 à Milan, le plus prestigieux salon commercial de The Specialty Coffee Association. « Cela va encore renforcer le formidable élan qui nous porte et fera encore mieux connaître notre histoire », déclare Gita Van den Boer, gérante de Chalo.

Chalo est une marque belge 100% naturelle, durable et haut de gamme, inspirée de la recette authentique du chai latte en Inde. Chalo veut rendre hommage à l'héritage des Chai Wallahs (littéralement, les faiseurs de thé), en versant du thé noir dans du lait chaud avec un mélange d'épices composé de cardamome, de cannelle, de poivre noir et de gingembre. La marque propose un assortiment 100% vegan de produits pratiques, constants, abordables et sains, pour le secteur horeca et la consommation à domicile, via un réseau de cafés très tendance et de magasins d'alimentation spécialisés, entre autres.

« Mon objectif a toujours été de faire découvrir au monde cette merveilleuse tradition indienne du chai, dans le respect total de ses origines », explique Gita Van den Boer, fondatrice de Chalo. Ancienne Sales Manager et directrice de la société cotée en bourse Brunel, Gita a elle-même été adoptée en Inde. Ce n'est qu'en 2010 qu'elle a eu la chance de retourner dans son pays natal. Elle y a fait du bénévolat dans l'orphelinat où elle a vécu elle-même. Mais à son retour, elle n'a pas pu trouver dans notre pays le chai latte quotidien de grande qualité qu'elle avait découvert pendant son séjour en Inde. Et cela a été le déclic : Gita a créé Chalo, qui signifie littéralement « allons-y ». En 2015, Chalo a lancé les produits Chai Masala, Vanille, Cardamome et Lemongrass. Le produit a très rapidement reçu sa première récompense, ce qui a donné à Gita un énorme élan pour continuer à aller de l'avant et aujourd'hui, la marque Chalo est présente dans 30 pays en Europe, en Asie, en Amérique du Nord et du Sud.





DE L'AUDACE

Le récent Best New Product Award de The Specialty Coffee Association – le prix le plus prestigieux du secteur - est une très belle reconnaissance et un énorme soutien pour Gita et Chalo. « Cela prouve que la qualité et l'authenticité de notre histoire sont reconnues. Nous faisons du bon travail avec les bonnes personnes. En plus, dans notre catégorie, nous avons battu la référence du secteur, Beyond the Bean, du Royaume-Uni, qui était nominée avec un thé similaire au citron et au gingembre. Je pense que nous avons réussi parce que nous avons été plus audacieux. Notre Chalo Lemon & Ginger Iced Chai est une véritable bombe surtout grâce à la bonne dose de gingembre qu'il contient. »



UNE VISION GLOBALE

Chalo se veut une marque avec une vision globale. En 2015, elle a ainsi lancé des recharges dans des emballages plus grands. « Afin de garantir notre qualité authentique et d'encourager l'emploi, toute la production est réalisée en Inde », explique Gita. « Les emballages, nous les produisons en tenant compte du facteur durabilité et des distances minimales en Europe. Si les boîtes contenant les commandes ne sont pas remplies, nous ne les envoyons pas. Pas d'envois à moitié pleins chez nous : nous sommes très stricts là-dessus. Vous savez, toute l'histoire doit 'coller' : des partenariats durables aux ateliers sociaux qui participent au processus de conditionnement. Figurer en tant que produit dans un catalogue, c'est facile. Nous avons fait un choix différent, avec un processus plus lent, mais durable. Nous ne travaillons qu'avec des rémunérations équitables aussi, à notre manière, rebelle. Avec des chaînes résolument courtes, associées à des audits réguliers en Inde et chez les autres fournisseurs. »



MÈRE TERESA

Avec Chalo, Gita veut aussi rendre quelque chose à l'Inde. « Je sais, ça fait un peu « Mère Teresa », que je ne suis pas. Mais je suis très sincère : je veux jeter des ponts entre la Belgique et l'Inde et stimuler l'entrepreneuriat (féminin) », déclare la vice-présidente de la Women's Indian Chamber of Commerce & Industry (WICCI), une organisation qui encourage l'entrepreneuriat féminin dans les entreprises en promouvant une plus grande implication des autorités et en développant des réseaux dans le monde entier. « Je rêve d'y réaliser un jour mon propre projet d'empowerment pour aider les femmes et les enfants dans les plantations de thé, avec le soutien de l'éducation. Je veux aussi faire de Chalo un leader du marché des produits alimentaires plus sains pour l'horeca et la consommation à domicile. En bref : je suis très ambitieuse et impatiente. Et prête à frapper fort avec Chalo. »



QUELQUES FAITS ET CHIFFRES :

- » Août 2015 lancement de la gamme Chai Masala, Vanille, Cardamome et Lemongrass.
- » 2015 : Award Best New Natural Drink of Scandinavia lors de la Natural and Organic Food Fair.
- » 2017 : Best New Product Award for Non Coffee Specialty Beverage lors du World of Coffee Budapest par la Specialty Coffee Association.
- » 2022 : Best New Product Award for Non Coffee Specialty Beverage lors du World of Coffee Milan par la Specialty Coffee Association.
- » Ventes dans 30 pays en Europe, Asie, Amérique du Nord et du Sud
- » Clients : 2017 = 297, 2022 = 560, avec les chaînes, cela représente un total de 750 sites.
- » Équipe belge Chalo Company : 5
- » Canaux : 80% foodservice horeca, 5% e-commerce, 10% Out of Home Specialty Retail.
- » Augmentation du chiffre d'affaires des produits : H1 2022 vs H1 2021 = 55%.
- » Tasses de Chai Masala vendues à ce jour en 2022 = 1.626.876

PLUS D'INFOS



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

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

