Supermarkt begint imago-offensief in onderwijs

04-01-2007 00:00

Nederlandse supermarkten starten binnenkort een imago-offensief op basisscholen en in het voortgezet onderwijs. Het project van de koepelorganisatie Centraal Bureau voor de Levensmiddelenhandel (CBL) start onder de naam ‘Passie voor Food’.

De campagne moet duidelijk maken dat supermarkten maatschappelijk verantwoord werken en middenin de samenleving staan. De supermarkten gaan lokale schoolklassen adopteren van lagere en middelbare scholen in de buurt.

Volgens een woordvoerder van het CBL is ‘Passie voor Food’ een voorlichtingsproject. ‘Goede voorlichting is van groot belang, omdat er in de toekomst veel zal veranderen op voedingsgebied. Zo zal sla later wellicht niet meer als een krop verkrijgbaar zijn, maar alleen in een zakje. Door de voorlichting moet de jeugd er achter komen hoe de zakjes sla tot stand zijn gekomen.’