

Iglo start 'verscampagne'

12-03-2007 00:00

Het zit Iglo dwars dat het gros van de consumenten denkt dat diepvriesproducten minder vitamines en mineralen bevatten dan 'echte' versproducten. Om korte metten te maken met deze vooroordelen, is de diepvriesgigant op de winkelvloer, op internet, in tijdschriften en kranten een grote 'verscampagne' gestart.

Iglo benadrukt zich niet af te willen zetten tegen verse groenten en vis. Nederlanders gaven vorig jaar 990 miljoen euro uit aan diepvriesproducten, twee procent meer dan het jaar ervoor.