Metro voert energielabel op product

17-09-2007 00:00

De Duitse retailer Metro zet een energielabel op zijn huismerken. Momenteel hebben 2000 van de 2600 huismerkartikelen het logo op de verpakking. Op de voorkant van de verpakkingen wordt de grootte per portie, het aantal calorieën per portie en het percentage van de dagelijkse aanbevolen hoeveelheid aangegeven. Een soortgelijk logo is een jaar geleden ook geïntroduceerd door A-merkfabrikanten als Pepsi, Kellogg's en Unilever.

Het energielogo is onderdeel van de 'Gut für Dich'-campagne bij Metro die vanaf begin 2007 van start ging. Naast de energiewaarden op de verpakking stimuleert de retailer zijn klanten ook om meer te bewegen.