

'Eerlijke' slogans en lelijke groenten en fruit

28-07-2014 07:26

Een actie van Intermarché tegen voedselverspilling en een dozijn 'eerlijke' slogans kwamen voorbij op social media.

Intermarché is een actie gestart om klanten in het Europese jaar tegen voedselverspilling zover te krijgen ['lelijke' groenten en fruit](#) te kopen. De Franse supermarktketen legde de goedkopere, vervormde wortels naast de reguliere in het schap, terwijl er sapjes werden verkocht van andere misvormde groenten en fruit.

DHL heeft zijn [pakketautomaten](#) in Berlijn volgeplakt met stickers van zijn online supermarkt Allyouneed.com. Klanten kunnen daardoor boodschappen via hun mobiel doen, wanneer zij andere bestellingen afhalen.

In de wekelijkse [Facebookrubriek 12x](#) aandacht voor wat consumenten volgens Honest Slogans echt van retailers en merken denken. Onder meer de slagzinnen van IKEA, Victoria's Secret, Starbucks werden op de hak genomen.

Ook op Facebook een interactieve passpiegel bij opticien KITE en de app SnapUp. Op Pinterest kwam simplistisch store design van Nike voorbij, evenals de nieuwe mannenafdeling van Saks Fifth Avenue.

Verder heeft [JCPenney](#) zijn etalage in Manhattan uitgerust met 'Perfect The Way They Are'-mannequins. 'We zijn vastbesloten om alle klanten te kleden zoals ze zijn', aldus de Amerikaanse warenhuisketen. 'All shapes, sizes & styles.'

Volg ons ook op [Facebook](#) en [Pinterest](#).