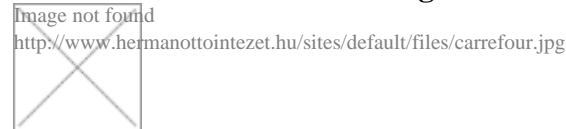


[Kezdőlap](#) > SIKERTÖRTÉNET - CARREFOUR

SIKERTÖRTÉNET - CARREFOUR: Előny ad az öko címke uniós elismertsége az áruházláncnak

A francia központú Carrefour a legnagyobb áruházlánc Európában és a második legnagyobb a világon. Közel 365 ezer alkalmazottja, több mint 10800 boltja van összesen 30 országban, naponta 12,5 millió vásárlónál is többet szolgálnak ki. A csoport bevétele 2014-ben meghaladta a 100 milliárd eurót.



A 2015-ös ENSZ klímakonferencia egyik partnereként a mindennapi tevékenységünkben elkötelezettek vagyunk a fenntartható és felelősségteljes kereskedelem mellett. Vallja a cég. A csoportunk társadalmi felelősségvállalási megközelítése három oszlopra épül: a hulladék mindenféle formája elleni küzdelem, a biológiai sokszínűség megőrzése és az együttműködés a cégünk partnereivel. Aktívan népszerűsítjük a felelősségteljes fogyasztást, különösen a Carrefour fejlesztette EcoPlanet termékcsaláddal. Ez lehetőséget ad a vevőknek, hogy olyan termékeket válasszanak, amelyeknek kisebb a hatása a környezetre, amit különféle tanúsítványokkal garantálnak, mint az uniós öko címke, a francia NF Environnement vagy a német Kék Angyal (Blaue Engel) környezetvédelmi védjegyek.

A fentiek közül a több országban is jelen lévő cégnek több előnyt nyújt az EU öko címke a nemzeti védjegyekkel szemben, hiszen előbb minden uniós tagállamban ismerik és elég egyszer megszerezni, hogy mind a 28 országban érvényes legyen. Minden esetben az EU Öko címket részesítjük előnyben az EcoPlanet márkánál, ha már létezik az adott termékcsoporthoz követelményrendszer, mivel minőségi garanciát nyújt és fejlett a környezetvédelmi követelményrendszer. Az EU-szintű érvényessége további előny a hozzánk hasonló cégeknek, amelyek számos európai országban működnek.

A hálózat francia boltjaiban számos EcoPlanet-terméken megtalálható az uniós öko címke virágos logója, így többek között a festékeken és lakkokon, mosó-, kéz- és általános tisztítószereken, valamint zsebkeféken. Az EcoPlanet mellett természetesen más gyártók márkái is a polcokon sorakoznak, amelyeken megtalálható az uniós öko címke, így a vásárlók akkor is válogathatnak, ha környezettudatosan szeretnének vásárolni.

Az Európai Bizottság vizonteladói fórumának tagjaként elkötelezettek vagyunk a bio-, európai és nemzeti öko címkes vagy más olyan termékek népszerűsítése mellett, amelyek hozzájárulnak a fenntartható fogyasztáshoz. Az uniós öko címkes termékek forgalmazása ennek az elkötelezettségnek a természetes kiterjesztése volt.

Kulcsfontosságú a fogyasztók informálása az EU Öko címke felől. A boltban minden elismert termék csomagolása hangsúlyozottan jeleníti meg az EU Öko címke logót, és ezeket időnként kiemelik a katalógusaikban is, hogy a fogyasztók jobban észrevegyék. A saját honlapjukon szintén bemutatják azokat a garanciákat és előnyöket, amelyeket a jelölés nyújt. Javasoljuk a fogyasztóinknak, hogy uniós öko címkevel elismert termékeket válasszanak és fedezzék fel az EcoPlanet termékcsaládot. Arra biztatják a többi vizonteladót is, hogy használják az uniós öko címket, hogy növeljék az elismertségét a közvéleményben és hogy környezetileg hatékony termékeket kínálhassanak.

Kapcsolódó dokumentum: [<<SUCCESS STORY>>](#) [1]

Ismerkedjen meg további példamutató címkehasználókkal és fedezze fel az EU öko címke által tapasztalt sikereket.

- [SIKERTÖRTÉNET - COOP ITALIA](#) [2]
 - [SIKERTÖRTÉNET - Carrefour](#) [3]
-

Source URL: <http://www.hermanottointezet.hu/sikert%C3%B6rt%C3%A9net-carrefour>

Hivatkozások

[1] <http://www.hermanottointezet.hu/sites/default/files/Success%20story%20Carrefour%20France-1.pdf>

[2] <http://www.hermanottointezet.hu/sikert%C3%B6rt%C3%A9net-coop-italia>

[3] <http://www.hermanottointezet.hu/sikert%C3%B6rt%C3%A9net-carrefour>