



MODULO 1

UNITÀ DIDATTICA 3

PAGINA 82

Efficienza e fragranza: due variabili vincenti

Nella comunicazione al consumatore, l'atteggiamento delle case produttrici di sgrassatori non segue necessariamente una linea univoca. Alcune enfatizzano l'efficacia del principio attivo e la sua azione specifica sui materiali (esempio di *claim*: “Cif Sgrassatore con bicarbonato, tutta l'efficacia di Cif, l'unico raccomandato da Scovolini ed Ernesto Meda”; “Rio Melaceto è aceto di mele detergente, pulisce e sgrassa dappertutto”). Altri mettono l'accento sulla potenza, come Ajax Professional Sgrassatore Ultra che promette di eliminare perfino il grasso bruciato. Altri ancora fanno leva sulla modalità dell'azione pulente e la sua versatilità: “Bref Power Sciogligrasso Universale esalta la potenza della schiuma che elimina lo sporco più difficile, oli lubrificanti compresi”.

L'altra variabile è rappresentata dalla profumazione: alcuni fanno affidamento sul marchio sinonimo di profumo tradizionale di pulito, altri invece evidenziano la fragranza speciale del prodotto.

