

Le pubblicità imbecilli

☒ Da giorni mi chiedevo: ma quando nella pubblicità della candeggina ACE classica compare una signora che dice che i suoi capi ingiallivano perché li trattava con le "candeggine economiche" e adesso sono bianchissimi e più resistenti perché usa la ACE classica, chi vogliono prendere in giro?

Se è candeggina (cioè Ipoclorito di sodio NaClO) l'unica cosa che può cambiare è il grado di diluizione (ma di quello la pubblicità non parla).

I casi sono due o la affermazione è falsa oppure l'ACE contiene in più qualche additivo sbiancante non dichiarato. A meno che le molecole di ipoclorito di sodio sappiano di essere nella bottiglia dell'ACE o in quelle di una candeggina economica e si comportino di conseguenza, ma questo mi sembrava improbabile.

Mi sono messo di impegno e ho scoperto un po' di cose. Per ognuno dei prodotti inquinanti o potenzialmente pericolosi la normativa CEE obbliga i produttori ed i distributori a predisporre delle schede tecniche di sicurezza in cui vengono forniti, oltre ai dati necessari per i pronti interventi ospedalieri, un sacco di informazioni utili per il cliente. Nel caso della ACE classica oltre che la candeggina diluita al 5%, come in quasi tutte le candeggine in commercio c'è anche un additivo: il percarbonato di sodio, presente anche in molti detersivi, con azione sbiancante.

La mia candeggina fa i capi più bianche perché ha un secondo sbiancante; non te lo dico e ti mando il messaggio di non fidarti dei prodotti economici. Naturalmente la bugia la paghi tu insieme alla pubblicità con un costo del prodotto anche doppio.

Sempre in questi giorni viene pubblicizzata una nuova passata

della Cirio in confezione da 500 ml anziché 700 come nelle normali bottiglie in vetro. Il prodotto è proposto a 1 euro (molto caro) e la grande notizia è la bottiglia in PET (il materiale usato per le acque minerali).

La pubblicità insiste sulla infrangibilità e ti fa vedere che può cadere senza rompersi. Se si va sui siti specializzati e su quello della CIRIO si trova che *La Passata CIRIO in PET risponde alle esigenze del consumatore moderno, attento all'innovazione, alla praticità e alla comodità senza rinunciare al gusto. Se prendi la CIRIO sei ecofriendly e la Cirio si tinge di verde.*

Ora il pomodoro può essere commercializzato con il tetrapack (carta, plastica e alluminio) sicuramente altrettanto infrangibile e molto più inerte e con minore ingombro, con la tradizionale lattina (leggermente più pesante) o nel vetro (il più naturale ed inerte, ma fragile, pesante e ingombrante). Sarebbe bello che il consumatore potesse continuare a scegliere e naturalmente a riciclare senza ricevere messaggi fuorvianti.

Last but not least l'ultima pubblicità di Geppi ed Alessia sul *Bifidus Actiregularis*. C'è un balletto con in trasparenza le pance delle ballerine mentre il bifidus agisce. Un cattivo gusto senza pari. Un consiglio: comperate gli altri probiotici: costano la metà.

La bottiglia è morbida, la passata è densa dice lo slogan della Cirio che si può applicare anche agli effetti del bifidus. Alla fine di tutto, per ragioni igieniche, un bel bidet con candeggina diluita