



UNC
CONSUMATORI.IT

L'esperto risponde su...prezzi

22 Aprile 2014

746 (Sdc - apr. 2014) - Come ogni settimana i nostri esperti rispondono alle domande che i consumatori ci rivolgono più frequentemente. La domanda di oggi è: **Per tutte le merci l'indicazione è rapportato al chilogrammo, al litro o al metro con unità universalmente utilizzate: per i fustini di detersivo è invece indicato il prezzo "al misurino", unità di misura che mi è assolutamente sconosciuta. Come è espresso il costo dei detersivi in polvere in lavatrice? Esiste uno standard oppure ogni azienda si regola come vuole? Non mi sembra che questo sistema sia molto trasparente, soprattutto in questi momenti in cui i consumatori dovrebbero essere messi in grado di acquistare con la maggior cognizione di causa possibile.**

Dare una risposta corretta è difficile poiché le aziende non sempre facilitano una scelta corretta da parte del consumatore. Il criterio di controllare il peso e di vendere il costo al Kg è sicuramente buono, ma non è detto che a parità di peso quello che costa di meno sia più conveniente. I detersivi sono costituiti da principi attivi che esercitano la loro azione "pulente". Si tratta di prodotti sostanzialmente della stessa natura chimica in tutti i detersivi, ma la loro concentrazione varia e questo valore è riportato (anche se generalmente è scritto con caratteri più piccoli) sulle confezioni. Ad esempio se un detersivo contiene il 5% di principio attivo, se ne deve adoperare il doppio di un altro detersivo che ne contiene il 10%. Al contrario il costo di quello al 5% dovrebbe essere la metà di quello al 10%.

Insomma i detersivi "più concentrati" dovrebbero avere un prezzo maggiore. Il problema è che vengono nominati tutti i componenti e non è facile districarsi tra i vari nomi chimici e le relative percentuali.

Inoltre l'efficienza "pulente" dipende anche dalle diverse formulazioni e dal bilanciamento tra i vari ingredienti e questo complica ulteriormente la scelta. Considerando le diverse variabili il consiglio che si può dare è quello di basarsi sulla propria esperienza e scegliere quei prodotti che hanno dato buoni risultati in precedenza.

Autore: Agostino Macrì

Data: 23 aprile 2014

