

## Le settimane enigmistiche

<a href="mailto:maurt1@libero.it">mauro artibani</a>

08-03-2008

Parole crociate, sciarade, indovinelli, rebus.

Questo è quanto ci propone il mercato dei prodotti alimentari.

Questo mostra quanto siano necessari esercizi di pratica enigmistica per disinnescare trucchi e doppi-gioco che ci vengono proposti quando ci facciamo prossimi all'acquisto.

"PANNA", l'acqua minerale, lo è di nome o di fatto?

E quel lieve dell'acqua "LIEVE", sarà lieve?

Sempre quelli della "LIEVE" nell'etichetta non raccomandano la loro acqua però scrivono: "Può essere consigliata per i bambini".

Già, ma da chi?

L'olio "CUORE" fa bene al cuore?

Non c'è scritto; ci invitano però a desumerlo.

La minerale "SUCCHI" va bevuta come raccomandato: 8 bicchieri al giorno.

smaltire le scorte o come prescrizione posologica?

### La POSOLOGIA

potrebbe divenire il più sofisticato modo di trattenerci presso il LORO prodotto.

Se quell'acqua viene bevuta, con cadenzata regolarità, seguiamo una cura: FIDELIZZATI.

Rovistando negli scaffali di un supermercato si può far tesoro dei prodotti in predicato di posologia.

I cereali "KELLOGS" espongono le quantità giornaliere raccomandata ad un adulto. Risponde "NESTLE" con "Fibre1" e... "una porzione contiene il 40% del fabbisogno giornaliero".

Siete affetti da stipsi?

Niente paura, si fanno in quattro per voi; la "DANONE" con lo yogurt "Activia" migliora "ogni giorno la tua naturale regolarità".

C'è chi va fino in fondo, lo "Yogurtino" della "PLASMON", per "mantenere il benessere dell'intestino

Gozzovigliatevi, tanto "MAYA - Proactive" fa il miracolo....."aiuta a ridurre significativamente il colesterolo".

Ricomponiamoci.

Assumiamo un tono professionale.

### La FIDELIZZAZIONE

va accuratamente evitata.

Può essere una malattia invalidante: consente ai produttori di sottrarsi alla concorrenza del mercato e a NOI di trovarci ficcati in nicchie maleodoranti dove i venti della convenienza non spirano.

C'è aria viziata.

Gestire la formazione del prezzo stando in apnea può risultare oltremodo difficoltoso.

Le rendite di posizione troverebbero agio e NOI mancheremmo ad uno dei precetti della nostra MISSION: pulire il mercato da viscosità, opportunismi, farragini, che rallentano la produttività degli scambi.

**Mauro Artibani**

[professionalconsumer.splinder.com](http://professionalconsumer.splinder.com)

[professioneconsumatore.org](http://professioneconsumatore.org)