

**[Aziende] Real Chimica lancia Chanteclair Detersivo Lavatrice Econcentrato. Da dicembre campagna adv da 1,5 milioni**



C'è un'Italia che va bene, ma spesso è poco visibile. È la conclusione del rapporto Symbola-Fondazione Edison che ha analizzato il patrimonio di piccole e medie imprese, distretti e filiere produttive che traineranno la ripresa. Buon esempio di questa Italia è **Real Chimica**, azienda

di Seregno che gioca alla pari con le grandi multinazionali nel settore della detergenza (100 milioni di euro il fatturato 2008, +9% sul 2007) proprio grazie all'innovazione. Dopo aver rilanciato il sapone di Marsiglia, nel 1999 ha 'inventato' lo Sgrassatore Universale (44,1% del mercato a valore) e ora rilancia la sfida con un prodotto molto innovativo: **Chanteclair Detersivo Lavatrice Econcentrato**, presentato ieri a Milano. "Non

è l'ennesima variante di profumazione, né un pack di design in edizione limitata - ha spiegato l'ad **Giovanni Sala** (nella foto) -, ma rappresenta un nuovo approccio culturale alla gestione dei consumi e delle risorse". Il detersivo, infatti, è ispirato a principi di eco-compatibilità e si distingue per la quasi totale assenza di acqua: superconcentrato, 625 ml garantiscono 25 lavaggi come 2.500 ml di un detersivo tradizionale, vanta efficacia anche a freddo e un buon risparmio energetico. Le piccole dimensioni del pack permettono anche di risparmiare il 50% di plastica e di ridurre le emissioni di CO2 grazie all'ottimizzazione dei carichi di trasporto. "Tutti i progetti futuri di Real Chimica saranno sotto le bandiere di qualità e responsabilità", ha ribadito **Matteo Bettini**, responsabile trade marketing. Il lancio di Chanteclair Lavatrice Econcentrato

partirà a dicembre con un investimento complessivo di 1,5 milioni di euro la cui pianificazione è gestita da **M,C&A MediaVest** con cui Real Chimica collabora dal 2004. Anche per l'Econcentrato il media mix è più articolato di quanto non faccia in genere la categoria: Tv (generalista e Sky) con spot multisoggetto da 10 e 15" (51% degli investimenti, il 9% alle Tv sat; radio con spot da 10 e 15" (32% degli investimenti); web, con un concorso, un sito ad hoc e una campagna online a sostegno; stampa quotidiana (a partire dalla primavera 2010), free press compresa (6,4% degli investimenti). La creatività stampa e tv è curata dall'agenzia Forchets, mentre quella radio è affidata a Paolo Monesi. Nel piano di lancio sono previste anche promozioni in-store, distribuzione di leaflet e isole promozionali nei maggiori centri commerciali. Real Chimica investe in comunicazione circa l'8% del proprio fatturato netto e anche nel primo semestre 2009 è andata in controtendenza: prima fra le società italiane del settore Nielsen 'Gestione Casa', ha incrementato gli investimenti del 21% rispetto al primo semestre 2008, portandoli a quota 3,4 milioni di euro, mentre il comparto accusa un decremento del 17%. (A.Cu.)



www.ecostampa.it

**[Dopo il viaggio] A Corbis l'eredità di Bruce Lee**



**GreenLight (Corbis)** è stata scelta come rappresentante ufficiale per i diritti pubblicitari di Bruce Lee. "Anche se deve la sua fama principalmente alle sue mosse fulminee e ai colpi inarrestabili, Bruce Lee rappresenta molto di più. Ad esempio, è stato un apprezzato filosofo ed è tuttora un simbolo affermato dell'orgoglio nazionale cinese. E' nostra intenzione condividere l'intera eredità lasciataci da Bruce Lee", spiega **David Reeder**, vice presidente GreenLight.

**Pubblicità**  
SOLUZIONI  
CREATIVITÀ & MARKETING

Real Chimica lancia Chanteclair Detersivo Lavatrice Econcentrato. Da dicembre campagna adv da 1,5 milioni

**GDO**  
IN GDO SI RITROVANO TUTTI I TARGET

**solutions**