

Intimus ganha mais beleza e oferece novas opções

Gisele Centenaro

É da 100% Design o apurado trabalho que envolve a identidade visual de reposicionamento da marca Intimus, que, além de embelezar seus tradicionais produtos de higiene íntima feminina – absorventes, sabonetes íntimos e lenços umedecidos –, também lança no mercado sua linha de absorventes internos. Para esta nova fase da vida de Intimus, comercializada pela Kimberly Clark, a agência desenvolveu a renovação da logomarca e todo projeto de arquitetura de novas embalagens, visando uma maior identificação junto ao público-alvo, bem como o destaque dos benefícios oferecidos pelos produtos nos pontos-de-venda, pois, estudos investigativos apontam altos índices de dificuldade das consumidoras na escolha do item mais adequado ao seu estilo de vida, em razão da poluição provocada entre inúmeros concorrentes, intensificada ainda pelas constantes inovações da categoria.

"O novo logotipo da Intimus traz formas mais delicadas, leves e femininas, refletindo a evolução da marca ao longo dos anos e o objetivo de se conectar com seu público-alvo", explica Patricia Oliveira, diretora de criação da 100%, em comunicado enviado ao Portal da Propaganda.com. "As novas embalagens apostam em cores e grafismos que evocam a feminilidade e contemporaneidade da marca, além de trazerem uma organização de informações clara e coesa, que destaca os benefícios e diferenciais de cada absorvente", complementa.

Em uma extensão da nova identidade, a 100% desenvolveu também novas embalagens para a linha Intimus Teen e redesenhou sua personagem Camila com um visual mais fashion e cheio de atitude.

Para a nova linha de absorventes internos, a 100% Design idealizou as embalagens de modo a preservar, sem prejuízo do share of mind já conquistado, a identidade e a organização das informações elaborada para a marca. "Esta linha acentua ainda mais a linguagem ousada, feminina e contemporânea da nova identidade por trazer o produto embalado um a um em invólucros coloridos", salienta Patricia Oliveira.

Para as embalagens de sabonetes íntimos e lenços umedecidos, a agência incorporou aspectos essenciais da categoria como frescor, limpeza e feminilidade, além de conferir destaque especial aos diferenciais e propriedades específicas de cada produto.

CENTENARO, Gisele. Intimus ganha mais beleza e oferece novas opções. **Portal da Propaganda**, nov. 2008. Disponível em: <<http://www.portaldapropaganda.com>>. Acesso em 7 nov. 2008.