



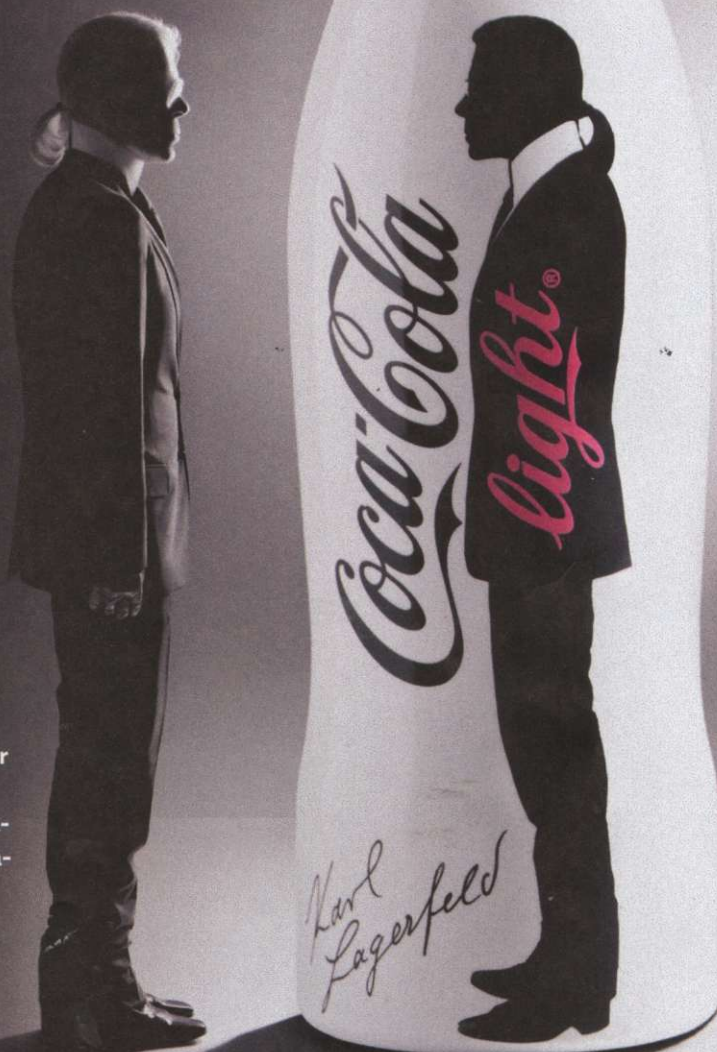
COCA COM ESTILO: versões feitas por grifes como Marni e Blumarine

A MODA EMBALA A INDÚSTRIA

Beleza é fundamental. Seguindo esse mandamento, grandes empresas contratam estilistas para renovar seus produtos

Natália MESTRE

Não se ama ninguém senão pelas qualidades aparentes, já dizia o filósofo francês Blaise Pascal. A frase tem quase quatro séculos, mas sua essência traduz a indústria atual da embalagem. De vendedoras, as marcas passaram a conquistadoras. E assim como uma mulher investe nos melhores tratamentos de pele, no perfume mais inebriante e no figurino mais ousado, a indústria também recorre a uma bela fachada de seus produtos para capturar o consumidor. Isso acontece até com empresas já calejadas na arte da sedução, como a Coca-Cola, cujo mais recente parceiro foi o estilista alemão Karl Lagerfeld. Ele se apaixonou tanto pela ideia de criar uma embalagem para a Coca-Cola Light que estampou seu agora lânguido corpo —



O estilista alemão Karl Lagerfeld desenhou garrafas para uma edição especial da Coca-Cola light com a sua própria silhueta. Assim como ele, vários nomes da moda têm sido requisitados por grandes multinacionais

que já teve uma circunferência de Coca litro - na garrafa da Coca light. Sua silhueta chega somente às lojas europeias. O kit com seis garrafas e abridor será vendido por R\$ 110.

Não é de hoje que a Coca percebeu que a moda veste bem sua marca. A mesma Coca Light já teve figurinos desenhados por Roberto Cavalli e Donatella Versace, entre outros.

"Quando um estilista assina um produto, ele passa a ser um item sob medida e a indústria percebeu que essa bandeira da exclusividade é um forte apelo", diz Marcos Batista, coordenador do curso de Design de Produto do Instituto Europeo di Design. Isso faz com que empresas como a Pernod Ricard, produtora e distribuidora de bebidas, firme parcerias com estilistas do porte de Christian Lacroix, que desenhou a edição especial do Chivas 12 anos de 2010. "Escolhemos estilistas que representem os mesmos valores que a nossa

marca", avalia Bruno Correa, gerente da Pernod Ricard. "Chivas foi sempre sinônimo de luxo", ressalta Lacroix.

Aqui no Brasil as parcerias também funcionam bem nas vitrines e gôndolas. A estilista Isabela Capeto é uma das recordistas. Personalizou embalagens de perfumes e velas para a Phebo, do grupo Granado, e assinou latas de papel higiênico para a Neve. "Agrego valor a um produto que não é de moda e o consumidor adquire algo diferenciado. Todo mundo ganha", diz a estilista. "Nossa marca fala de vaidade e por isso a moda foi nossa escolha natural", diz Sissi Freeman, diretora de marketing e vendas do grupo Granado. Em cinco anos o faturamento da marca dobrou graças às parcerias: de R\$ 35 milhões, em 2005, para R\$ 70 milhões, em 2009. Esse mesmo sucesso foi obtido com as latas assinadas por Isabela para a Neve. A parceria, em 2006, gerou R\$ 1,5 milhão de retorno de mídia espontânea e

aumentou em seis vezes a venda do pacote de 12 rolos. Devido ao sucesso da ação, outros estilistas assinaram com a marca. Atualmente é a Neon, de Dudu Bertholini e Rita Comparato, que empresta suas estampas às latas.

A badalada estilista Adriana Barra também desenhou rótulos de vinhos, feitos só por mulheres, para a importadora Vinea. A idéia foi dar uma alma bem feminina, para contrapor a vocação mais masculina do produto. "As empresas estão em busca de uma visão mais moderna para a sua marca, querem uma mente mais criativa, uma nova forma de pensar os seus produtos. Em contrapartida, temos a chance de nos desafiar e entrar em um mundo novo, de ter o apoio de uma grande equipe, de encarar o trabalho em escala industrial e de alcançar um público muito maior que o nosso", defende a estilista.

Na contramão das tendências, a Melissa mostra que a moda também pede ajuda de outros setores para se tornar mais sedutora. A marca, que se destacou por parcerias com os irmãos Campana, traz agora modelos criados pelo premiado designer Gaetano Pesce. Mais acostumado a aconchegar ricos e famosos com seus móveis, o italiano vai garantir o conforto do andar dos descolados com a sua Melissa.

Aparência acima de tudo



MELISSAS POR GAETANO:
SAPATOS DA BRASILEIRA GRENDENE FEITOS POR ENCOMENDA PELO CULTUADO DESIGNER ITALIANO GAETANO PESCE



ARTE NOS BANHEIROS:
LATA DE PAPEL HIGIÊNICO DA NEVE COM ESTAMPA CRIADA PELOS ESTILISTAS DUDU BERTHOLINI E RITA COMPARATO DA NEON



VINHO COM ASSINATURA:
A ESTILISTA ADRIANA BARRA DESENHOU OS RÓTULOS DE VINHOS DISTRIBUÍDOS PELA VINEA E PRODUZIDOS POR MULHERES