Modernas e elegantes para atrair os jovens

As embalagens dos clássicos conhaques são inspiradas até na moda para falar a linguagem desse público-alvo

Foto: Divulgação

ASSUNTA NAPOLITANO CAMILO*

O ponto de venda escolhido dessa vez para a coluna Direto da Gôndola foi o free shop do aeroporto de Guarulhos (SP), que é um dos mais movimentados do mundo. Para muitos consumidores, o Duty Free é uma janela para os produtos do mundo, principalmente da Europa.

As campanhas de marketing do segmento de bebidas destiladas têm como foco os jovens. Para isso é primordial que as embalagens dialoguem com esse público-alvo e se alinhem aos novos conceitos, modernizando-se e tornando-se comuns para as empresas de bebidas. E essas mudanças têm dado resultado: cada vez mais os jovens estão adotando as bebidas destiladas como opção às cervejas e aos vinhos.

Por isso é frequente a decoração mais elaborada em garrafas de destilados que chegam até a brilhar no escuro ou que apresentam algum efeito iluminado para fazer parte das festas e baladas em todo o mundo.

Os estojos e cartuchos são um espetáculo à parte, valorizando a sofisticação e os efeitos especiais. Há cartuchos que trazem copos para o consumo da bebida. Outros podem ser utilizados como baldes de gelo. Em vários casos, as embalagens se transformam em objetos úteis para os consumidores, tornando-se mais desejadas, além de agregar valor ao produto. Muitas bebidas também exploram as edições limitadas, atendendo campanhas sazonais e atraindo o público colecionador.

Recentemente, o conhaque Hennessy estreou uma coleção exclusiva. A garrafa de vidro de 200 ml ganhou uma segunda pele de silicone de várias cores. A ideia é proteger a garrafa para torná-la mais segura, já que a embalagem é de bolso, além de servir como um item de moda. No ponto de venda, alguns jovens discutiam sobre quais cores levar, considerando o próprio estilo ou simplesmente seu gosto pessoal para vestuário e acessórios.

Essa solução conferiu à garrafa da bebida diferenciação e elegância. A roupa de silicone lembra a roupa de mergulho, elástica e justa, porém, com relevo que multiplica e amplia os detalhes dourados do hot stamping. Impressionante!

O conhaque Remy Martin também lançou uma edição limitada. A marca optou por decorar a sua garrafa com modernos rótulos termo encolhíveis, que ganharam uma arte especial, com vermelho metalizado sobre preto, num contraste elegante e jovial. Um design que tem, sobretudo, movimento. A arte em si tem um ar modernista pós-contemporâneo, além de um aspecto multicultural com frases descoladas, dançando na vertical em diferentes idiomas, garantindo o diferencial na gôndola. O destaque do fogo com cores fortes (preto, vermelho e dourado) conferiu ao produto um visual espetacular.

É bom lembrar que as empresas também têm investido consideráveis somas em campanhas para incentivar o consumo moderado e responsável de bebidas entre todos os níveis e perfis de público. Beber com responsabilidade é bom para um mundo mais feliz e melhor. Com embalagens igualmente responsáveis e visando a diversão e o prazer consciente, o negócio está garantido. Embalagem melhor. Mundo melhor.

** Assunta Camilo Napolitano é diretora do Instituto de Embalagens e da consultoria FuturePack*

Fonte: Pack, São Paulo, ano 14, n. 179, p. 56, jul. 2012.