



O CONTRASTE DAS EMBALAGENS DE CHOCOLATES

DIFERENÇAS QUE MARCAM AS EMBALAGENS NA EUROPA VERSUS ESTADOS UNIDOS E BRASIL

Com o destaque dado aos chocolates por ocasião da Páscoa, observamos os chocolates em barra com maior atenção, o que nos remete às gôndolas de outros países. A primeira evidência é que na Europa temos poucos ovos de chocolates, assim como nos Estados Unidos.

A comparação é inevitável. Na Europa encontramos as barras de chocolate normalmente envolvidas em folhas de alumínio seladas e acondicionadas em cartuchos de papel cartão. Tal sistema denota cuidado especial para que as barras durem mais (maior shelf life) e evitem chegar ao consumidor quebradas, já que normalmente são mais delicadas e finas.

Além do cuidado e atenção com a proteção do produto, notamos o uso de recursos gráficos que sofisticam a apresentação das barras. O requinte se inicia nas esmeradas produções fotográficas, somadas às ilustrações hiper-realistas e aos designs de embalagens que destacam o sabor dos chocolates e abrem nosso apetite.

São muito utilizadas as cores branca (pureza e nobreza), o negro (sofisticação) e o dourado do hot stamping, que agrega valor através de selos e ícones das marcas cen-

tenárias. Observamos a aplicação desses recursos mesmo em marcas próprias de supermercados, como Casino™ e Spar™. Até o sistema de abertura dos cartuchos é elaborado e demonstra preocupação com a experiência e o prazer desse momento mágico.

A DIFERENCIAÇÃO DE POSICIONAMENTO ATRAVÉS DA EMBALAGEM EM CADA PAÍS OU REGIÃO É RELEVANTE PARA QUEM ESTIVER CONSIDERANDO PARTICIPAR DE COMPETIÇÕES GLOBAIS

Nos Estados Unidos, observamos a preferência por barras em embalagens flexíveis, algumas vezes com o apoio de papelcartão para a sustentação. O design norte americano, assim como o brasileiro, apela mais para a alegria e a energia que o chocolate entrega. São usadas cores vibrantes nas embalagens e lettering forte e “solto”. Alguns produtos adotam as cores da própria marca, como o negro do Diamante Negro®.

branco e azul para o Laka® e vermelho para a maioria das marcas da Nestlé®. As marcas americanas têm menos “compromisso” formal com a História e estão sempre em movimento, mudando com frequência. Essa observação sobre a diferenciação de posicionamento através da embalagem em cada país ou região é relevante para quem estiver considerando participar de competições globais. Já há no Brasil produtos com o mesmo perfil europeu e que buscam as mesmas embalagens. Essa atenção aos hábitos de consumo e cultura é fundamental para aumentar as chances de sucesso. O certo é que cada produto tem seu momento de consumo e seu público, e todos precisam encantar, em todas as partes do mundo. Embalagem melhor. Mundo melhor! Sempre!

Se quiser mais informações e fotos dos produtos, é possível obtê-las no site: www.clubedaembalagem.com.br.



ASSUNTA N. CAMILO

Diretora da FuturePack
Consultoria de Embalagens
e do Instituto de Embalagens
atendimento@institutodeembalagens.com.br