



direto da gôndola



Foto: Leandro Andrade

DIRETO DA GÔNDOLA DO ST. MARCHE



Quando os consumidores estão procurando economizar, uma alternativa são as marcas próprias. A rede St. Marche oferece uma linha que alia economia, bons produtos e estilo!

ASSUNTA NAPOLITANO CAMILO*

A rede de supermercados St. Marche conta com poucas lojas, estrategicamente localizadas em bairros nobres, nos quais os consumidores têm alto poder de compra. Para esse público antenado e que busca produtos diferenciados, a rede desenvolveu uma linha de marca própria, a Essencial®. A linha é extensa e alia economia, bons produtos e muito estilo. A marca pode ser comparada não apenas à marca líder de cada categoria, como também à vasta oferta de produtos importados oferecidos pela rede. O design é clean, abusa de cores e tipografia, bem como de ícones e elementos gráficos característicos para se distanciar dos concorrentes. O próprio logo da rede é bem representado, leve e moderno. Um bom exemplo é a linha de torradas, que tem quatro variantes: integral (marrom), tradicional (amarela), frutas vermelhas (vermelha) e 11 grãos (laranja). Essas variantes podem ser facilmente encontradas por meio das cores fortes que as definem. O design é bem organizado e

direto, traduzindo todas as informações necessárias rapidamente. Brincam com a tipografia de uma forma elegante. Cada embalagem contém três pacotinhos que assim ficam mais bem protegidos e podem ser consumidos por partes. As informações no painel frontal comunicam isso e mostram a variante e a quantidade. Na lateral há a tabela nutricional também bem definida, clara e direta e, na parte de trás, os dados de rotulagem ambiental e a orientação de descarte estão corretos, o que ainda é uma exceção no Brasil. Além disso, essa linha tem feito muito sucesso em virtude da comunicação divertida e das embalagens diferenciadas, por exemplo, a pipoca em stand up pouch, entre outros produtos interessantes, como café, azeite, sopa etc. Em toda a linha de produtos, a organização da comunicação e o ícone-mascote sempre que apropriado participam da embalagem de maneira a “brincar” e se relacionar com o consumidor. Embalagem econômica e com estilo é melhor e torna o mundo melhor. 📦



Fotos: FuturePack

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

*Assunta Napolitano Camilo: Diretora da FuturePack – Consultoria de Embalagens e do Instituto de Embalagens – Ensino & Pesquisa. Articulista, professora e palestrante internacional de embalagens. Recebeu diversos prêmios, entre eles o de Profissional do Ano e o de Melhor Embalagem do Ano. Coordenadora dos livros: Embalagens Flexíveis; Embalagens de Papelcartão; Guia de embalagens para produtos orgânicos; Embalagens: Design, Materiais, Processos, Máquinas & Sustentabilidade, entre outros. Diretora do Kit de Referências de Embalagens e da obra Better Packaging, Better World.