



direto da gôndola



Foto: Leandro Andrade

NEM TUDO QUE RELUZ É OURO!

Na batalha para chamar a atenção na gôndola, as marcas buscam alternativas e recursos gráficos todos os dias para se diferenciarem!

ASSUNTA NAPOLITANO CAMILO*

A embalagem é a última mídia impressa, portanto precisa encantar e contar sua história em poucos segundos no momento da verdade (a hora da compra) para que o consumidor opte pelo produto que ela veste.

Ainda que tenha essa função tão relevante, os recursos são cada vez menores e disputados. Mesmo assim, sairá na frente quem vem investindo em diferenciação. Encontramos na Colômbia e no México opções de decoração competitivas e repletas de brilho, e sem ser ouro!

O efeito perlescente e mutante lembra uma holografia, porém o processo de obtenção nesse caso é diferente. A aplicação usada foi a de Cast & Cure®, processo mais competitivo de aplicação que pode ser utilizado em impressão banda larga ou estreita para substratos flexíveis (filmes ou autoadesivos) ou cartões que sejam impressos em off set, flexografia ou rotogravura, já que pode ser aplicado in line ou off line.

O resultado obtido chama a atenção na gôndola e pode ser interessante para construir a marca na mente dos consumidores (tarefa importante).

Imagine como os pequenos consumidores se sentem atraídos pelo brilho alegre e divertido do cereal Colombina® que traz circunferências superpostas que dão efeito de infinito.

Produtos pessoais como o creme dental da Oral B® da Procter & Gamble®, no México, prometem brilho aos dentes, comunicando através desse recurso. Óleos corporais com glitter também têm apostado nesse efeito para contar o benefício do produto.

No caso do sapólio Dersa 1A®, o consumidor fica mais confiante na entrega de um produto que vai ajudar a louça a ficar com brilho impecável.

Foto: FuturePack



Cabe ressaltar ainda que esse recurso já está disponível em algumas gráficas e convertedores no Brasil e que traz vantagens sustentáveis em razão de evitar laminação com mais um filme plástico, que pode trazer maior dificuldade nos processos de reciclagem pós-consumo. Além disso, um filme de aplicação pode ser usado no mínimo oito vezes.

Vale conhecer o que essa tecnologia pode entregar ao seu produto, pois embora nem tudo que reluz seja ouro, esse brilho pode desequilibrar a competição a seu favor.

Embalagem melhor. Mundo melhor. Sempre! 🌟

*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 coleção Better Packaging. Better World.