

Programa Agreste Fashion: Embalagens & Moda

Iniciativa do Instituto de Embalagens se propõe a orientar as empresas de moda a entenderem o que podem fazer para que as embalagens as ajudem a serem mais competitivas e sustentáveis

ASSUNTA NAPOLITANO CAMILO

Ambas são expressões de cultura, assim a embalagem deve traduzir a alma da moda. E a embalagem torna-se decisiva quando é tratada como ferramenta de marketing das empresas de moda.

O programa Agreste Fashion é uma iniciativa do Instituto de Embalagens que se propõe a orientar as empresas de moda a entenderem o que podem fazer para que as embalagens as ajudem a serem mais competitivas e sustentáveis. O programa apresentou os fundamentos e um "passo a passo" para se obter uma embalagem e para melhor utilização do potencial representado pelo sistema de embalagens das empresas destinado a profissionais de vendas, gestores de empresas, e demais profissionais da moda, como designers e todos os interessados pelo assunto embalagem & moda.

Na seqüência, apresenta uma coleção de embalagens conceituais desenvolvidas pela Consultoria de Embalagens Future-Pack. A consultoria já desenvolveu um projeto similar para embalagens de calçados.

MÓDULO 1:

Por que embalagem?

- Importância da embalagem para a moda • Marca • Design de embalagens
- Embalagem como ferramenta de marketing • Instrumento de comunicação • Principais materiais para embalagens de moda • Principais processos utilizados • Fechamento e embalagens para transporte.

MÓDULO 2:

- Atributos valorizados para embalagens de moda por categoria.
- Apresentação das embalagens conceituais especialmente desenvolvidas: embalagens de papel-cartão (caixa tampa e fundo e stand-up); sacola ou embalagem de saída de loja; embalagens individuais do tipo saco/envelope ou embalagem flexível para lingerie, camisa e camiseta, com selo de fechamento; embalagem de embarque ou caixa de papelão ondulado bem como sua fita de fechamento, e etiqueta de codificação; um pote plástico, uma proposta ousada para causar impacto e surpresa nos pontos de venda!

A última edição da revista semanal *Veja* (número 2070 de 23/7/2008) abordou na matéria de capa o tema: show dos bilhões, as vitórias do Brasil na



Foto: Paulo Bau

Assunta Napolitano Camilo, diretora da Consultoria Futurepack e do Instituto de Embalagens

“A embalagem torna-se decisiva quando é tratada como ferramenta de marketing das empresas de moda”

globalização. A equipe de reportagem apresentou os oito motores do desenvolvimento sustentável que estão revolucionando o Brasil.

Um deles é a indústria têxtil apresentada com números impressionantes: o segmento já representa 3,5% do PIB; dobrou a exportação, passando para 2,4 bilhões de dólares em 2007, mesmo enfrentando fortíssima concorrência com o mercado asiático; nesta década, investiu um bilhão de dólares em tecnologia e aumentou sua produtividade em 64%.

Um dos dados mais importantes: o setor é o segundo maior gerador de empregos da indústria, o que pode ajudar a melhorar o quadro de desigualdade social e inserir muitos na formalidade. Aliás, os empregos formais nesta indústria cresceram 10%.

Outro aspecto abordado foi que este setor sofre ameaça constante dos importados, e que agora somente sobrevive quem tem preço, qualidade e design!

Quatro pólos são citados, dois deles, estão no Nordeste.

O Instituto de Embalagens recebeu da empresa 3M o convite para conhecer o pólo de confecções do Agreste de Pernambuco. Os números levantados pelo Sebrae local impressionam. Ainda, em 2003, já contavam com cerca de 12 mil empresas; produziam cerca de 57 milhões

de peças; geravam renda perto de R\$150 milhões mensais e 76 mil empregos. Uma vez lá estão instaladas, muitas empresas pequenas e médias, que geram empregos e renda para muitas pessoas, ainda, continuam na informalidade.

As associações empresariais e a Federação das Indústrias e o Sindinvest estão bem estruturados e organizados, e têm desenvolvido vários programas de treinamento, dando suporte e orientação aos empresários.

A visita ao agreste, às lojas de vestuário, às feiras tradicionais mostram a situação de forma colorida e animada. Uma grande vibração de cores e comércio, que poderia ser ampliado e valorizado com a utilização de embalagens adequadas.

De maneira geral, notamos uma enorme oportunidade, já que tem muito espaço para o crescimento, isso se as empresas locais tiverem mais informações sobre gestão e mercado (marketing).

Assim, o Instituto de Embalagens desenhou um programa com informações sobre embalagens e moda, uma vez que os dois assuntos têm muita relação entre si.

Embalagens & Moda são expressões culturais de um povo, da criatividade e dos recursos materiais disponíveis em cada região.

Podemos, até, considerar que moda



Caixa tampa e fundo: uma opção para presentes clássicos

é a embalagem de cada pessoa. É bom lembrar, que a apresentação pessoal é cada vez mais valorizada pela nossa sociedade.

As mesmas tendências que norteiam a moda, a arquitetura, o consumo, os automóveis, orientam também as embalagens. As principais são: conveniência, estilo, segurança, mobilidade, acessibilidade, saúde e meio ambiente. Não é tarefa simples criar uma solução com tantos aspectos a serem considerados. Mas é possível. Precisamos eleger os aspectos mais relevantes para o produto em questão e, então, iniciar o projeto.

A embalagem pode ser seu único recurso de mídia ou de divulgação. Então, ela precisa ser muito bem cuidada. Não se trata de custo mas de investimento, pois valoriza seu produto. Menos de 10% das empresas, que comercializam os produtos têm recursos de propaganda. Então, usar a embalagem como ferramenta de marketing passa a ser fundamental, ou melhor, estratégico. ▶

Cartucho stand-up: mais destaque no ponto de venda

Foto: Divulgação



Para que a embalagem possa ser um instrumento de comunicação da empresa, o programa de divulgação começa desde o início: a consciência da importância da embalagem.

Na seqüência, apresenta uma coleção de embalagens conceituais desenvolvidas pela Consultoria de Embalagens FuturePack que, no passado, já desenvolveu projeto similar para embalagens de calçados. O programa orienta sobre marca, design, materiais, embalagens flexíveis, secundárias, de embarque, sistema de fechamento e expedição.

“A coleção de embalagens foi especialmente realizada para o Agreste Fashion”

A coleção de embalagens foi, especialmente, realizada para o programa Agreste Fashion, como exemplo didático, desde a escolha do nome até as caixas de embarque.

Preparou, também, uma apostila que resume todos os conceitos apresentados.

A COLEÇÃO AGRESTE FASHION

Temos uma enorme possibilidade de potencializar a moda brasileira, se inserirmos a criação da embalagem dentro do mesmo processo de criação de moda.

As embalagens-conceito têm a função de inserir a embalagem de moda no mesmo programa e raciocínio dos criadores de estilo e design.

Nós a desenvolvemos para servir de exemplo de aplicação, partindo da situação proposta

A inspiração da marca para a Coleção Agreste Fashion veio da imagem do agreste, com uma de suas flores mais presentes e de cor arrebatadora. Trata-se de uma primavera de flores, cor rosa de tom intenso. Aliás, o tom rosa intenso é das folhas, a flor mesmo é delicada, pequena e branca, que surge vitoriosa do pequeno buquê de folhas rosas.

A COR

A escolha da cor é um elemento visual importante na comunicação, tem vibração e profundidade, ou seja, é tridimensional.

A cor expressa emoções.

A cor rosa significa beleza, saúde, sensualidade e, também, romantismo.

A cor, predominante, da marca é a cor terra, forte e elegante. A cor marrom é a cor da terra. Marrom significa maturidade, realidade, utilidade, consciência e responsabilidade. Está, ainda, associada ao conforto, estabilidade, resistência e simplicidade.

TIPOGRAFIA

A principal função da tipografia é transmitir uma informação codificada por meio de texto.

A palavra Agreste, mais pesada, mais forte, mais rústica, masculina.

A palavra fashion, mais suave, com movimento, elegância, feminina, a fonte usada na palavra fashion remete a algo feito, especialmente, para as mulheres.

ELEMENTOS GRÁFICOS

Os elementos gráficos escolhidos foram linhas e uma flor. As linhas representam movimento, linhas que se trançam, transformando o tecido. A flor do agreste, a beleza do agreste, a moda, renovação.

A IMAGEM DE FUNDO

A imagem das ramagens são representadas pelo arabesco elegante que formam o fundo das diversas embalagens, unindo-as, integrando a coleção. As partes devem fortalecer o todo e o todo as partes.

AS EMBALAGENS

Embalagens primárias (individuais)

Utilizamos os envelopes em BOPP para destacar a transparência, atributo importante, e procuramos escolher embalagens-padrão de mercado pela facilidade de serem encontradas e, seguramente, dispensam necessidade de dimensionamento.

A transparência desta embalagem facilita a escolha em várias opções de pontos de venda, seja auto-serviço (super-

mercado) ou lojas com vendedoras. Fica fácil visualizar as cores na prateleira e, sem abrir, conseguimos ver a numeração, o modelo etc.

O BOPP, também, pode ser metalizado ou ter um efeito matte, dependendo do atributo que quisermos destacar. O toque conferido é muito valorizado.

Em linhas automáticas de embalagem, a maquinabilidade do filme de BOPP é muito interessante.

Na coleção Agreste Fashion optamos pelo BOPP, nas seguintes embalagens:

No envoltório para roupas utilizamos um BOPP matte, com alternativa ao tradicional ao “papel de seda”, para envolver e dar charme às roupas que vão em cartuchos. O fechamento deste envoltório se faz com um selo reposicionável, garantindo que o embrulho possa até ser aberto e refechado.

No envelope para camisetas ou camisas trabalhamos com uma grande área sem impressão, para melhor visualizar o produto.

A transparência desta embalagem facilita a escolha em várias opções de ponto-de-venda, seja auto serviço (supermercado) ou lojas com vendedoras. Fica fácil visualizar as cores na prateleira, e sem abrir conseguimos ver a numeração, o modelo etc.

No selo reposicionável em que permite a vários clientes tocarem/experimentarem a roupa sem danificar a embalagem, e ainda lembrando-o da marca da coleção, uma vez que este selo é impresso.



Foto: Divulgação

No envelope metalizado, a idéia seria para lingerie ou moda praia, mas podemos também utilizar este conceito para roupas high-tech ou para as esportivas. Pode significar glamour ou performance.

O hang tab (*) proposto é um elemento extremamente útil e versátil, que nos permite usar a embalagem em várias posições e vários tipos de displays. Este produto pode ser transparente, colorido ou ainda impresso. Assim, pode-se usar para um envelope, para um saco ou até para uma caixa.

EMBALAGENS SECUNDÁRIAS

As embalagens secundárias, muitas vezes, são as embalagens mais valorizadas.

Em moda, utilizam-se muito os cartuchos de papel-cartão, que cada vez mais saem do tradicional quadrado para assumirem formas mais atraentes, contudo, a tradicional caixa tampa e fundo reserva seu espaço como opção para presentes clássicos. A opção da cor cinza foi em função da ocasião de uso.

O cartucho stand-up ou “em pé”, que fica na posição vertical, confere maior visibilidade nos pontos de venda. Pode ser uma proposta interessante dentro de algumas categorias.

O pote de PP (polipropileno) termoformado é uma proposta muito ousada e criativa. Lúdico e funcional. Permite, além da proteção ao produto, visualização e com a possibilidade de reutilização para outros fins como guardar objetos, esta opção garante um tempo maior de relacionamento com a marca. Muitos consumidores guardam este tipo de embalagem, eles vão lembrar sempre da sua marca e a de seu produto.

EMBALAGENS DE TRANSPORTE OU DE EMBARQUE

As sacolas podem ser definidas com uma embalagem de transporte de varejo ou individual, mas podem se transformar em um outdoor ambulante, divulgando a marca para onde for.

Investir em sacolas elegantes, bonitas e mais duráveis, além de valorizarem a

Fita adesiva de fechamento impressa com a marca: sela o cuidado com o produto



Foto: Divulgação

marca, mantêm o benefício de visibilidade dela por muito mais tempo.

Na coleção, apresentamos duas opções para sacolas: uma plástica simples e bonita, que pode ser produzida em polietileno de alta densidade.

A segunda opção é uma sacola de papel, maior e mais elegante.

As embalagens de transporte, propriamente dita, de papelão ondulado, devem ser cuidadas tanto do ponto de vista do correto dimensionamento como de decoração.

Devemos estender o mesmo conceito e cuidado para elas. Normalmente é o primeiro contato que seu cliente, o lojista, terá com sua marca. Não perca esta oportunidade! Muitas vezes é ela que é o cartão de visitas da sua marca. Além disso, facilita muito a identificação no sistema de transportes, nos centros de distribuição e nos estoques.

Devemos construir a imagem da empresa desde a caixa de papelão e, também, aproveitar a fita adesiva que fecha a caixa, usando uma fita impressa, o que garante maior segurança e aumenta a inviolabilidade.

A fita adesiva de fechamento impressa com a marca sela o cuidado com o produto que está sendo enviado.

A etiqueta de codificação é fundamental para os modernos sistemas atuais de embarque e distribuição da mercadoria, podemos também imprimir, além do código do produto, o código de barras, a data de fabricação e a marca da empresa e do produto. ■