

Bulgária

Diversificação nas embalagens de bebidas

Fotos: Divulgação



Assunta Napolitano Camilo

Recentemente visitamos a Bulgária, um dos maiores países bálticos, que viveu sob domínio da Rússia até 1989 e sob regime socialista até 1996, que fracassou após grave crise econômica. Em 2007, o país entrou para a Comunidade Europeia, porém ainda utiliza sua própria moeda, o LEV.

Muitos hábitos búlgaros são parecidos com os dos russos, inclusive o uso do alfabeto cirílico. O alto consumo de bebidas alcoólicas, como vodka e cerveja, deve ter relação com o frio e com a cultura local.

Surpreende o tamanho das gôndolas de bebidas dos supermercados. O Billa® e o Piccadilly®, por exemplo, são os maiores supermercados búlgaros (este último, recentemente adquirido pelo grupo Carrefour).

Também as bebidas são em tamanhos avantajados. Os refrigerantes têm apresentações de 3 litros na maioria. Já as cervejas, também em PET, são oferecidas em garrafas de 2,5 l e 1 l.

A garrafa da cerveja Zagorka®, em PET de 1 l, possui uma gramatura que garante uma boa estrutura, além de relevos positivos e negativos no corpo, rótulo em BOPP com tinta prata e brasões. No “pescoço” (ou neck), há uma gargantilha alongada em papel metalizado que protege e lacra a tampa. As medalhas estampadas tentam passar alguma credibilidade ao produto.

A grandona Balkansko®, mesmo abusando do dourado, parece muito dedicada ao público interessado em quantidade (tem 2,5 l). Curioso o fato de ter o preço sugerido estampado no rótulo: 1,85 LEV (cerca de 4 reais).

As latinhas de alumínio também são na sua maioria maiores, de 500 ml. Custando 1,10 LEV, a Pirisko® não convence, mesmo com o design de um cavalo dourado.

Embora todas as águas pare-

çam minerais, algumas são apenas “águas de mesa”, ou seja, apenas água potável! É o caso da água Divna® e da Bankia®; a Bankia® pertence ao grupo da Coca-Cola e utiliza a garrafa PET Plant Bottle feita com até 30% de cana-de-açúcar.

Gostei da apresentação da água Savina®, com uma proposta delicada para atender as crianças, pois usa um rótulo com design naif. A garrafa é em PET cor-de-rosa. Não encontrei nenhuma outra cor e ninguém explicou se lá o rosa é uma cor feminina.

A categoria de leite e derivados usa embalagem cartonada asséptica e frascos PET, porém os produtos são refrigerados, como o leite e o iogurte líquido de banana.

A Danone lançou recentemente o seu shake com sobretampa em PP transparente, com o canudinho lacrado por um rótulo autoadesivo.

A Queen’s destaca na frente da embalagem e perto da marca o fato de ter sido fundada em 1996, ano em que o país saiu do regime socialista. A linha de sucos é bem completa, e a arte, honesta.

A Bulgária tem também vinhedos, e seus vinhos são reconhecidos. Um deles é o Villa Yustina®, cujo rótulo em duas partes e em hot stamping declara que o produto é sofisticado. O uso de inglês e o QR Code reforçam o posicionamento.

E, por fim, duas bebidas que usam rosas, ou óleo de rosas e água de rosas orgânica! Parece estranho, mas os búlgaros se apropriaram das rosas como se fossem seus grandes produtores. Há ao menos duas grandes empresas que possuem linhas completas de produtos de beleza à base de rosas.

Na Feira SIAL (Salão internacional de Alimentação de Paris), por exemplo, foi lançada a Aquarosse, que explora os benefícios do óleo de rosas para a saúde. A embalagem foi cuidadosamente trabalhada: frasco em PET prata, logo na vertical e tampa com sobretampa em PET rosa, coroando com beleza, já que é a proposta do produto: Embalagem bela é melhor e promove um mundo melhor.

É possível obter mais informações e fotos dos produtos, 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. Coordenadora de vários livros sobre o assunto, incluindo o mais recente Better Packaging Better World.
E-mail: atendimento@institutodeembalagens.com.br