

Bolívia: marcas fortes para seus chocolates com embalagens diferenciadas

parte 3



FOTO FUTUREPACK

O PRAZER DE COMER UM BOM CHOCOLATE COMEÇA NA ESCOLHA DAS EMBALAGENS. CONTINUA AO ABRIRMOS AS EMBALAGENS BEM LACRADAS QUE GARANTEM A PRESERVAÇÃO DO SABOR....

Temos observado o investimento das empresas de produtos nobres como o chocolate (que corre risco de extinção!) em marca e em suas embalagens.

Na Bolívia, há empresas preocupadas em se posicionar no espaço premium, cuidando de seus produtos, investindo em marca e boas embalagens. Os produtos são endereçados para as classes média e alta do país e para exportação.

A Solur, empresa boliviana da cidade de Sucre, produz o chocolate da marca "Para ti". Usa embalagens de cartuchos de papelcartão e envoltórios de folhas de alumínio com o logo gravado, aumentando a percepção de valor.

A marca tem tipologia manuscrita suave. Os cartuchos têm um design bem resolvido, com uma arquitetura de linha bem definida, que destaca por cores os tipos de chocolate. Ilustrações delicadas completam o design equilibrado.

Evidencia a origem do cacau: silvestre e da Amazônia. No verso da embalagem, além da detalha-

da tabela nutricional, as fotos destacam a produção do chocolate. O *storytelling* continua no verso do cartucho, num belo exemplo de reforço de comunicação.

A marca El Ceibo leva o nome próprio da Cooperativa que produz o chocolate orgânico da região de

"NA BOLÍVIA, HÁ EMPRESAS PRECUPADAS EM SE POSICIONAR NO ESPAÇO PREMIUM, CUIDANDO DE SEUS PRODUTOS, INVESTINDO EM MARCA E BOAS EMBALAGENS"

La Paz. El Ceibo é o nome de uma grande árvore, frondosa, que oferece sombra aos cultivadores do cacau. Como na embalagem da marca Para ti, o primeiro idioma da embalagem é o inglês, posicionando o produto em primeiro lugar para o mercado de exportação.

Nos dois casos, há equilíbrio e

elegância na hierarquia de informações e sempre destacam orgulhosamente a origem boliviana.

O chocolate Baure, da região de Santa Cruz, apostou nas certificações e numa proposta de cartucho diferenciado, com formato paralelepípedo, e berço reforçado para proteger a delicada barra de chocolate. O frontal da embalagem tem apenas informações sobre as características do produto. Simples e direto assim: Chique!

Empresas como estas acreditam e apostam em embalagens melhores e, assim, auferem lucros maiores.

Embalagem melhor. Mundo melhor! Sempre!



ASSUNTA N. CAMILO

Diretora da FuturePack Consultoria de Embalagens e do Instituto de Embalagens atendimento@institutode-embalagens.com.br