

## General Design assume desafio de apresentar produtos sem retirá-los das embalagens



A Sanremo, marca conhecida nacionalmente, apostou na ideia de trazer ao mercado garrafas térmicas em inox. Antes de lançar o produto, o principal pedido foi de que as embalagens deveriam se destacar muito no PDV, já que as garrafas tinham diferentes capacidades de volume e que isso deveria estar muito bem sinalizado ao consumidor. Outro objetivo solicitado pela empresa era o de traduzir em uma construção simples, porém sólida a função do produto que é de manter a temperatura. Um desafio grande para a General Design, empresa especializada em design e comunicação para a indústria e que assumiu a responsabilidade do desenvolvimento da marca Termic. Os responsáveis pela criação das embalagens tinham apenas uma informação, a de que as garrafas não estariam expostas nas prateleiras fora de suas caixas, como a concorrência procede, mas sim, dentro das caixas. Ou seja, como apresentar ao consumidor um produto que ele não pode ver ou tocar diretamente? Diferentes formatos, modos de se abrir as embalagens, materiais, tudo foi testado antes da apresentação final de uma embalagem que ajudou um produto a ser sucesso em vendas em todo o país. Nas caixas foi dado um destaque maior ao símbolo que identifica a temperatura, além de uma tipografia reta com cantos arredondados buscando similaridade com o formato das garrafas. Definidas as caixas, o próximo passo foi a criação do layout, que tinha a obrigação de apresentar uma imagem da garrafa, já que as mesmas não estavam em exposição. Como nossa proposta de caixa possui quatro faces, usamos duas para explorar a imagem do produto e outras duas para trabalhar informações, tais como, marca atributos de capacidade, manutenção de temperatura e tipo de bico diferenciado em cada um dos modelos. Ícones foram utilizados para auxiliar o consumidor no reconhecimento rápido de atributos e também para deixar a embalagem mais leve e atraente. Outra decisão tomada pela General Design foi de trabalhar o interior da caixa, que recebeu a aplicação de uma padronização com a marca Termic para criar um novo momento de encantamento e recompensa pela compra, já no momento de abertura da caixa.