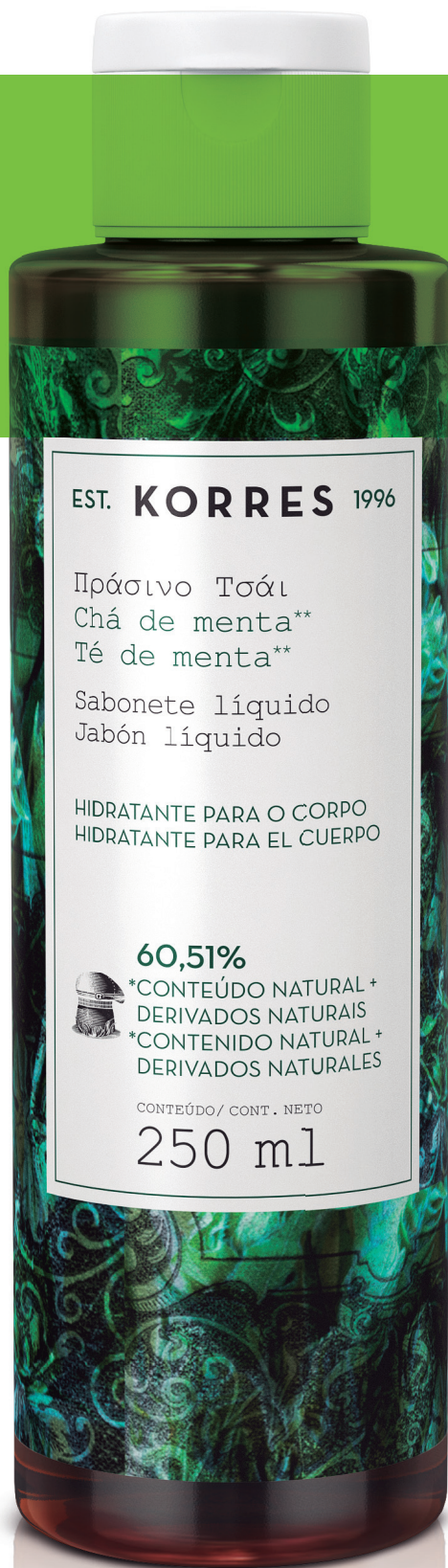




A beleza grega e brasileira se encontram em uma parceria de sucesso.



A marca grega Korres chegou ao Brasil com um portfólio completo de produtos e muita vontade de se destacar.

Mundialmente conhecida por seus produtos de beleza naturais, a Korres desembarcou em 2015 no Brasil com um portfólio formulado a partir da flora grega e técnicas de homeopatia. Aqui, está operando em parceria com a Avon, que fica responsável pela manufatura e pela distribuição dos produtos em território nacional.

Um dos grandes desafios era lançar a linha de cuidados capilar e corporal, de forma que harmonizasse duas famílias de produtos, um total de 22 itens, trabalhando somente com grafismos em seus rótulos. O objetivo de Marketing era claro: dispor de uma grande área de exposição no rótulo que permitisse explorar a comunicação como uma importante ferramenta de tomada de decisão no PDV.

Foi aí que entrou a Avery Dennison. Para rotular os itens da linha Shower Gel, a Korres escolheu o Avery Dennison Fasson® Global MDO White 50 NTC/S0270/PET 23, na cor branca, que permitiu trabalhar amplamente com os gráficos das artes. Já para a linha de Shampoo, utilizamos o Avery Dennison Fasson® Global Coex Clear NTC/S0270/PET 23, que permitiu intercalar áreas impressas e transparentes para compor a arte gráfica.



“Precisávamos ganhar na cadeia de suprimento e no set up da linha, ou seja, a troca de rótulos deveria ser a mais fácil e rápida possível durante o processo de fabricação”

- Martin Maggio, diretor executivo da Korres, Latin America.



O processo de impressão selecionado foi a flexografia, com seis cores e aplicação em verniz matte, que foi usada junto ao silk screen para garantir a sobreposição do texto sobre a imagem.

Se por um lado a qualidade de impressão garantiu a maior qualidade para o produto, a redução da complexidade de produção – mesmo frasco para todos os 22 itens – reduziu o inventário, otimizando a logística e gerando economia. O resultado foi um excelente exemplo de aliança entre as vantagens a serem comunicadas e a imagem premium do produto.

Outro diferencial do projeto foi o verniz matte na linha Shower Gel como um recurso para dar a sensação de “antiderrapante”, uma característica muito importante para produtos manuseados em ambientes úmidos. Sem contar que a atratividade no ponto de venda acaba despertando a curiosidade do consumidor e levando à experimentação.

A Korres deverá atuar em outros países em breve. A boa experiência no Brasil não foi apenas para a gigante grega. A Avon, que só atuava no mercado porta a porta, teve sua estreia no varejo e, em pouco tempo, as duas exportarão para outros países da América Latina.

