



INDAC

Instituto Nacional para o
Desenvolvimento do Acrílico

jornal do

acrílico

44

jul/ago 2009

Uma publicação do Indac - Instituto Nacional para o Desenvolvimento do Acrílico



PDV: Display
Cliente: Heineken
Quem assina: Mara
de Souza, Acríresinas

PONTO-DE-VENDA

A arte de seduzir
a 100 km/h

E mais:

- O design com inteligência
- O mercado de PDV

Criatividade, charme, e elegância,

AO CRIAR UMA PEÇA DE PONTO-DE-VENDA EM ACRÍLICO, É PRECISO CONHECER O MATERIAL PARA SABER DAS REAIS POSSIBILIDADES E COMO UTILIZÁ-LAS COM INTELIGÊNCIA

O acrílico faz quase tudo o que o designer imaginar. Com a tecnologia de corte a laser e a infinidade de possibilidades de cores, o profissional de criação tem total liberdade para desenvolver e inovar. A transparência, a maleabilidade e a durabilidade são outros dois recursos inerentes ao acrílico que se completam na tarefa de dar charme aos materiais de ponto-de-venda. “O acrílico é um material versátil”, afirma Rosana Maradini, diretora da processadora de peças de acrílico Adornus,

associada ao Indac. “Além da beleza, é o mais fácil de moldar e o que tem mais brilho entre os plásticos.” O segredo para uma criação de sucesso está em saber unir essas características. “Quando um cliente nos procura, ele está disposto a investir em uma peça que tem glamour por ser um material mais elegante e sofisticado”, explica Mara de Souza, designer da Aciresinas, processadora de peças e associada ao Indac. Mara já criou dezenas de peças para pontos-de-venda e é reconhecida no mercado.



PDV: Ambiente
Cliente: Samsung
Quem assina: Heloísa Omine, Shopfitting



É preciso estudar o cliente

Também é dela a criação do display utilizado pela Motorola para exibir o aparelho celular desenhado pelo estúdio italiano Pininfarina, o mesmo designer que desenvolve as Ferraris e muitos outros automóveis. Neste caso, o cliente solicitou um display que sugerisse pistas de automobilismo para divulgar o aparelho. “A verba disponível para o investimento era curta, mas chegamos a um display simples com curvas e fundo quadriculado”, ela afirma, já lembrando de como foi o desenvolvimento dos displays para a Smirnoff 21, Luminoso para a Red Label, e Balde para a Johnnie Walker. “Depois de visitar vários bares e casas noturnas e perceber que tudo era estático, tive a ideia de criar peças piscantes, com movimentos de luz e visão de profundidade, efeitos somente possíveis com a utilização do acrílico que, em ambientes meia-luz e com iluminação especial, destacaria-se.”

PDV: Display
Cliente: Motorola
Quem assina: Mara de Souza, Acríresinas

PDV: Ambiente
Cliente: Samsung
Quem assina: Heloísa Omine, Shopfitting



Outro bom exemplo na utilização do acrílico em peças de ponto-de-venda é o Samsung Experience, espaço criado no Morumbi Shopping, voltado para a experiência e a interação de consumidores com todas as linhas de produtos da marca. “O acrílico foi escolhido porque se apresenta de uma forma muito mais requintada e tem sinergia com as características de tecnologia e inovação”, afirma He-loísa Omine, sócia-proprietária da Shopfitting, agência especializada em ambientação de pontos-de-venda que desenvolveu o projeto da loja para a Samsung. “As qualidades do material vão além do brilho ou cores. O acrílico tem uma nobreza única que permitiu que chegássemos ao resultado esperado.” A Samsung Experience foi troféu de ouro na categoria Melhor Design de Loja da edição 2008 do Prêmio POPAI Brasil, que consagra os melhores profissionais e empresas do setor de merchandising do país desde 1999.



PDV: Balde
Cliente: Johnnie Walker
Quem assina: Mara de Souza, Aciresinas

Fotos: divulgação



PDV: Luminoso
Cliente: Red Label
Quem assina: Mara de Souza, Aciresinas

Fontes Consultadas

Aciresinas
11 5521-9533
www.aciresinas.com.br

Adornus
11 4390-0430
www.adornus.com.br
CastCril
11 3062-0199
www.castcril.com.br

POPAI Brasil
11 3016-9777
www.popaibrasil.com.br

A arte de seduzir a 100 km/h

POR QUE ALGUÉM DESEJARIA GASTAR MAIS PARA TER UMA FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO EM ACRÍLICO? A RESPOSTA É CLARA E OBJETIVA. PARA VENDER MAIS.

Funciona como uma paquera. O cliente vai até a loja porque está em busca de algo. Podem ser informações sobre um produto ou pode já estar decidido. Ao entrar no ambiente, ele verá que o material de ponto-de-venda está ali, todo reluzente e se exibindo com charme e elegância para todos que passam. Não tem como não perceber. Ele para, admira, vê o produto e a marca, e segue seu caminho. Os desatentos dirão que nada mudou. Os analistas e pesquisadores afirmam que um breve affair é o suficiente para convencer o indivíduo a fazer uma compra e apreciar o produto e a marca.

Márcio Albino Dias é consultor de Marketing e conhece alguns números impressionantes. A velocidade dos olhos percorrendo as gôndolas pode chegar a 100km/h; o tempo de atração que gera o impulso da compra é de cerca de 12 milésimos de segundo; a tomada de decisão acontece em quatro segundos; e 70% dos consumidores afirmam que os displays fazem diferença na decisão de compra. "Hoje, as principais corporações têm redirecionado suas atenções e verbas para os pontos-de-venda", afirma Flávio Barcha, vice-presidente do Comitê de Fornecedores do POPAI Brasil, a associação mundial de Merchandising. Pesquisas recentes divulgadas por esta instituição indicam que 81% dos consumidores tomam a decisão de compra no ponto-de-venda.



PDV: display
 Cliente: Nivea
 Quem assina: Adomus



PDV: Manequim Masculino
 Cliente: Olympikus
 Quem assina: Bendito Design

Um bom negócio

O mercado de materiais para pontos-de-venda é hoje o que mais utiliza o acrílico. Essa afirmação é resultado de um pequeno levantamento feito com os principais produtores de chapas de acrílico associados ao Indac: Bérkel, Dacril Multicor e CastCril. Todas afirmam que a produção destinada a esse mercado varia entre 30% e 40%.

Talvez, ao final de 2009, esses números estarão um pouco alterados. “Antes da crise, 2008 foi um dos melhores anos”, afirma Luís Augusto, diretor da Dacril, fabricante de chapas com sede no Rio de Janeiro e associada ao Indac. Luís Carlos Maradini, diretor proprietário da Bérkel, também fabricante de chapas e associada ao Indac, concorda e vai além. “O mercado de ponto-de-venda está instável e na dependência de grandes campanhas, de grandes marcas”, explica. Mas é Felisberto Travassos, da CastCril, associada ao Indac, quem dá o tom de ânimo que o mercado começa a sentir. “Com a crise, as empresas têm necessidade de dar o passo inicial para não ficarem

para trás. A marca, mais do que nunca, precisa ser lembrada e é aí que entra o material de ponto-de-venda”, afirma Travassos. “Essa necessidade de fortalecer a imagem, principalmente em épocas de crise, pode esquentar as vendas até o final do ano e nós esperamos, no mínimo, um crescimento de 10% comparado a 2008.”

Quem já percebe o aquecimento neste segundo semestre – e dá a dica de onde buscar essa gama de clientes – é a Adornus, uma das principais processadoras de acrílico e associada ao Indac. “É preciso saber que pontos-de-venda não são apenas os shopping centers e as megastores”, afirma Rosana Maradini, diretora da Adornus. “São também supermercados, revendas de automóveis, bares, padarias e até pequenos comércios, como bancas de jornal, mercadinhos e lojas de bairro.”



PDV: display
Cliente: Acqua de Cheiro
Quem assina: Adornus



PDV: display
Cliente: Penalty
Quem assina: Adornus

Fotos: divulgação

Fontes Consultadas

Adornus
11 4390-0430
www.adornus.com.br

Bérkel
11 4361-1080
www.berkel.com.br

CastCril
11 3062-0199
www.castcril.com.br

Dacril
21 2482-9065
www.dacril.com.br

EXPEDIENTE

O Jornal do Acrílico é o órgão oficial de divulgação do Indac – Instituto Nacional para o Desenvolvimento do Acrílico.

Diretoria executiva

Diretor-presidente: Eduardo M. A. Baptista

Vice-presidente: Alexandre Lazzarotto

Diretores: Marcelo D. Lopes, Marcelo Thieme e Ralf Sebold

Consultor-executivo: João Orlando Vian



Produção Editorial:

Edição: André Ciasca; Texto e Reportagem: Milene Rios;

Revisão: Carla Ciasca; Direção de arte: Bruno Buzzoni;

Jornalista responsável: André Ciasca (MTB 31.9630); Gráfica: Cromat

(55) 11 3571-5353 skype: take.a.coffee

take.a.coffee.com



CONTATOS: indac@indac.org.br – 11 3171 0423 – www.indac.org.br