

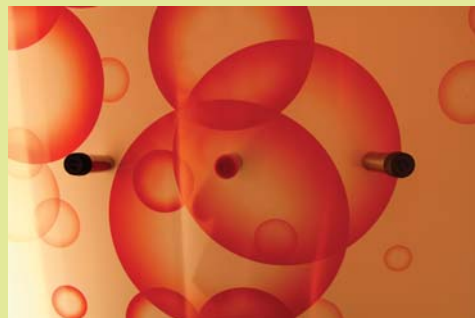
Coca-Cola, store design dentro da copa do mundo!

Arquitetura

Coca-Cola Clothing



A marca de refrigerante mais famosa do mundo decidiu apostar em uma grife que leva seu nome e escolheu uma empresa catarinense para desenvolver as peças. O que cada uma pode comemorar até o momento? Nos últimos anos os brasileiros habituaram-se a ver a tradicional marca Coca-Cola em lugares muito além das mesas de restaurantes e bares. A Identidade do refrigerante mais vendido do mundo invadiu o varejo tradicional brasileiro e migrou para as estampas de calças, camisas e outros acessórios de moda espalhados por mais de mil pontos de venda em todo país. Um processo que teve o pontapé inicial em 2005, quando a multinacional procurou a AMC Têxtil, de Jaraguá do Sul, para pensar, elaborar e executar o projeto da Coca-Cola Clothing. O tiro acertou em cheio o coração dos consumidores. Com uma parceria que já dura quase 15 anos, a C.A.ST - Companhia de Arquitetura e Store Design, que é responsável pelo desenvolvimento de vários projetos arquitetônicos de outra marcas do grupo, foi convidada para fazer parte desta nova empreitada desenvolvendo o projeto arquitetônico e visual merchandising da loja Coca-Cola Clothing.



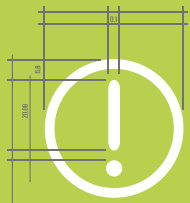
Agora a AMC prepara-se para surfar em uma nova onda de crescimento. Na verdade, duas ondas: Copa do Mundo de 2014 e Olimpíadas 2016



Loja da Coca-Cola Clothing. Design das roupas em sintonia com a estrutura física das unidades

A Coca-Cola é patrocinadora oficial desses dois megaeventos e o impacto da mídia espontânea que surgirá com isso terá reflexos diretos nas vendas das lojas. Para não perder o público esportivo, a empresa possui uma linha especial. com estampas e design que atraem as pessoas ligadas em atividades físicas. As lojas próprias já chegaram ao Nordeste, Sudeste e Sul. Os primeiros alvos são as capitais. Em seguida vêm as cidades médias, com mais de 300 mil habitantes e em franco crescimento. Quem apostar na idéia poderá ter o investimento de volta em três anos.

Ⓢ A identidade do refrigerante mais vendido do mundo invadiu o varejo!



Store design e sustentabilidade!

Arquitetura

Coca-Cola Clothing

Coca-Cola Clothing:

O projeto da loja Coca-Cola Clothing foi inspirado nas tendências de moda e lifestyle mundiais com design minimalista, conceito simples e direto para que seja inserido no mercado da moda. O conceito do projeto foi baseado em 5 elementos: moda, design, tecnologia, sustentabilidade e consciência social - segundo o diretor da C.A.S.T., Adriano Attia, responsável pelo projeto.

Coca-Cola | Design:

O design da onda do logo, ícone de referência global, é elemento marcante no projeto sugerindo dinamismo, versatilidade e movimento infinito.

Coca-Cola | Tecnologia:

A loja possui uma trilha sonora desenvolvida de acordo com o perfil do cliente traduzindo o conceito da marca em identidade musical através de um programa instalado no computador da loja. Há também um computador no centro da loja onde os clientes interagem nas redes sociais e fazem o seu cadastro. Um painel de led na lateral do caixa da loja possibilita a visualização das campanhas publicitárias, desfiles e promoções da marca dentro do ponto de venda.

Coca-Cola | Sustentabilidade | Consciência Social:

Todo o mobiliário da loja possui revestimento produzido com material reciclável reutilizando embalagens pet descartadas no meio ambiente. O piso da loja é produzido por uma unidade fabril instalada em uma dependência prisional no interior de São Paulo. São incorporados ao processo produtivo insumos alternativos com baba de cupim sintetizado, sílica de cinza de casca de arroz e resíduos de celulose. Por meio de tecnologia única são retirados do meio ambiente resíduos de alto poder poluente, como entulho de construção, cacos de vidro de garrafas de refrigerante, louças e cerâmicas quebradas, sucatas de marmoraria e pneus triturados. Até a lixeira da loja foi projetada com material 100% reciclado de restos de caixa e tubos de pasta dental.



"Ninguém imaginava que seríamos tão bem sucedidos", comemora André Jório, diretor d marca. Sua alegria é baseada no reconhecimento do trabalho da AMC vindo da própria administração central da companhia de bebidas. A empresa textil recebeu dois prêmios importantes, foi considerada a melhor licenciada do mundo e também a empresa que melhor eleva, por meio do design, a marca Coca-Cola a nível mundial. Os números de mercado injetam ânimo. "Em vários países, a Coca busca parceiros locais para desenvolver campanhas que levem seu nome para a juventude. Eles procuraram os grandes players no mercado brasileiro e durante uma reunião nos ofereceram o

negócio. Mostraram o perfil do público, o briefing do projeto e iniciou-se a parceria", lembra André. Sob o lema "Vista a felicidade", um paralelo com o tradicional slogan da Coca " Abra a felicidade". a AMC criou estampas exclusivas, caprichou no design e brincou com as cores tradicionais do refrigerante, dando partida no projeto Coca-Cola Clothing. A idéia é criar peças coloridas, com astral de felicidade e alegria. Para a empresa, é importante deixar de lado o aspecto blasé, a tradicional cara fechada e glamurosa do mundo da moda. O que a marca quer é criar um life style de alto astral, divertido, para cima - estilo de vida ideal para o público-alvo das peças de roupas, formado pelas classes B e C. A empresa oferece uma gama diversificada de preços, com produtos de entrada médio e de alto valor, visando sempre atender as demandas de jovens de 18 e 24 anos.