

Visual Merchandising na boutique de carnes!

Visual Merchandising

NO PONTO



Empório especializado em carnes Premium e com serviço de atendimento personalizado, No Ponto é um empório gourmet focado em levar as melhores carnes a mesa do consumidor, proporcionando sempre todo o suporte e auxílio necessário ao cliente. O empório No Ponto é uma loja voltada para os amantes da gastronomia. Ele tem como proposta aliar a venda de produtos de altíssima qualidade com serviços diferenciados. Além de fornecer o produto, o No Ponto é um prestador de serviços. O objetivo é fazer com que o cliente saia não só com o melhor produto, mas também com várias dicas e receitas de como prepará-lo.



Butiques de carne investem em cortes premium e comodidade. Empreendedores apostam no nicho de mercado para quem deseja degustar diferentes tipos de cortes de carnes.

O mercado de carnes engordou no início deste ano. Em janeiro, foi inaugurada a pequenina No Ponto, em Moema. Todo Visual Merchandising da loja foi desenvolvido pela CAST. Com opções de primeira para churrasco e para o dia a dia, a loja veio dar fôlego ao ainda tímido comércio de cortes especiais. Para montar o açougue, os jovens Danilo Jorge e Gabriel Samara se associaram ao amigo Darcio Lazzarini. São de seu pai, Sylvio Lazzarini Neto, a churrascaria Varanda, eleita a número 1 da cidade pelo especial "Comer & Beber", e a distribuidora Intermezzo, empresa que abastece esse e outros restaurantes, além de fornecer agora peças bovinas com exclusividade à butique.

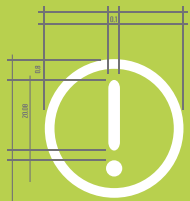
Para a execução do mobiliário e dos materiais de comunicação utilizados no espaço, a CAST pesquisou o conceito HERITAGE (herança) que busca soluções ecologicamente corretas e reutilizáveis, a partir de produtos descartados e que não seriam utilizados novamente para nenhum fim. Suportes de fios elétricos, portas sem acabamento, caixotes de frutas reciclados, foram transformados em mesas expositoras de centro de loja.

Pranchetas acopladas a um suporte de ferro envelhecido fazem às vezes de menu de precificações e uma vitrine foi montada a partir de um tronco de árvore encontrado após uma chuva, em uma rua de São Paulo. Para equilibrar o visual retro, as geladeiras receberam um acabamento na parte superior, feito de acrílico preto, muito bem acabado, com a comunicação em texto das características das carnes comercializadas pela carniceria. Tudo pensado para que o cliente consiga fazer um autoatendimento claro e rápido.



A logo da loja, os desenhos desenvolvidos pela agência e as marcas de cada segmento dos produtos também foram incorporados ao cenário do Visual Merchandising desenvolvido e pensado pela CAST.





Visual Merchandising na boutique de carnes!

Visual Merchandising

NO PONTO

As carnes cruas, já limpas e embaladas a vácuo, são divididas entre freezers e geladeiras. Testadas em casa, agradaram pela qualidade. O serviço atencioso também somou pontos. São os próprios donos que auxiliam na escolha e ensinam a melhor maneira de preparar cada pedida.

Sujos de sangue, frios e populares. Assim é a maioria dos açougues no país. Em um mercado que movimentava mais de 300 bilhões de reais, alguns empreendedores encontraram um nicho para se destacar e vendem cortes diferenciados a preços mais altos para conquistar o consumidor. São as chamadas boutiques de carnes.

Interessados em gastronomia sabem que a matéria-prima faz toda a diferença na qualidade de um prato. Hoje, apreciadores de carnes exóticas e com diferentes tipos de corte podem encontrar nas boutiques de carnes produtos e acessórios para degustar as iguarias. Há mais de 20 anos no mercado de criação e pesquisas genéticas de bovinos, o engenheiro Ricardo Sechis conta que trabalhou no açougue com seu irmão e foi ali que percebeu a diferença entre uma genética e outra da carne. "Só o boi de primeira dá carnes de primeira", afirma. Para ele, a inauguração do espaço gourmet da Beef Passion, um produto do Grupo Sechis, localizado no bairro Higienópolis, em São Paulo, foi uma consequência daquilo que foi idealizado. Hoje ele é um dos fornecedores do chef Alex Atala e de restaurantes renomados como Attimo, Clos de Tapas e Epice, localizados na capital paulista.

Para Sechis, o espaço gourmet é um local para mostrar os produtos da marca. Aberto há seis meses, o cliente pode degustar o tipo de corte que desejar. "Não é um restaurante, é um espaço conceito e tem uma cozinha degustativa. Fazemos eventos e a gente gosta de apresentar o produto para quem quiser provar", explica. "Como a gente é responsável por toda a cadeia produtiva, nós temos a capacidade de levar isso até o consumidor", completa. Há 62 tipos de cortes e, de acordo com Sechis, os que mais saem são os cortes tradicionais como picanha e contra filé. É possível também adquirir os produtos por meio do sistema delivery. A No Ponto, boutique de carnes localizada no bairro de Moema, da capital paulista, e inaugurada em janeiro do ano passado, tem como objetivo oferecer comodidade para quem deseja comprar uma carne premium. Dárcio Lazzarini e Danilo Jorge são os empreendedores à frente do negócio.



Entre os cortes encontrados na casa estão o Prime Rib, Porterhouse, Bife Ancho, Bife de Chorizo, Assado Gaucho, Assado de Tira e a tradicional Picanha. Além disso, a No Ponto faz uma classificação especial de seus produtos de acordo com o grau de marmorização da peça; ou seja, a gordura entremeadada nas fibras da carne, que dá maciez e sabor. O consumidor ainda encontra na loja produtos complementares às carnes, como geleias salgadas, temperos, molhos, carvão, além de bebidas e sobremesas.

