



CHOCOLATARIA EQUADOR

Ano letivo
2021/2022

Por: Joana Amaro (a21903134)
No âmbito da UC de Atelier da Publicidade

Índice

1. Introdução do projeto
 - 1.1. Embalagem
 - 1.2. Cartaz
2. Objetivos
3. Público alvo
 - 3.1. Modelo de comportamento de compra
4. Dimensões da embalagem
5. Justificação das mensagens
 - 5.1. Benefícios do produto
 - 5.2. Promessa
6. Meios de Divulgação
7. Webgrafia
8. Conclusão

1. Introdução do projeto

O presente projeto baseia-se na realização de uma embalagem para um produto da Chocolataria Equador e a posterior elaboração de um cartaz publicitário a ser lançado em Junho de 2022.

A gama de produtos trabalhada foi a seguinte:



Chocolate Negro 83% São Tomé
€7⁰⁰



Chocolate Negro 73% São Tomé
€7⁰⁰



Cacau Puro 100% São Tomé
€7⁰⁰



Chocolate de Leite 52% São Tomé
€7⁰⁰



Chocolate Negro 68% São Tomé com Grué
€7⁰⁰



Chocolate Negro com Gin
€9⁰⁰

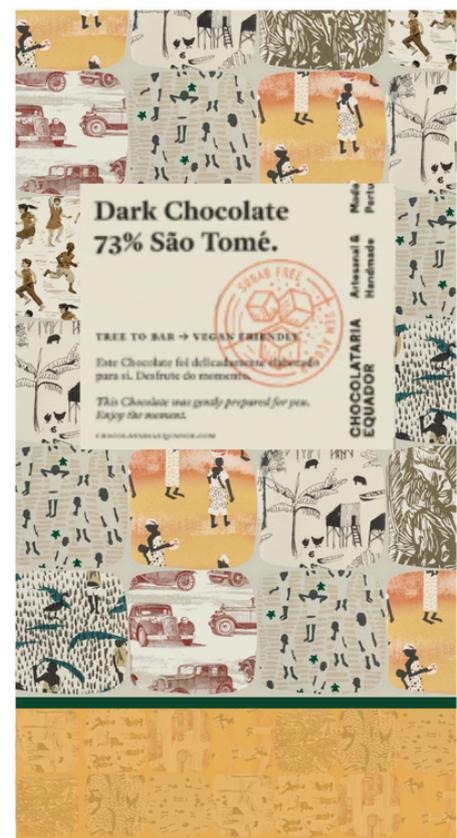
Ou seja, todas as tabletes de chocolate "São Tomé".

1.1. Embalagem

A embalagem que se encontra abaixo foi concebida para a presente campanha e deverá ser aplicada em toda a gama "São Tomé", com a respetiva etiqueta identificativa na parte de trás como demonstrado na figura (exemplo representativo do "Chocolate Negro 73% São Tomé sem Açúcar").



(Visão frontal)



(Visão traseira)

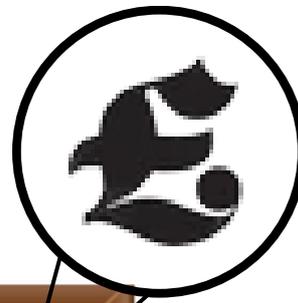
Seguidamente irão ser analisados e contextualizados todos os elementos deste design.



Padrão criado a partir da junção dos sete designs dos chocolates "São Tomé":



Elemento do logo da Chocolataria Equador a ser gravado em cada pedaço de chocolate:



Manutenção do estilo "rasgado" utilizado em todas as tabletes do site.

Título da campanha:

100% TU

Referência ao momento em que uma pessoa quando se torna 100% independente pode ser 100% ela própria, e, neste caso, a utilização da % deve-se ao facto de que todos os chocolates "São Tomé" têm na sua etiqueta a % de cacau que contém.



Chocolate feito em Portugal em honra de São Tomé.

Logo da Chocolataria Equador.

Referência do motivo da campanha: Comemoração dos 47 anos de conquista da Independência de São Tomé e Príncipe.

1.2. Cartaz

O cartaz que se segue, foi elaborado no seguimento da campanha "100% TU".

À distância de
um Equador

De 12 de Junho a 12 de
Julho compra o novo
"100% TU" e contribui
com 30% do valor total
para ajudar os bairros
mais necessitados de
São Tomé e Príncipe

12 | 07 | 1945 Independência
de São Tomé e Príncipe

CHOCOLATARIA
EQUADOR

100% TU

12|07|1975 - Independência São Tomé e Príncipe

LEIGOS PARA O
DESENVOLVIMENTO

Humanidade
Cultivada

O mesmo será analisado à semelhança do que foi feito com a embalagem:



Colaboração com a ONGD Leigos para o Desenvolvimento com o intuito de doar 30% do valor angariado em cada chocolate "100% TU" para a sua missão em São Tomé e Príncipe.

2. Objetivos

Para a realização da presente campanha foram definidos os seguintes objetivos:

- Homenagear o dia em que São Tomé e Príncipe alcançou a independência:
 - Uma vez que constam do portfólio de produtos da Chocolataria Equador chocolates com Cacau proveniente de São Tomé, cujas embalagens foram concebidas com motivos relacionados à sua cultura;
- Realizar uma campanha com caráter solidário:
 - Procurando estabelecer uma relação emocional com o consumidor. A palavra "Equador" neste caso está associada (através de um acróstico) aos conceitos de Experiência, Qualidade, Glamour, Afetividade, Delicadeza, Emoção e Narrativa. Assim sendo, o fio condutor foram os termos "Experiência", procurando que o consumidor passe pela experiência de ajudar um país para lá do equador enquanto se delicia com o

chocolate (Qualidade); Afetividade e Emoção na medida em que o cliente ficará sensível à campanha, devido ao seu caráter solidário; E por fim a Narrativa, tendo em conta que foi criada uma em torno de toda a campanha, desde a conceção da embalagem à realização do cartaz.

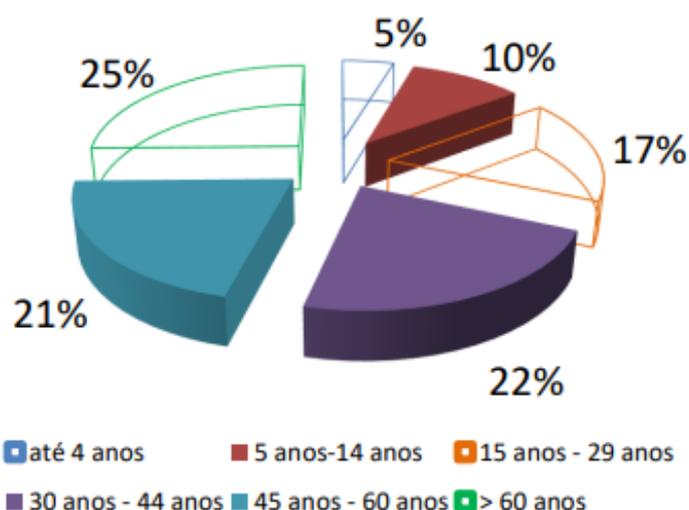
- Realçar os valores da marca ("romantismo, artesanal, design, glamour, puro chocolate, experiência, portugalidade revisitada"):
 - Com foco nos valores de Design e Portugalidade revisitada, toda a embalagem foi desenhada de modo a que o próprio design fale por si. Quanto ao segundo valor salientado, São Tomé e Príncipe foi descoberto por dois navegadores portugueses em 1471 e apenas a 12 de Julho de 1975 é que proclamou a independência, desta forma, as ilhas fazem parte da história de Portugal e esta campanha tem como objetivo que a mesma não seja esquecida, garantindo assim a presença do valor de Portugalidade revisitada.

3. Público-alvo

Tendo em consideração a informação fornecida pela Chocolataria Equador, foi possível identificar que a grande maioria (68%) dos seus consumidores são das seguintes faixas etárias:

- 30 - 44 anos;
- 45 - 60 anos;
- > 60 anos.

Deste modo, a campanha realizada tem como público-alvo compradores precisamente dessas idades.



Neste projeto em específico a opção tomada foi manter e enaltecer as faixas etárias já conquistadas e fidelizadas com a marca ao invés de procurar atrair um novo público. Tendo em conta que a Chocolataria Equador se encontra em fase de crescimento é importante consolidar uma boa base de clientes e só depois passar para a procura de conquista a novas faixas etárias.

3.1. Modelo de Comportamento de Compra

Apesar de mercado dos chocolates estar muito associado ao Modelo de Satisfação Própria, a campanha "100% TU" procura alcançar o Modelo Afetivo, através da compra baseada no sentimento pelo produto.

A campanha foi desenvolvida após analisados os dados relativos ao maior volume de compra, ou seja, tendo em conta que a faixa etária mais interessada nos produtos é dos 30 aos >60 anos, grande parte destes clientes já era nascido quando se deu a independência de São Tomé e Príncipe.

Uma vez que em 2022 se celebram 47 anos desse feito, acredito que o público-alvo definido para a campanha irá agir consoante o Modelo de Comportamento de Compra Afetivo.

4. Dimensões da Embalagem

Relativamente à **Dimensão Funcional**, a embalagem deve a cima de tudo proteger e conservar o produto facilitando o transporte e o consumo do mesmo.

Quanto aos materiais, uma vez que a Chocolataria Equador "tem vindo a repensar as suas embalagens no sentido de as tornar mais sustentáveis", a minha proposta passa por seguir o exemplo da Chocolataria Vivani:

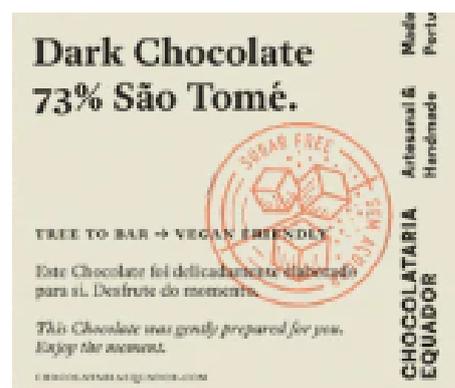
As embalagens naturais são produzidas com fibra de madeira de fonte sustentável - deste modo devem ser colocadas para eliminação em compostos de jardim (demoram até 50 dias) ou nos resíduos residuais.

Além disso e tendo em vista a maior conservação do produto são concebidas películas (embalagem primária) com matérias-primas sustentáveis certificadas pelo "DIN CERTCO Inscrição-No. 7H0037".

Por fim, para a impressão do design são utilizadas tintas sem óleo mineral.

Neste tópico são explorados os conceitos de "chocology" e "ecofriendly" pedidos no briefing com a Chocolataria Equador.

No que toca à **Dimensão da Comunicação do Embalagem** o Reconhecimento e Identificação do Produto e ainda a Informação ao Consumidor encontram-se na respetiva etiqueta:



Quanto à Expressão de Posicionamento e o Impulso à Compra, estas características encontram-se na parte inferior da embalagem com o nome da Campanha, a data comemorativa e o selo de "Made in Portugal in Honor of São Tomé":



Por fim, o Impacto Visual é o próprio padrão elaborado com todos os designs dos chocolates "São Tomé" que constam do catálogo da marca.

5. Justificação das Mensagens

Relativamente ao slogan da "100% TU", "À distância de um Equador", este foi escolhido tendo em consideração o caráter solidário da campanha uma vez que, apesar de Portugal e São Tomé e Príncipe se encontrarem separados pela linha do equador e cerca de 4600km é possível ajudar apenas com a compra um chocolate.

A Associação Leigos Para o Desenvolvimento tem uma missão em São Tomé e Príncipe onde implementou um Programa de Desenvolvimento Comunitário nas cidades de São Tomé e Porto Alegre. A campanha "100% TU" compromete-se a doar 30% do lucro de cada chocolate vendido de 12 de Junho a 12 de Julho a esta instituição.



AJUDE ESTA MISSÃO

Envolve-se com a nossa causa e ajude a transformar a vida das pessoas que apoiamos. Contribua para os nossos projetos, fazendo um donativo, que permite beneficiar 50.000 pessoas e capacitar 150 organizações anualmente. Junte-se a nós e faça acontecer.

[DOAR AGORA](#)

5.1. Benefícios do Produto

Os benefícios do produto salientes nas mensagens são:

Na Embalgem - toda a informação na etiqueta identificativa (respetiva a cada produto);

No Cartaz - o parágrafo explicativo da campanha onde revela o caráter solidário da mesma.

5.2. Promessa

A promessa inerente a esta campanha é a de contribuição monetária à Associação Leigos para o Desenvolvimento com a finalidade de apoiar bairros necessitados em São Tomé e Príncipe.

Através de uma data comemorativa para as ilhas, procuramos presentear os seu habitantes oferecendo-lhes apoio indireto, utilizando a Associação como ponte que "cruza o equador".

6. Meios de Divulgação

Os meios de divulgação escolhidos para esta campanha foram:

- A colocação de mupis em estações de metro e paragens de autocarro estratégicas na cidade do Porto (Por exemplo estação de São Bento);





- Garantir presença nas redes sociais como o Facebook e o Instagram, onde seria ainda realizado um giveaway cujo vencedor ganharia um vale de 50€ para gastar após a campanha terminar, válido até ao final do ano;



chocolataria Equador

@Chocolataria.Equador · Chocolataria

Ver loja

(Alteração da foto de capa para uma imagem do padrão criado para a campanha)

GIVEAWAY



De 12 de Junho a 12 de Julho compra o novo "100% TU" e contribui com 30% do valor total para ajudar os bairros mais necessitados de São Tomé e Príncipe



chocolataria Equador 30 de março · 🌐

Habilita-te a ganhar um vale de 50€ nas nossas lojas! Para isso basta deixar o teu like na publicação, identificar 3 amigos nos comentários e partilhar esta publicação no teu perfil identificando a nossa página!

Mais informações sobre a oferta no nosso site: <https://www.cacaoequador.pt/>

43 1 comentário 3 partilhas

Gosto Comentar Partilhar

(Divulgação do Giveway - post e descrição adaptáveis para o Instagram)

Instagram

🔍 Pesquisar



chocolatariaequador

Enviar mensagem

Seguir



834 publicações 6,559 seguidores A seguir 2,605

Chocolataria Equador
Chocolataria
Bean-to-boutique
Bean-to-bar
Handmade Chocolate
Chocolate Shops
Portugal | Espanha | Qatar
Tel. 225370573
Shop online 📍
www.chocolatariaequador.com



Lojas



Design



Bean-to-bar



São Tomé



Production



Events

PUBLICAÇÕES

VÍDEOS DO REELS

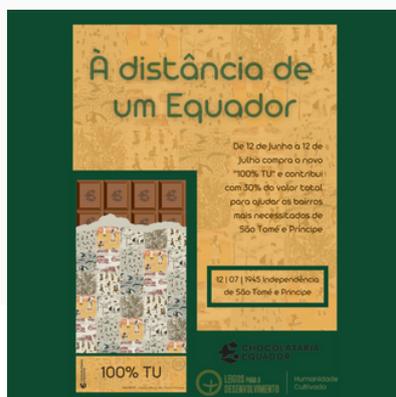
VÍDEOS

IDENTIFICAÇÕES



LEIGOS PARA O
DESENVOLVIMENTO

Humanidade
Cultivada



(Publicação de Posts e Storys)

7. Webgrafia

(Maio de 2022). Obtido de Chocolataria Equador:
<https://www.cacaoequador.pt/>

Certificates and Registrations. (Junho de 2022).
Obtido de Din Certco:
<https://www.dincertco.tuv.com/registrations/60111811?locale=en>

Embalagem Sustentável. (10 de Junho de 2022).
Obtido de Vivani:
<https://vivani.de/pt/en/ourenagement/sustainable-packaging/>

Missão São Tomé e Príncipe. (Maio de 2022). Obtido
de Leigos para o Desenvolvimento:
<https://pontosj.pt/leigos/missao-sao-tome-e-principe/>

São Tomé e Príncipe. (Junho de 2022). Obtido de
Diário da República - Portal Diplomático:
<https://portaldiplomatico.mne.gov.pt/relacoesbilaterais/paises-geral/sao-tome-e-principe>

8. Conclusão

Concluindo, o presente projeto consistiu na elaboração de uma embalagem e um cartaz publicitário para a Chocolataria Equador. Procurei ter em consideração todos os valores e critérios da marca para tornar uma opção real e coerente.

Acredito ter estado à altura das expectativas e encontro-me muito realizada com o resultado final.

Optei por escolher trabalhar com toda a gama dos chocolates "São Tomé" presentes no catálogo da Equador e criar uma campanha em homenagem aos 47 anos de alcance da independência das ilhas. O caráter solidário atribuído ao projeto veio consolidar as ideias trabalhadas e, na minha opinião, faz todo o sentido uma vez que é uma situação pertencente à história de Portugal e trata-se de uma população carenciada.

Por fim, acredito na coerência e qualidade deste trabalho, resta agradecer à Chocolataria Equador e principalmente à Professora Paula Lobo pela oportunidade.