



Espaço da Natura Instalado no Goiânia Shopping

Natura inaugura espaço em Goiânia

Lúcia Montetro

Os goianos compram cerca de três perfumes por ano e o produto está em aproximadamente 65% dos lares do Estado. Com o perfume cada vez mais presente no dia a dia dos goianos e brasileiros, o setor de perfumaria cresceu 17% no Brasil entre março de 2011 e março de 2012, acima do crescimento de 14,8% do mercado de cosméticos, fragrâncias e higiene pessoal, segundo dados do Kantar Panel.

De olho no potencial desse mercado, amanhã a Natura inaugura um espaço para divulgação de suas fragrâncias no Goiânia Shopping, com formato de pop up store, onde os visitantes poderão conhecer de perto as principais linhas da marca. No espaço institucional, acontecerão lançamentos de produtos e distribuição de amostras.

Uma das principais atrações será o difusor eletrônico de fragrâncias, uma tecnologia importada da França, que permite uma experiência sen-

sorial integrando todos os sentidos", informa Luis Martini, gerente de Marketing Regional da Natura. Por meio de um display conectado a um computador e ao difusor, o visitante escolhe um dos perfumes da linha Amó, assiste o vídeo conceitual do produto, ouve a música da campanha, sente o cheiro da fragrância escolhida.

A marca não venderá perfumes diretamente no local. Apenas facilitará a aquisição de produtos, disponibilizando um computador para compras via site Submarino. Entre as razões da expansão do mercado de perfumaria estão a entrada de novos consumidores com maior poder aquisitivo das classes mais baixas. Com isso, o Brasil passou a ser o maior mercado de perfumaria do mundo em 2011, segundo avaliação da Euromonitor, ultrapassando o mercado norte-americano.

Luis Martini ressalta que o crescimento do consumo de perfumes nos últimos anos também motiva lançamentos