

Algumas dessas marcas concorrentes possuem em seus pontos de venda perfumes comercializáveis que não possuem qualquer relação entre marca e identidade olfativa, portanto, essas não foram ressaltadas na pesquisa desse artigo.<sup>1</sup>

Figura 2: Identidade olfativa Ellus



Fonte: Ellus, 2014

A companhia que produziu o primeiro aroma da Ellus é a Avatim, empresa baiana que desenvolve identidades olfativas para marcas e ambientes. A fragrância provém de notas de bergamota, vetiver, carvalho além do óleo de patchouli – também chamada de oriza no Brasil, é uma planta utilizada há muito tempo na perfumaria -, que juntos geram saídas de aromas amadeirados e refrescam o ambiente com poucas borrifadas.

Em setembro de 2014 a marca lançou sua linha de perfumes 1972 – referência ao ano de fundação da marca. São quatro produtos interconectados: a Ellus Casa, a Ellus Carro, a Ellus água de passar roupas e a Ellus velas aromáticas, que juntas traduzem uma atmosfera de liberdade dos festivais de rock dos anos 70. Os conceitos de liberdade, urbano, satisfação, rock n'roll, orgânico e

natural são utilizados pela marca para exemplificar seu aroma.

Suas embalagens possuem uma estética minimalista que utilizam as cores branco e preto, sendo inspiradas em vidros de elixires vintage que eram encontrados em farmácias antigas, juntamente com um rótulo em papel adesivo com informações precisas sobre o produto. Os aromas são vendidos nos pontos de venda da marca e os preços variam entre R\$69 e R\$129.

Figura 3: Home spray John John



Fonte: John John Denim, 2015

A John John é uma marca nacional que nasceu em 2006 com a intenção de produzir um jeans de alta qualidade, conquistando o público jovem.

O *home spray* da John John foi desenvolvido em maio de 2012 pelo perfumista francês Bertrand Duchaufour. O aroma possui notas de corpo cítricos e florais, possuindo composições de bergamota, jasmim e damasco. Suas notas de saída possuem características amadeiradas.

<sup>1</sup> Na pesquisa integral do projeto também foram analisados concorrentes que comercializam perfume independente se estes são ou não suas identidades olfativas.