



NOSSA MARCA É AZUL, MAS NOSSO SONHO É VERDE

Case de sucesso das ações
de comunicação da **novaPR**
para o Plano Marfrig Verde+

2020-2021



CONTEXTO

A indústria da carne é vista, em todo o mundo, como **uma das maiores vilãs ambientais**, por conta do desmatamento de florestas nativas e das emissões de gases que provocam o efeito estufa.

Mas as **empresas brasileiras do setor transformaram-se em alvos preferenciais** da mídia, das ONGs e, mais recentemente, de investidores devido à presença física de parte de suas operações em biomas ameaçados, como o Cerrado e a Amazônia.

A expansão territorial do gado é tida como uma das principais causas para o desflorestamento. E a falta de rastreabilidade e controle total da cadeia, por parte das empresas, é hoje um **enorme telhado de vidro**.

- Mais de **66%** do território brasileiro é coberto de **vegetação nativa**.
- Dessas áreas, **59,7% é ocupado por florestas** e a agropecuária corresponde a 30,9% - sendo que esse dado cresce a cada ano.
- **O PIB da pecuária de corte representou 10% do PIB total de 2020**, que atingiu 4,7 trilhões de reais - crescimento de 20,8% frente o ano anterior.

As implicações **vão além dos danos de imagem**. A relação feita entre frigoríficos e desmatamento influencia a opinião do mercado financeiro. E fundos internacionais, cada vez mais, são pressionados a não investir no setor.

A pressão de ONGs e da imprensa internacional sobre esses investidores é enorme -- e **vem surtindo efeito**.

O mesmo passou a acontecer com grandes redes de *fast food* e de varejo que, constantemente, são **cobrados a ter uma atuação mais forte** com os fornecedores de carne, cobrando providências e políticas mais rígidas contra o desmatamento, queimadas etc.

A **Marfrig**, uma das maiores empresas de carne bovina do mundo e a líder mundial na produção de hambúrguer, não escaparia a esse tipo de pressão. São cada vez maiores as demandas de grandes veículos nacionais e internacionais, que cobram da empresa um controle maior sobre a cadeia de produção e exigem transparência.

O advento da pandemia de covid-19 e as recorrentes queimadas aumentam ainda mais a vulnerabilidade de todo o setor, fazendo com que a urgência de diferenciação ficasse ainda maior.



A SOLUÇÃO

Para se posicionar como uma empresa que, de fato, tem a sustentabilidade como parte de sua estratégia de negócios, a Marfrig foi pioneira e lançou, em 2020, o **PLANO MARFRIG VERDE+**, um programa completo com relação às questões socioambientais – contemplando os biomas Amazônia e Cerrado.

O sistema, baseado no princípio de produção-conservação-inclusão (PCI) e feito em parceria com a IDH – Iniciativa para o Comércio Sustentável, prevê o investimento de 500 milhões de reais em iniciativas três frentes principais: monitoramento e rastreamento completo da cadeia produtiva, assistência técnica e tecnificação dos produtores parceiros e desenvolvimento de mecanismos inovadores – que levam em conta a preservação ambiental.

A principal meta da empresa com o Plano Marfrig Verde+ é tornar a cadeia de produção bovina sustentável e 100% livre de desmatamento, em especial nos biomas Amazônia e Cerrado.

Mais do que isso, a Marfrig tem como objetivo transformar a cadeia de valor a partir do mapeamento e do enquadramento de fornecedores diretos e indiretos, permitindo que os pecuaristas que estejam em conformidade com a lei e a melhores práticas ambientais, sociais e de governança sejam inseridos no programa.



ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Dado que a agenda sustentável é um tema de interesse a todos os seus stakeholders, a estratégia da Marfrig foi priorizar a realização de eventos online que contaram com a participação de imprensa, investidores, analistas, ONGS e outros membros da sociedade civil.

A **NOVA PR** foi a agência responsável por organizar todo o material de comunicação e apoio aos executivos -- Q&As, mensagens-chave, *fact sheets*, press releases, discursos e apresentações.

O desafio na comunicação foi desenvolver uma narrativa e posicionamentos claros para tirar a empresa do lugar comum, simplificando conceitos muito técnicos e longe do leitor leigo. Além de, claro, engajar jornalistas e formadores de opinião de diversos segmentos diferentes em torno do tema.



LANÇAMENTO PLANO MARFRIG VERDE +

Evento online realizado em 23 de julho de 2020, contou com a presença do fundador e Presidente do Conselho da Marfrig, Marcos Molina, o CEO da Marfrig para América do Sul, Miguel Gularte, o Diretor de Sustentabilidade e Comunicação da Marfrig, Paulo Pianez -- todos os executivos se dedicaram a explicar o seu programa, metas e a estratégia para alcançar cada uma delas ano a ano.

A segunda parte do evento contou com os membros do comitê de Sustentabilidade da Marfrig Roberto Waack, Marcelo Furtado, Arnaldo Eijisink e Daniela Marluzzo, e ouviu especialistas e membros da sociedade civil, como WWF Brasil, MAPBiomass, presidente do Instituto PCI, IDH, e o Ministério Público.

O **Valor Econômico** trouxe entrevista exclusiva com os executivos da Marfrig na mesma data. Para acompanhar o evento, além do Valor, foram convidados jornalistas de um **amplo mailing** que incluía grande imprensa, especializados em agronegócios, finanças e sustentabilidade, além de correspondentes internacionais. Mais de 20 profissionais da imprensa compareceram.

Até o momento, o vídeo do evento reúne **mais de 730 visualizações**:

<https://www.youtube.com/watch?v=l7OghBebYi0&t=292s>



LANÇAMENTO LINHA VIVA (CCN)

Dando continuidade ao Plano Marfrig Verde+, a Marfrig realizou em 26 de agosto, o webinar para **lançamento da linha Viva**, de carne carbono neutro (CCN) em parceria com a Embrapa e vendida com exclusividade no Pão de Açúcar (GPA). Para isso, a companhia investiu 10 milhões de reais no programa da Embrapa, que levou 10 anos para desenvolver o sistema lavoura-pecuária-floresta, que viabiliza a neutralização dos gases de efeitos estufa advindos da produção pecuária e melhor bem-estar animal para os rebanhos.

Miguel Gularte, CEO da Marfrig para América do Sul, Paulo Pianez, diretor de sustentabilidade e comunicação da Marfrig, Celso Luiz Moretti, presidente da Embrapa, e Suzy Yoshimura, diretora de sustentabilidade do Pão de Açúcar, abriram o evento com as mensagens institucionais. No segundo momento, a jornalista Amalia Safatle mediu um painel sobre pecuária de baixo carbono com as empresas envolvidas e o MAPA.

Mais uma vez a **NOVA PR** foi responsável pela narrativa e convocação de imprensa, que teve como foco **grande mídia, especializados em agronegócios e sustentabilidade**. O evento também teve transmissão ao vivo no canal Agro+.

Até o momento, o vídeo do evento contabiliza **mais de 359 visualizações**:

https://www.youtube.com/watch?v=k0LMmt6-_vc

3ª ONDA

INVESTIMENTO FUNDO &GREEN

Em fevereiro de 2021, a Marfrig recebeu um financiamento verde no valor de 30 milhões de dólares do fundo &Green, fundo de investimento de impacto com foco global que financia a produção de commodities sustentáveis de forma a proteger as florestas tropicais.

Mais uma vez **preparamos o evento e convidamos a imprensa** -- o mailing incluía grande imprensa, especializados em agronegócios, finanças e sustentabilidade, além de correspondentes internacionais. **A coletiva contou com 24 participantes de todo o mundo.**

Participaram do evento Paulo Pianez (Diretor de Sustentabilidade e Comunicação da Marfrig), Marcela Paranhos (Gerente de Investimentos na IDH) e Daan Wensing (CEO na IDH), além de Michael Schlup (Líder social e ambiental do Fundo &Green) e Gustavo Oubinha (Assessor de investimentos do Fundo &Green).

4ª ONDA

AVANÇOS PLANO MARFRIG VERDE+

Tendo em vista o **compromisso de transparência** que acompanha o Plano Marfrig Verde+, a companhia convocou todos seus stakeholders para apresentar os principais marcos do programa após seis meses. Além da CCN e do aporte do &Green, a companhia detalhou mudanças na rede de assistência técnica, a conclusão do mapa de riscos e o rastreamento de cadeia completa (fornecedores diretos e indiretos) alcançado nos biomas - **62% para a Amazônia e 47% no Cerrado.**

Com foco no engajamento dos pequenos produtores, a empresa também convidou produtores rurais e zootecnistas para o debate com os executivos. Gonzalo Muñoz, campeão da COP25 reforçou a **urgência da sustentabilidade.**

A **NOVA PR** foi a responsável por preparar o evento e convidar a imprensa -- o mailing incluía grande mídia, especializados em agronegócios e sustentabilidade, além de correspondentes internacionais.

Até o momento, foram **mais de 370 visualizações** no vídeo:
<https://www.youtube.com/watch?v=FRkUdENupUs>

SUSTENTAÇÃO E RESULTADOS

Entre os eventos e desde a última coletiva, o time da **NOVA PR** segue **divulgando os avanços do Plano Marfrig Verde+**, conquistando espaço em veículos como *Valor Econômico, Folha de S.Paulo, Reuters, O Estado de S.Paulo, O Globo*, entre outros.

De uma postura reativa, a Marfrig passou a **protagonizar a discussão** que antes representava uma ameaça de imagem.

RESULTADOS:

283 reportagens, de jul/20 a ago/21

(Tier 1: 106 - Tier 2: 66 - Tier 3: 111)

Mais de R\$ 12 milhões em Valoração (equivalência publicitária)

Além da exposição positiva na mídia -- resultados quantitativos --, a comunicação dos compromissos ESG da Marfrig ajudam a posicioná-la entre as **mais bem avaliadas em sustentabilidade no mundo**. Um extraordinário resultado qualitativo do trabalho de relações públicas mais o compromisso inegociável da companhia.

A Marfrig é hoje a empresa mais bem posicionada no ranking global da Collier FAIRR Protein Producer Index -- que reúne grandes investidores para avaliar critérios ESG. Também está presente nos índices verdes da B3, o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e o Índice de Carbono Eficiente (IC02).

A companhia ainda atingiu pontuação máxima 'A' em gestão de recursos hídricos pelo CDP, organização global sem fins lucrativos que incentiva empresas e governos a reduzir suas emissões de gases de efeito estufa, salvaguardar os recursos hídricos e proteger as florestas. Menos de 10 empresas da América Latina conseguiram esse desempenho.

E no quesito bem-estar animal, a Marfrig avançou em relação às suas práticas, alcançando o TIER 2 no ranking da BFFAW, principal iniciativa global de desempenho de bem-estar de animais de fazendas.

FICHA TÉCNICA

CATEGORIA

Agência-Butique

SINOPSE

Case sobre a comunicação do programa ESG da Marfrig, uma das maiores empresas de carne bovina do mundo e a líder mundial na produção de hambúrguer, lançado em 2020, com o objetivo de atingir uma cadeia sustentável, inclusiva e livre de desmatamento até 2030. Chamada de Plano Marfrig Verde+, a iniciativa pioneira e ousada ajudou a posicionar a empresa entre as melhores do mundo nos rankings de sustentabilidade. A iniciativa de comunicação -- totalmente orgânica -- posicionou a Marfrig como empresa mais sustentável do setor no Brasil.

ORÇAMENTO

A estratégia de imprensa não demandou recursos.

TIME

Cláudia Vassallo - sócia fundadora da NOVA PR

Livia Hormigo - diretora de atendimento

Amanda Carbonera - atendimento

Cecília Panizza - atendimento

FOTOS

Site Marfrig

