



PRÊMIO JATOBÁ 2022

A SUSTENTABILIDADE COMO ESTRATÉGIA DE NEGÓCIO
DA NESPRESSO: OS DESAFIOS DE CRIAR UMA CULTURA DE SUSTENTABILIDADE
RUMO À CERTIFICAÇÃO COMO EMPRESA B

ANEXO: PLANEJAMENTO

O DESAFIO DA COMUNICAÇÃO

A Nespresso é um dos principais players na produção e comercialização de máquinas e cápsulas de café no mundo. Parte do seu diferencial é o trabalho expressivo na frente de sustentabilidade, com projetos que promovem a cultura regenerativa do café e incentivam a sustentabilidade na cadeia de valor. O ano de 2022 consolidou, ainda, a marca como uma empresa carbono neutro.

Nesse contexto, era essencial o envolvimento dos colaboradores para entenderem o posicionamento e o impacto da sustentabilidade no negócio, além de incentivar o senso de orgulho a uma Empresa B.

“

UMA COMUNIDADE GLOBAL DE LÍDERES QUE USAM OS SEUS NEGÓCIOS PARA A CONSTRUÇÃO DE UM SISTEMA ECONÔMICO MAIS INCLUSIVO, EQUITATIVO E REGENERATIVO PARA AS PESSOAS E PARA O PLANETA.

”

(SISTEMA B)

ENTENDIMENTO DO CENÁRIO

ATRIBUTOS ANALISADOS

O PROCESSO DE TRABALHO EM SUSTENTABILIDADE TEVE INÍCIO EM 2021 COM A REALIZAÇÃO DE UMA SONDAÇÃO COM **32** **PROFISSIONAIS** PARA ENTENDIMENTO SOBRE A COMPREENSÃO DOS PÚBLICOS INTERNOS SOBRE SUSTENTABILIDADE.

REPERTÓRIO E ENTENDIMENTO SOBRE VIVÊNCIAS PESSOAIS

Como cada profissional entende a sustentabilidade e qual era seu ponto de referência sobre a temática antes de ingressar na empresa e fora da atuação do negócio no dia a dia.

COMUNICAÇÃO INTERNA E NÍVEL DE CONHECIMENTO SOBRE A TEMÁTICA

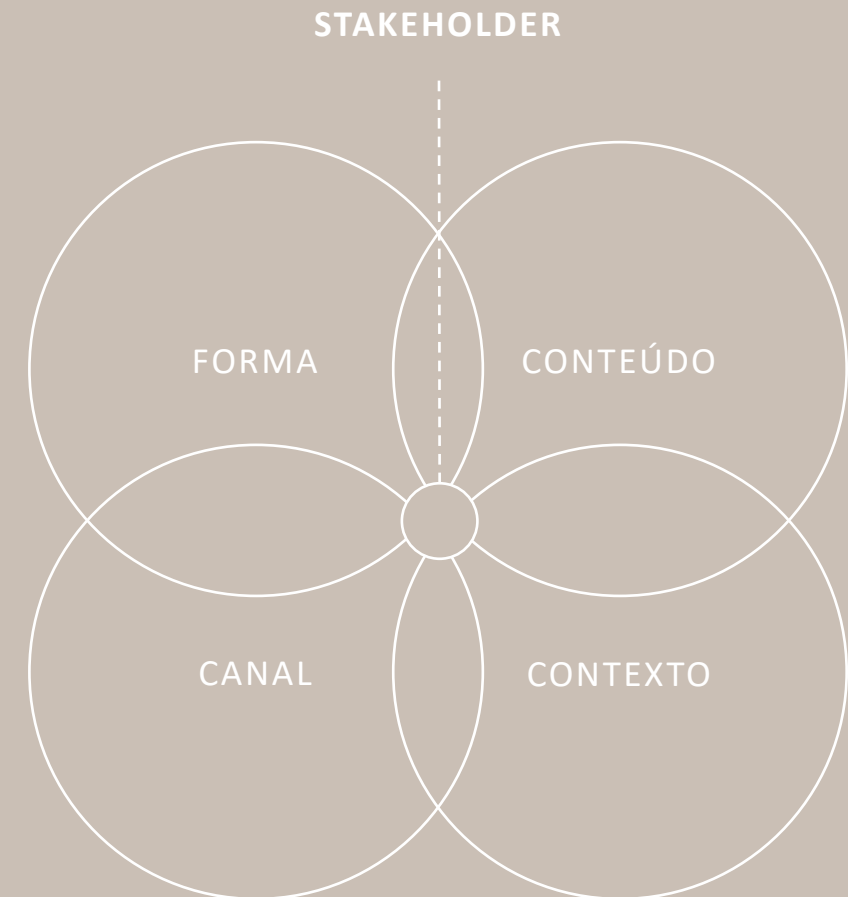
Como os colaboradores recebem informações e o quanto conhecem sobre as atividades realizadas pela **Nespresso**.

COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

Como é feita a abordagem sobre sustentabilidade junto ao cliente e quais aspectos são ressaltados.



DESAFIO EM COMUNICAR SUSTENTABILIDADE



ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO EM SUSTENTABILIDADE

A PARTIR DO ENTENDIMENTO DO PROCESSO COMUNICACIONAL E A NECESSIDADE DE INFORMAÇÕES DE CADA PERFIL DOS PÚBLICOS INTERNOS DA **NESPRESSO**, DEFINIMOS A ESTRATÉGIA DE ATUAÇÃO EM RELAÇÃO À SUSTENTABILIDADE PARA PERMEAR AS ATIVIDADES E INICIATIVAS REALIZADAS PARA A MARCA.

A temática da sustentabilidade faz parte do encantamento de marca e é o diferencial que apresenta a preocupação da **Nespresso** com a cadeia de valor.

FACILITAR

O entendimento sobre o processo de reciclagem das cápsulas **Nespresso** – não apenas por iniciativas de negócio como também por meio de conteúdo.

INFORMAR

Sobre as iniciativas e o impacto gerado pela visão de sustentabilidade da **Nespresso** e a contribuição de cada um nessa movimento.



AGIR | IMPACTAR

Efetivamente criar hábitos mais sustentáveis e reconhecer seus benefícios para si, para a sociedade e para o meio ambiente. Inspirar outras pessoas a fazerem o mesmo.

INSPIRAR

Colaboradores a embarcarem nessa jornada de propósito, gerando experiências ainda melhores com o café.

Em paralelo à definição da estratégia de atuação para a sustentabilidade, ainda em 2021, foram realizadas ações para dar o tom sobre o tema e marcar o início do processo de comunicação, criando as bases para o movimento de Empresa B que se deu no ano seguinte. Aproveitamos datas comemorativas para realização de mês comemorativo da sustentabilidade, orientando os colaboradores sobre reciclagem, dando visibilidade aos projetos que a **Nespresso** realiza para reduzir seus impactos na sociedade e no meio ambiente.

1  **Reciclagem no Brasil**



2  **Segunda vida do café**



3  **Afinal, o que é economia circular**



5  **Serviços Nespresso**



4  **Dia do Café**



6  **Cooperativas parceiras**



7  **Programa AAA**



8  **S.O.S. Mata Atlântica**

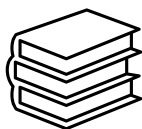


NESPRESSO COMO EMPRESA B O MOVIMENTO BCORP

A NESPRESSO DEMONSTROU AO MERCADO SUA CAPACIDADE E COMPROMISSO EM GERAR IMPACTOS POSITIVOS NO PLANETA POR MEIO DE INICIATIVAS E PROJETOS VOLTADOS AO CONTROLE, ACOMPANHAMENTO E INCENTIVO A TODA A CADEIA DE VALOR.

Nesse sentido, era imprescindível dar mais visibilidade ao tema, envolvendo os profissionais no processo e fomentar o entendimento sobre a certificação, estimulando o senso de orgulho pela conquista da empresa, sem esquecer dos preceitos identificados na pesquisa: necessidade por aprofundamento, humanização, tangibilização e experiência.

PILARES DIRECIONADORES



CONHECIMENTO

A **Nespresso** é preocupada com a sustentabilidade e com seu impacto no ambiente. E por ser uma empresa responsável, está em busca de certificações que comprovem o seu comprometimento, como a certificação como Empresa B.



ATRIBUTOS

Eu compreendo em completude o que a **Nespresso** faz para reduzir seus impactos na sociedade e no meio ambiente, desde os seus programas até todo o processo de circularidade e reciclagem de cápsulas.



ORGULHO

Tenho orgulho em trabalhar em uma Empresa B, que se responsabiliza com seus impactos no ambiente. Hoje, trabalho de forma mais consciente para alcançarmos ainda mais reconhecimentos e certificações de sustentabilidade.

ABORDAGEM DIFERENCIADA COLABORADOR COMO FOCO

Trabalhamos fortemente a participação dos colaboradores como protagonistas da comunicação. Os profissionais foram convidados a serem porta-vozes do processo comunicacional, sendo responsáveis por compartilhar com os colegas os principais pontos de sustentabilidade trabalhados na campanha, **REFORÇANDO A IMPORTÂNCIA DO TRABALHO CONJUNTO PARA GARANTIR QUE A SUSTENTABILIDADE SEJA VIVENCIADA NO DIA A DIA DA EMPRESA** e faça parte de todos os desdobramentos do negócio.



DESDOBRAMENTO TÁTICO DA CAMPANHA

1

Lançamento oficial da campanha em **LIVE ESPECIAL**, com participação do time de sustentabilidade

2

Realização de websérie em **10 EPISÓDIOS**, com a participação de colaboradores de diferentes áreas e cargos, dando mais visibilidade à estratégia de sustentabilidade da empresa, mostrando claramente sua relação com a estratégia do negócio, e demonstrando como a sustentabilidade é uma construção de todos.

3

Para contextualizar os colaboradores quanto à certificação como Empresa B, e reforçar os conteúdos abordados nos vídeos, realizamos uma série de publicações estáticas no Workplace trouxeram um olhar de praticidade e tangibilização do tema para aproximar os colaboradores da **VIVÊNCIA COM A SUSTENTABILIDADE**.

4

Para complementar o processo de aprendizagem e aprofundamento sobre a certificação como empresa B, a **Nespresso** preparou um **TREINAMENTO** obrigatório dividido em dois módulos para que os colaboradores pudessem compreender a relevância da certificação e sua relação com a estratégia de negócio.

5

CELEBRAÇÃO DA CONQUISTA da certificação como Empresa B, considerando ativações na sede e nas Boutiques, envolvendo todos os colaboradores.

Preparação de assets criativos, **ESPAÇOS INSTAGRAMÁVEIS** e entrega de **KITS COM BRINDES** especiais a todos os profissionais.

Uso da hashtag **#ORGULHOEMSERB**, para incentivar o compartilhamento da conquista em redes sociais e a comemoração conjunta com colaboradores.

CRONOGRAMA GERAL





OBRIGAD_