



Coca-Cola Brasil

QUIZ

MUNDO
SEM **RESÍDUOS**

FURANDO A BOLHA

PRÊMIO JATOBÁ PR 2022



GRANDE AGÊNCIA E AGÊNCIA-BUTIQUE

CATEGORIA: Relacionamento com Influenciadores

AGÊNCIA:



TEXTUAL
COMUNICAÇÃO

CONTEXTO



Compromisso Global: Com mais de 20 anos de atuação em diversas frentes de sustentabilidade, a **Coca-Cola Brasil**, em 2018, se juntou ao compromisso global da empresa de coletar, reaproveitar ou reciclar o equivalente a 100% de suas embalagens até 2030. Essa visão, chamada de “**Mundo sem Resíduos**”, está ancorada no princípio da economia circular: garantir um desenvolvimento sustentável ampliando o ciclo de vida dos materiais, eliminando o descarte e agregando valor à cadeia de reciclagem.

DESAFIOS

Como se vê, é um assunto que, apesar de relevante para a sobrevivência do planeta, é um tanto técnico, o que não o torna lá muito popular. **A comunicação das iniciativas da Coca-Cola Brasil para zerar o desperdício de suas embalagens esbarra na dificuldade em explicar a um público mais amplo, para além dos especialistas e ativistas da causa, não só o que a empresa vem fazendo nesse sentido, mas como é necessário o engajamento de todos, sociedade, poder público e iniciativa privada, para solucionar um problema grave em escala global como o da destinação de resíduos sólidos.**



“Mundo sem Resíduos”

Um desafio adicional está em uma sigla – PET, material plástico cujo descarte incorreto é considerado um dos principais responsáveis pela poluição de rios e oceanos no mundo inteiro. Utilizado amplamente em embalagens de bebidas, o PET, no Brasil, não tem uma cadeia de reciclagem desenvolvida como a do alumínio ou vidro. **Estimular essa cadeia está na base das ações da Coca-Cola Brasil e de seus esforços na promoção da economia circular.**

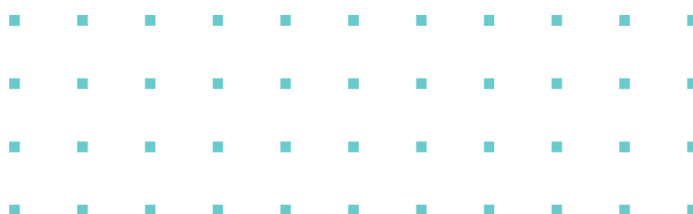


Esses esforços, nos últimos anos, obedeceram a três pilares da economia circular. Entre outras iniciativas:

No pilar do **reuso**, a Coca-Cola Brasil ampliou a participação de embalagens retornáveis em seus produtos, criando uma garrafa PET universal que pode ser reenvasada com outras bebidas do portfólio.

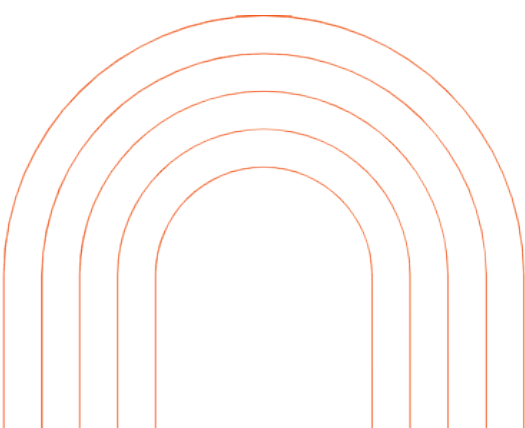
Na **redução do uso de matérias-primas virgens**, a empresa lançou a primeira garrafa de água mineral do mercado brasileiro feita 100% de PET reciclado.

E no **estímulo à cadeia de reciclagem**, em parceria com engarrafadores de seu sistema, houve o investimento em agregadoras de PET usado, que dinamizam a coleta e facilitam a compra do material para a fabricação de resina reciclada, valorizando o trabalho das cooperativas de catadores.





ESTRATÉGIA



Visão “Mundo sem Resíduos”



Ao longo dos últimos quatro anos, a estratégia de PR para falar da **visão “Mundo Sem Resíduos”** foi desenhada na forma de uma curva de awareness, contemplando diversos grupos de interesse, mas com uma narrativa única. Que, ao final, contribua para a **informação, engajamento e endosso de diferentes atores sociais a ações endereçadas a uma causa muito maior do que a Coca-Cola – mas na qual a companhia, como líder de mercado, tem a responsabilidade de ser parte da solução.** É importante dizer que ainda há um bom caminho a percorrer nessa curva.

Relacionamento com Imprensa, Influenciadores Digitais, outros stakeholders, instituições e parceiros da área sustentabilidade



A Textual, agência de PR da Coca-Cola Brasil, conduziu essa estratégia no período com foco em imprensa e formadores de opinião on e offline, no qual se incluem os influenciadores digitais. Para o público de FOs, os KPIs eram relacionais, com critérios de advocacy e não de audiência. A empresa mantinha, claro, um relacionamento constante com seus stakeholders, instituições e parceiros da área sustentabilidade. Mas, para as metas ousadas do Mundo Sem Resíduos, era preciso construir pontes de comunicação com pessoas e movimentos que avançam ponteiros e trazem massa crítica à atuação da empresa.

Rodas de Conversa

Essas pessoas foram convidadas de forma orgânica para rodas de conversa com executivos da empresa, tanto de sustentabilidade como de áreas de negócio, incluindo seu CEO – já que a Coca-Cola Brasil traz o desenvolvimento sustentável em seu core business. Em momentos-chaves, como o lançamento do compromisso do Mundo Sem Resíduos e a primeira campanha de embalagens retornáveis da marca Coca-Cola com foco em sustentabilidade, esse grupo foi ativado e ampliado para o exercício da escuta ativa.



Covid-19: Reforço nos laços de relacionamento com a cadeia de reciclagem

A chegada da Covid-19, a partir de março de 2020, e o subsequente lockdown, fizeram com que a Coca-Cola Brasil direcionasse seus recursos de marketing para o combate ao efeito imediato da pandemia nas populações mais vulneráveis. Os catadores de resíduos sólidos incluídos no programa Reciclar para o Brasil, que reúne 18 grandes corporações e do qual a Coca-Cola Brasil é uma das fundadoras, estavam entre eles. Tanto autônomos como cooperativados receberam ajuda financeira da empresa para que pudessem ficar em suas casas. Os aportes foram feitos via Associação Nacional dos Catadores e Catadoras de Materiais Recicláveis (Ancat) e, também, por meio da Campanha de Solidariedade aos Catadores do Brasil.



Crystal: senha para um passo além!

Esse apoio, em resposta a uma situação emergencial, reforçou os laços de relacionamento com a cadeia de reciclagem. Ainda em 2020, no lançamento da nova Crystal em embalagem **100% de resina reciclada**, esses laços foram importantes pontos de prova na roda de conversa com **19 influenciadores e formadores de opinião do nicho de sustentabilidade**. O encontro teve **67% de adesão dos convidados e 100% de comentários positivos**.



Ineditismo PET

Para essa nova rodada, a Coca-Cola Brasil e seu maior engarrafador, a Coca-Cola Femsa, levaram o balanço de um ano da SustentaPET, sua primeira central de coleta de PET usado. **Pela primeira vez no Brasil, uma indústria de larga escala passava a comprar diretamente PET pós-consumo de cooperativas e catadores, redesenhando a cadeia de logística reversa.** Em seus dois primeiros anos de atividade, o programa reciclou mais de **1 bilhão de garrafas e 40 mil toneladas**. Foram coletadas e recicladas **28 mil toneladas de PET** apenas em 2021, mais do que o dobro de 2020.

Kit Crystal

A nova Crystal foi a senha para um passo além – apresentar a iniciativa para microinfluenciadores fora da bolha temática. Um kit desenvolvido em parceria com uma consultoria de design sustentável, composto por uma garrafa de Crystal 100% resina reciclada e uma garrafa de alumínio acondicionados numa maletinha de papel semente, foi enviado para uma lista de 100 influ que, além do nicho, incluía lifestyle, fitness, gastronomia e maternidade.



Os feedbacks, todos positivos, cumpriram o objetivo de difundir a mensagem de economia circular de forma simples e coerente. Ainda que o kit não tivesse meta de visibilidade, houve repercussão espontânea em perfis de influenciadores que não tráfegavam no tema.



A AÇÃO

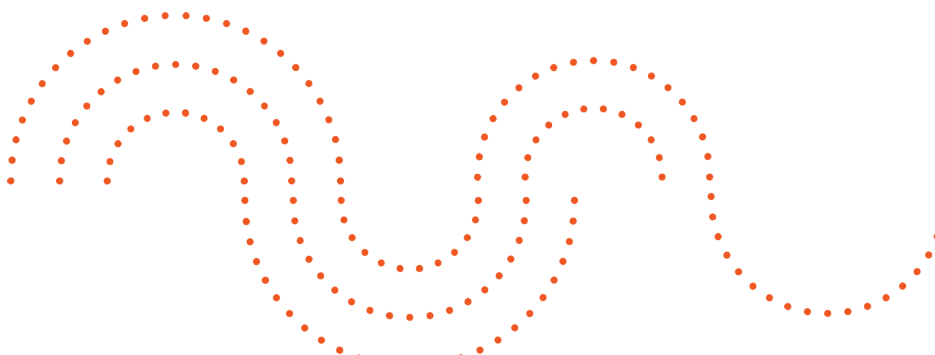
Tour virtual gamificado

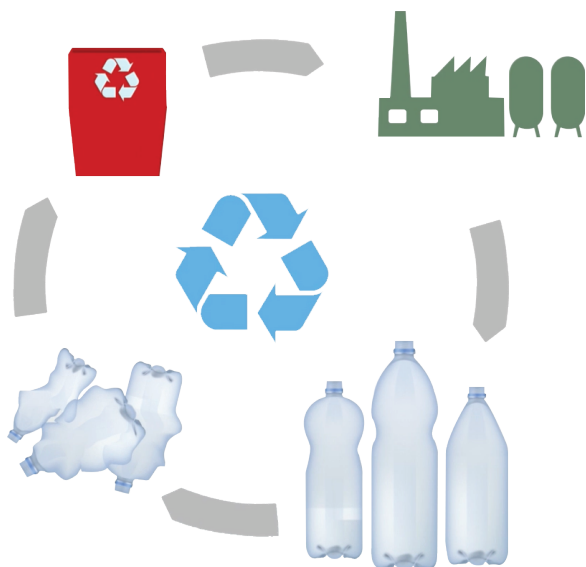
No planejamento de PR para a área de Sustentabilidade em 2021, em meio a outras ações, a Textual mapeou uma oportunidade para dar mais um passo fora da bolha. **Além da previsão da expansão da SustentaPET para mais cinco unidades, o segundo maior engarrafador do Sistema, a SolarBR Coca-Cola, lançaria no final do ano o Recicla Solar, seu projeto de agregadoras de PET em Pernambuco, Bahia e Ceará, em parceria com a Coca-Cola Brasil.**

Responsável pela produção e distribuição das bebidas em todo o Nordeste, a Solar está comprometida com o incentivo à economia circular em uma região em que a própria coleta seletiva do lixo ainda é restrita.

Por que uma oportunidade justamente no lançamento de um projeto tão específico fora do badalado eixo Rio-São Paulo?

Entre os aprendizados da pandemia, estava o maior interesse geral das pessoas, após meses de isolamento e home office, pelo destino do lixo caseiro – que passou a crescer na mesma proporção da louça na pia. **E o agravamento da situação social, com o impacto da Covid-19, trouxe o sentido de urgência na convocação da sociedade para soluções que geram renda aos mais vulneráveis em todo o país e apontam para uma economia sustentável.**





Com a impossibilidade da visita presencial às agregadoras do Nordeste, por conta das medidas de segurança da pandemia, a primeira ideia da equipe de atendimento à conta foi a de criar um **tour virtual gamificado**. No brainstorm do squad formado com o time de digital da agência, a ideia evoluiu para uma experiência mais abrangente: **um game em formato de quiz sobre economia circular, desenvolvido para dialogar com quem gostaria de praticar o consumo consciente, mas nem sabe por onde começar**.

As áreas de Comunicação e Sustentabilidade da Coca-Cola Brasil e da Solar abraçaram a ideia. O game, realizado a muitas mãos, foi um projeto feito em diversas etapas, algumas concomitantes, e gerenciado pelo time de digital da Textual. O trabalho começou em janeiro de 2022 e o relatório final de resultados foi entregue ao cliente em maio do mesmo ano.

Ao todo, entre equipes da Textual e fornecedores, 12 pessoas trabalharam no projeto, que recebeu o investimento de cerca de **R\$ 170.000,00** das empresas contratantes.

O quiz

O pulo do gato era fazer um mix de perguntas e respostas que gerassem interesse, e não fossem tão difíceis que desestimulassem, nem tão fáceis que não ajudassem a saber mais sobre o assunto. Isso tudo numa linguagem o mais acessível possível e sem perder o contato com temas relacionados às ações da Coca-Cola Brasil – mesmo não sendo sobre essas ações.

Chamado de Quiz Mundo Sem Resíduos, o game pergunta desde o percentual de lixo recolhido por catadores no Brasil, passando pelas etapas do processo de reciclagem do PET até em qual lixeira se deve colocar o isopor – papel, plástico, latas ou orgânico?





Com a assessoria técnica da área de Sustentabilidade, o squad da Textual elaborou

12 perguntas com

4 respostas em múltipla escolha cada divididas em

3 blocos: reciclagem e descarte de materiais, conceito de economia circular, e curiosidades sobre o processo de reciclagem.

As peças

Programado em formato linear, o Quiz Mundo Sem Resíduos traz peças multimídia com informações sobre as ações da Coca-Cola Brasil e do projeto Recicla Solar. Essas peças têm três funções:

Exemplificar de forma prática os conteúdos do game

Contar das novas agregadoras de PET da Solar

Prestar contas ao público sobre o que o Sistema Coca-Cola Brasil vem fazendo em seu compromisso para um Mundo Sem Resíduos

SOLAR^{BR}

Solar Coca-Cola lança o **Recicla Solar** em parceria com a Coca-Cola Brasil com o objetivo de aumentar a quantidade de PET destinada à reciclagem. Projeto em parceria com organizações de catadores, ONGs e agregadoras nos estados de Pernambuco, Ceará e Bahia.



Em apenas 6 meses de operação já foram coletadas e recicladas mais de **1.000 toneladas** de garrafas PET nestes estados.

2021

Infográfico animado

Na tela de abertura do quiz, a animação traça a trajetória da Coca-Cola Brasil na promoção da circularidade de suas embalagens.

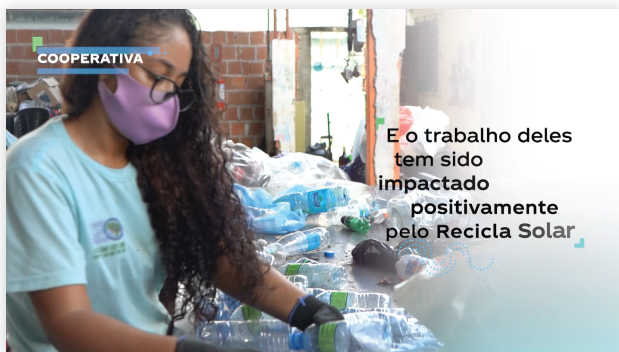
Vídeo Motion

De forma simples e lúdica, o Motion, encaixado em seguida à primeira leva de perguntas, mostra como dar destinação correta às garrafas PET e reforça as informações contidas no bloco anterior.

O **ISOPOR** vai na lixeira 'plástico'



Ele deve ser limpo e descartado na lixeira destinada aos resíduos plásticos



Vídeos Recicla Solar

Gravados em Recife, Fortaleza e Salvador, as três cidades da fase inicial do projeto, os vídeos mostram como funciona a cadeia de reciclagem, da coleta à venda do material para sua transformação em resina reciclada. Além das imagens in loco, os filmes trazem depoimentos de pessoas que participam das diversas fases do processo, inclusive consumidores.

Vídeo institucional

No encerramento, o gerente de Sustentabilidade para o Brasil e Cone Sul, Rodrigo Brito, agradece a participação e traz as mensagens da visão Mundo Sem Resíduos.



O quiz foi pensado como ferramenta para ajudar a mostrar que a economia circular é um modelo para todos – não é preciso ser um expert para agir de forma sustentável no consumo e descarte de produtos. Por isso, era importante aproveitar a crescente conscientização e mudanças de hábito na relação com o lixo de pessoas para além do nicho dos ativistas das causas ambientais.

100 microinfluenciadores

Também era importante que a adesão ao game fosse espontânea, garantindo credibilidade e legitimidade a seu conteúdo. A estratégia então foi convidar, de forma orgânica, um grupo de microinfluenciadores para jogar o quiz em primeira mão.

Com uma curadoria criteriosa, foram selecionadas **100 pessoas que, em seus conteúdos nas mídias sociais, mostravam interesse e afinidade com o tema do descarte de resíduos sólidos, mas não eram a ele dedicadas.** Foram contemplados diferentes nichos de atuação, como gaming, lifestyle, família, humor e moda.

À base de relacionamento já estabelecido em outras ações se somaram novos perfis, além de influenciadores regionais a quem o projeto Recicla Solar falava mais de perto no sentido geográfico.



Kit 100% sustentável

O kit convite foi enviado para a casa das pessoas, após a devida autorização, e era composto de uma carta e um planner de material 100% sustentável, marcando as datas mais importantes do calendário de meio ambiente. Os que completaram o game receberam um presente: um amassador de latas e garrafas PET para pendurar na parede.





Ao terminar o quiz, os influenciadores eram convidados a compartilhar com seus seguidores um filtro de Instagram com algumas perguntas e respostas adaptadas do game.

CRONOGRAMA

Elaboração do game & Mapeamento, seleção e abordagem com os Influenciadores Digitais

- 1- Brainstorming:** Reunião do Squad Textual (analistas de digital, conteúdo, BI e marketing de influência). O time trouxe uma “chuva de ideias”!
- 2- Planejamento Estratégico:** A equipe decidiu pelo formato de um game/ quiz com a participação orgânica de influenciadores digitais.
- 3- Desenho Tático:** Desenho do framework do game, etapas e custos.
- 4- Kickoff:** Reunião online com parceiros e fornecedores para tratar de etapas e prazos.
- 5- Influenciadores Digitais:** Mapeamento e seleção dos influenciadores e desenvolvimento dos kits.
- 6- Criação dos textos:** Desenvolvimento dos roteiros dos vídeos, do texto do site e das perguntas do game.
- 7- Captação das imagens e programação:** Ida da produtora para captar as imagens no Nordeste. Além do desenvolvimento da programação e o layout do site.
- 8- Envio de kits:** Vídeos e site prontos, foi marcado o início do envio dos kits convite para os influenciadores.
- 9- Levantamento de dados:** Uso do Analytics do site para verificar a participação dos influenciadores no game para envio do “kit Prêmio”.
- 10- Envio dos kits.**
- 11- Mapeamento e report finais:** Publicações feitas pelos influenciadores do kit Prêmio.



RESULTADOS

Do mailing de 100 nomes, 40% dos microinflus aceitaram receber o kit convite. Desse total, 50% completaram o game, o que significa um

alcance potencial de

45.090

pessoas

e a média de
22.833
views



O tempo médio de engajamento no game foi de **cinco minutos**.

Na métrica de Custo por Resultado

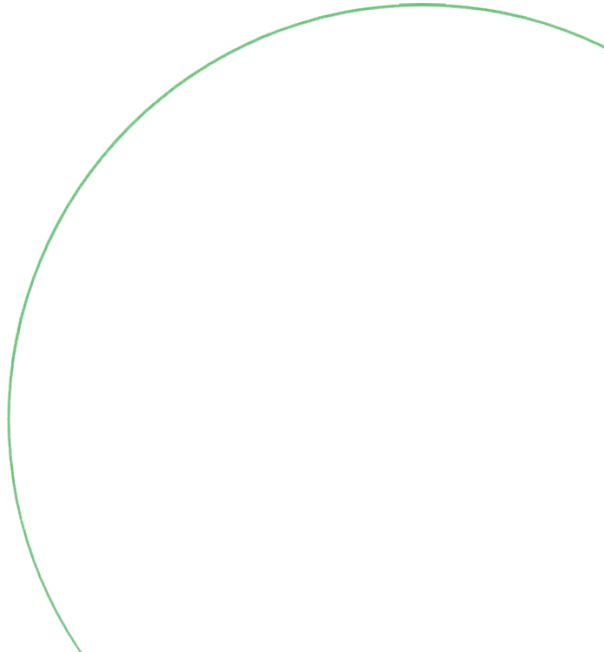
o Custo por Conta Alcançada foi de

R\$ 3,75

e o Custo Por View

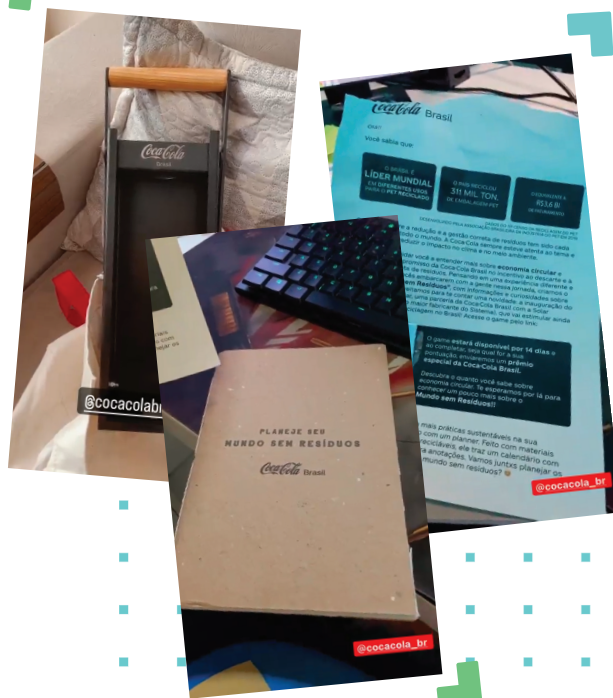
R\$ 7,40

Por se tratar de uma ação completamente orgânica, com objetivo relacional e de engajamento espontâneo numa causa, pode-se constatar que **houve uma taxa de aproveitamento superior à média usual**: enquanto a expectativa de adesão nesse tipo de abordagem costuma girar entre 5% e 10%, o percentual de **40% dos contatados** que aceitaram receber o kit, **com 50% deles engajados ativamente na ação**, mostram a assertividade dos nomes escolhidos.



Com a creator economy e profissionalização dos influenciadores, tem sido cada vez mais difícil garantir engajamento orgânico e publicações espontâneas. Porém, as boas métricas de alcance potencial (previsão de quantas pessoas foram impactadas pela publicação) e de média de visualizações das publicações apontam que, mesmo sem publipost, foi possível impactar as bases de parte dos criadores de conteúdo que receberam o kit, o que demonstra acerto no planejamento e execução diante do contexto atual do Marketing de Influência.

Além do filtro de Instagram, diferentes formatos de publicações espontâneas foram compartilhados: houve, claro, os tradicionais stories de recebidos – **mas também um Reels e duas lives em streamings de games, nos quais os influenciadores fizeram o quiz de forma interativa com seus seguidores na Twitch, com o público ajudando a responder.**



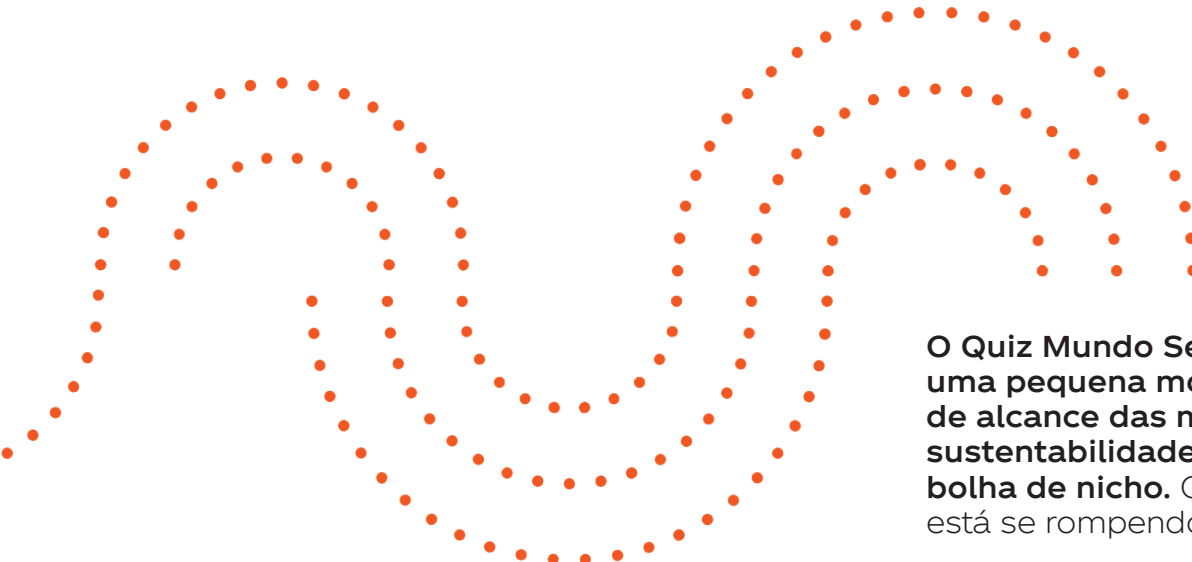
A ação reforçou a comunicação da empresa com aquele grupo de cerca de 300 stakeholders, FOs e influenciadores de sustentabilidade com quem vem conversando desde o início da jornada Mundo Sem Resíduos.

Eles receberam um combo multimídia sobre o Recicla Solar e as ações da Coca-Cola Brasil, com uma carta que, além de lembrar os passos anteriores da empresa, apresenta os próximos, entre eles, o game aberto para ser compartilhado.

Os resultados estimularam a Coca-Cola Brasil a seguir na ação.

O quiz foi aberto ao público e está disponível em

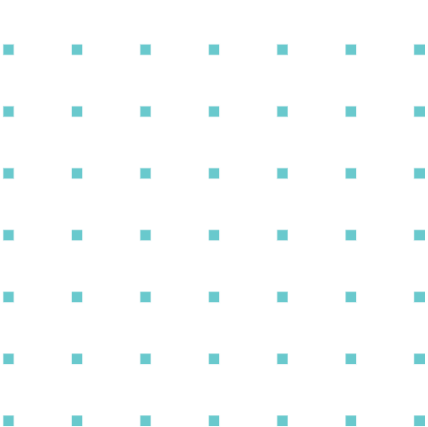
mundosemresiduos.com.br



O Quiz Mundo Sem Resíduos é uma pequena mostra do potencial de alcance das mensagens de sustentabilidade ao se furar a bolha de nicho. Que, na verdade, já está se rompendo.

No meio de tantas notícias negativas sobre as condições de vida no planeta, o papel da comunicação corporativa, ao trazer boas novas de sustentabilidade das empresas, é cada vez mais contribuir para que gerem e amplifiquem outras boas novas na sociedade.





Quem deu vida ao projeto

Time Textual

Eliane Azevedo – Gerente Executiva de Conta – Gerenciamento do projeto

Pâmela Carvalho – Head de Estratégias Digitais e Conteúdo – Líder do projeto

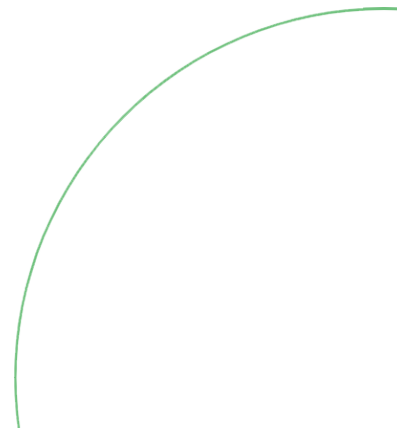
Isabella Motta – Assessora de Comunicação

Simone Grazieli – Especialista em marketing de influência – Escolha dos influenciadores

Beatriz Belangier – Analista de mkt de influência sênior – Clipping de resultados dos influenciadores

Jéssica Carvalho – Analista de monitoramento - Clipping de resultados dos influenciadores

Hugo Reis – Analista de conteúdo – Redator





Coca-Cola Brasil

QUIZ

MUNDO
SEM **RESÍDUOS**

FURANDO A BOLHA

