



A Syngenta Proteção de Cultivos como porta-voz da agricultura regenerativa e positiva no Brasil

Preparad@s? Vamos falar sobre um case do qual temos muito orgulho!

A **Syngenta Proteção de Cultivos** faz parte do **Syngenta Group**, uma das empresas líderes mundiais no segmento agrícola e que está presente em mais de 90 países.

Para começar,
que tal entender
o cenário?

O presente nunca nos impôs tantos desafios, como os trazidos pelas **mudanças climáticas**, que afetam a agricultura.

Mas por
outro lado...

A atividade agrícola também tem alto potencial para capturar gás carbônico da atmosfera, por meio de práticas sustentáveis, que beneficiam agricultores, consumidores e o meio ambiente!





E que papel a Syngenta assumiu diante dos desafios globais?

Como líder do setor agrícola, a Syngenta decidiu não apenas impulsionar uma agricultura sustentável, regenerativa e positiva, mas alcançar a posição de protagonista em relação a tais práticas.

Mas, antes, precisou preparar o terreno para fazer brotar **uma narrativa sólida e consistente, que foi lançada em julho de 2022**, após um intenso trabalho cuja jornada teve início em 2013.

Mas antes, um pouco da história!

Estratégias

2013

1ª etapa

O primeiro grande passo de nossa jornada em prol da agricultura sustentável foi o lançamento global do *The Good Growth Plan - Plano de Agricultura Sustentável*, com compromissos e metas mensuráveis até 2020 e que eram auditados anualmente.

Exemplos de metas superadas

2020

Global

+14 mi

de hectares recuperados de terras degradadas.

+8,2 mi

de hectares voltados ao fomento da biodiversidade foram implementados.

Brasil

+6,3 mi

de hectares beneficiados em terras degradadas.

+3,8 mi

de hectares de propriedades agrícolas com mais biodiversidade.

Estratégias

2020

2ª etapa

Lançamento de uma **nova fase do Plano de Agricultura Sustentável**, reforçando a missão da Syngenta de apoiar agricultores na superação dos desafios diários trazidos pelas mudanças climáticas, com investimentos em inovação e compromisso com a segurança e a saúde das pessoas, por meio de parcerias de impacto.

Aprendizados

Vimos que, apesar do avanço, até então existiam muitas iniciativas de sucesso, mas sem ampla conexão entre elas.

Com isso, perdíamos a oportunidade de alavancar ideias e de construir uma narrativa forte e coesa da Syngenta Proteção de Cultivos, que de fato pudesse reverberar um posicionamento robusto da empresa.

2021

3ª etapa

O pilar de Sustentabilidade é inserido na agenda estratégica da Syngenta Proteção de Cultivos.

Um intenso trabalho de pesquisa!

2021

4ª etapa

A Syngenta entendeu que, para construir um novo discurso, claro e coerente, para o público agro e urbano, deveria olhar para dentro de casa e levantar as práticas internas de sustentabilidade.

...e fazer mais dois movimentos

Pesquisa com Clientes

Apontou que a empresa estava no caminho certo ao adotar o pilar da saúde do solo como prioridade, uma vez que ele é visto como um verdadeiro patrimônio.

Social Listening

Confirmou que a preocupação com a preservação ambiental e com os desafios trazidos pelas mudanças climáticas cresceu, o que deixava claro que endossar o papel da Syngenta com relação a esses temas estava em linha com as expectativas da sociedade.

Abril 2021 a Junho 2021



Descoberta essencial

Vimos que a palavra regenerar não seria bem aceita, de forma isolada, pelos agricultores, pois o termo transmite a ideia de que erros cometidos deveriam ser corrigidos, quando, na verdade, muitas práticas sustentáveis já são realidade no campo.

Foi assim que a Syngenta adotou o termo **agricultura positiva**. Ele possibilita trabalhar as práticas e conceitos da agricultura regenerativa, reforçando a realidade das lavouras brasileiras.

Enquanto a narrativa estava em construção...

...seguimos alguns movimentos estratégicos e táticas de divulgação.

Comunicação externa

2021 / 2022

5ª etapa

Começa o “esquenta” antes do lançamento oficial com discurso 100% alinhado aos compromissos de sustentabilidade.

Reforço dos conceitos sobre práticas relacionadas à agricultura positiva em todas as entrevistas dos porta-vozes e em eventos do agro.

Produção de conteúdos em redes sociais proprietárias, abordando, de forma estruturada, temas ligados à agricultura positiva.

Exemplos

Janeiro

Canal: Facebook

Mensagem principal: a importância do solo saudável.

Março

Canal: Facebook e LinkedIn

Mensagem principal: a importância da conservação do solo para superar os desafios trazidos pelas mudanças climáticas.

Canal: Instagram

Mensagem principal: o solo como base de uma agricultura sustentável.

Abril

Lançamento: websérie com cinco episódios testemunhais “O normal que é sempre novo”

Canal: Youtube

Objetivo: dar voz aos clientes Syngenta e ampliar o alcance de histórias de superação com foco em uma agricultura mais sustentável, elevando o engajamento com diversos públicos, incluindo o urbano.

Mensagens principais: práticas sustentáveis são rotineiras em terras brasileiras, gerando benefícios aos agricultores, ao meio ambiente e aos consumidores finais.

Movimentos estratégicos e táticas de divulgação

Comunicação interna

2022

5ª etapa

Começa o “esquenta” antes do lançamento oficial com discurso 100% alinhado aos compromissos de sustentabilidade.

Definição de temas mensais da agenda estratégica para ativação em todos os canais internos, reforçando mensagens-chave:

- 1o.: Conteúdo no **canal exclusivo com 450 líderes**, lembrando as iniciativas de sustentabilidade da Syngenta.
- 2o.: **Vídeos sobre o tema em todos os canais internos** para os colaboradores: newsletter Cultura, que sai duas vezes por semana, rede social corporativa Yammer e TV Corporativa.
- 3o.: **Bate papo reservado entre líderes e funcionários** para tirar eventuais dúvidas sobre sustentabilidade.



2022

6ª etapa

Chega, em julho, o tão esperado momento de **lançamento do novo posicionamento**.

Primeiro, compartilhamos a nova narrativa internamente:

Canal Lídero: 450 líderes da empresa.

Na newsletter que é direcionada à liderança da empresa, o primeiro post destacou a chegada da nova narrativa em um **vídeo** que, para gerar engajamento com o novo posicionamento, **foi gravado por colaboradores que manifestaram interesse em somar suas vozes à da empresa**, ressaltando a importância da participação de todos.

Hashtags: #VisãoAmpla #NarrativaSyngentaCP #Sustentabilidade

O vídeo teve grande impacto nos canais internos, recebendo vários elogios!

Canais: newsletter Cultura e o Yammer, rede social corporativa adotada pela companhia.

Conteúdos buscaram **estimular os colaboradores para conhecerem a narrativa e, mais do que isso, se tornarem embaixadores em seus perfis**.

2022

7ª etapa

Chega, em julho, o tão esperado momento de **lançamento do novo posicionamento**.

13 de julho: **lançamento do vídeo** com a nova narrativa em redes sociais proprietárias.

Canais: Facebook, YouTube e LinkedIn

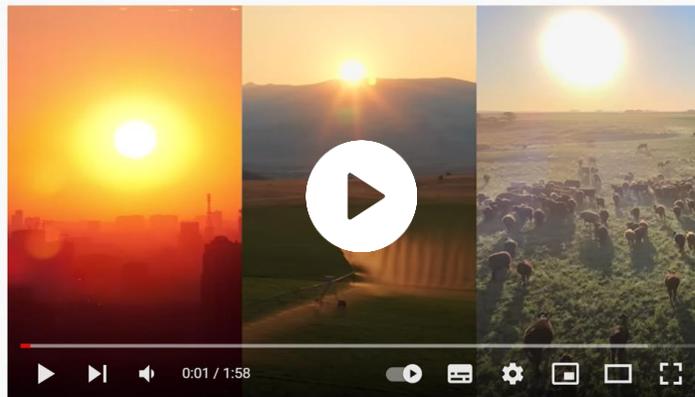
Lançamentos Julho

Canais: Facebook, YouTube e LinkedIn

Séries de animação: "Agricultura Positiva", com oito episódios. **+ 3 mil visualizações** à época do lançamento.

Web série Mitos & Verdades: esclarece questões diretamente alinhadas à nossa narrativa.

+117 mil
visualizações



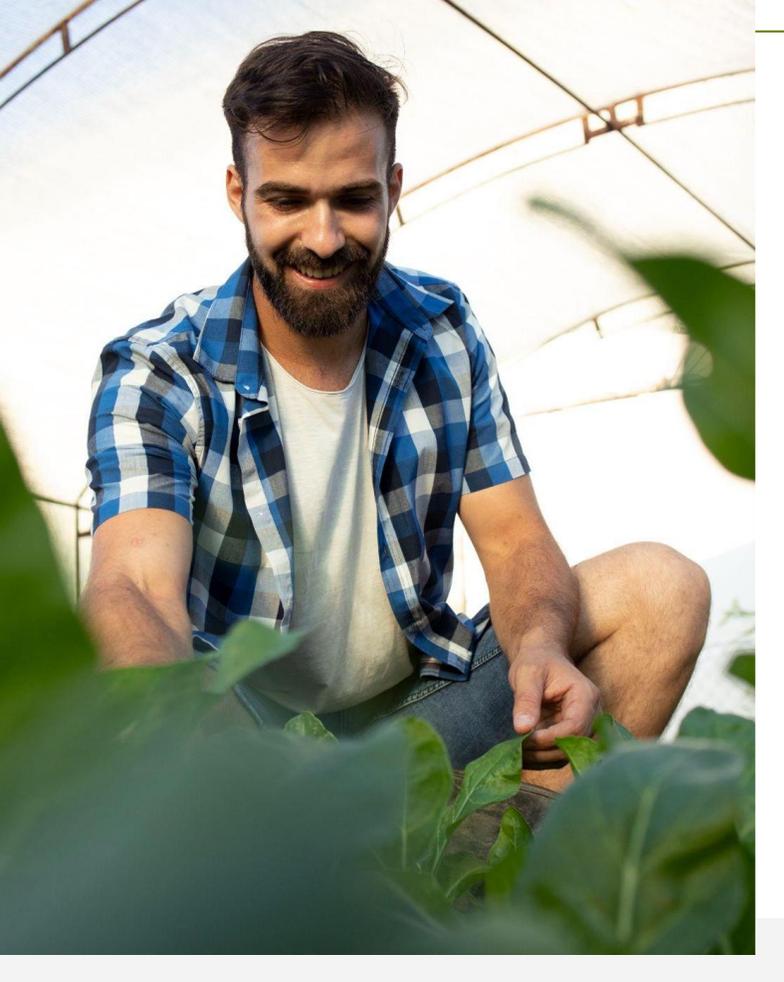
+250 mil
visualizações



+400 mil
visualizações



Dica! Clique nos vídeos para assistir



Viram como temos motivo para ter muito orgulho?

A partir da identificação de uma oportunidade de comunicação, elaboramos o novo posicionamento da **Syngenta Proteção de Cultivos**, lançado agora em 2022, que vincula a empresa às práticas de uma agricultura positiva, sustentada pelo pilar essencial de saúde do solo e indispensável aos negócios, ao meio ambiente e às pessoas. Foi um trabalho longo e intenso, que começou em 2013, preparando o terreno e avançando com base nos insights acumulados.

Desenvolvemos uma narrativa clara, unificada, coerente e referendada por uma pesquisa que sinalizou conceitos e lacunas a serem preenchidas para impactar o público agro e o urbano, respondendo a seus anseios e expectativas. O novo posicionamento vem sendo intensamente trabalhado - e com muita criatividade, tanto na comunicação interna como na externa.

Com o plano adotado, estamos colhendo excelentes resultados que fortalecem a imagem da reputação da Syngenta Proteção de Cultivos como a grande porta-voz da agricultura regenerativa e positiva no Brasil.

Compromisso Syngenta

O presente nunca nos impôs tantos desafios, como os trazidos pelas mudanças climáticas, que afetam a agricultura. E como superar os desafios e ao mesmo tempo manter a produção sustentável de alimentos em um mundo em constante crescimento?

Para a Syngenta, **a resposta começa no solo**, que é a base de tudo. É preciso ter um solo propício para receber as sementes para que elas possam se desenvolver em cultivos saudáveis e produtivos. Um solo assim é um solo bem estruturado, com uma biota ativa, capaz de sequestrar carbono. Nossas tecnologias e soluções contribuem diretamente para que os agricultores cuidem da terra. Desde herbicidas que promovem práticas como o plantio direto, até programas para a recuperação de áreas degradadas, como o Reverte e parcerias que corroborem **nossa missão de expandir a agricultura regenerativa e positiva**.

Por meio da ciência e da colaboração, nos mantemos ao lado de nossos clientes, garantindo que tenham acesso a produtos e serviços que somem produtividade, rentabilidade e cuidado com o meio ambiente, viabilizando uma agricultura verdadeiramente positiva. Seguiremos trabalhando com a academia, com governos, com outros membros da cadeia de alimentos para avançarmos cada vez mais na busca de novas alternativas, novas formas de tratar dos desafios da agricultura. Mas queremos sempre fazer isso voltando para a base de tudo, que é o solo. Sabendo que ele é o principal legado que deixaremos para as gerações futuras.

Esse é o compromisso Syngenta!