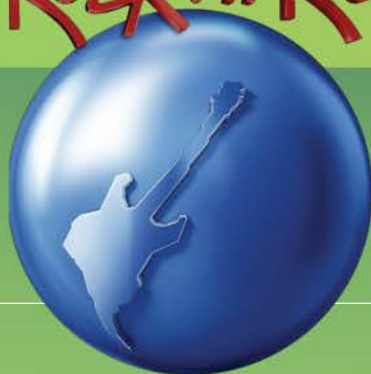


O Aço Reciclável Gerdau que moldou o Rock in Rio

Rock in Rio



fsb.

122 ANOS DE HISTÓRIA



A cultura que sustenta a Gerdau foi moldada ao longo de cinco gerações de uma família visionária, aliada com milhares de outras famílias dispostas a direcionarem seus esforços para construir um marco da indústria brasileira.

O pioneirismo estabelecido nos primeiros anos ainda está presente em todas as atividades da empresa, levando-a a uma reinvenção em busca de se tornar uma organização ainda mais centrada nas pessoas, digital e ágil, sustentável, inovadora, diversa e inclusiva, mantendo um sólido desempenho financeiro e consolidada como a maior produtora de aço no Brasil e uma das maiores do mundo.

Foi assim que a Gerdau conquistou a posição de maior empresa brasileira produtora de aço e uma das principais fornecedoras de aços longos nas Américas e de aços especiais no mundo. No Brasil, também produz aços plano e minério de ferro para consumo próprio. Além disso, possui uma divisão de novos negócios, a Gerdau Next, com o objetivo de empreender em segmentos adjacentes ao aço.

Com o propósito de empoderar pessoas que constroem o futuro, a companhia está presente em 9 países e conta com mais de 36 mil colaboradores diretos e indiretos em todas as suas operações.



SUSTENTABILIDADE COMO PILAR



lobalmente, no quesito ambiental, a Gerdau se destacou como um ponto fora da curva no setor de mineração e siderurgia. A companhia possui **uma das menores médias de emissão de gases de efeito estufa** (CO₂e), de 0,89 t de CO₂e por tonelada de aço, o que representa aproximadamente a **metade da média global do setor**, de 1,91 t de CO₂e por tonelada de aço, de acordo com dados da Associação Mundial do Aço (Worldsteel).

Para alcançar esses resultados, **a Gerdau se especializou em uma matriz de produção baseada na economia circular**, que tem a reciclagem de sucata ferrosa como a principal matéria-prima e o uso de carvão vegetal de florestas plantadas. Isso levou a companhia a se tornar a maior recicladora de sucata ferrosa na América Latina,

com 11 milhões de toneladas desse material sendo reaproveitado anualmente. Cerca de 71% do aço produzido nas usinas da Gerdau utiliza essa matéria-prima, e cada tonelada de aço feita dessa forma deixa de emitir 1,5 tonelada de gases causadores de efeito estufa. Além disso, a Gerdau reaproveita cerca de 98% da água usada em seus processos industriais e 78% de todos os resíduos gerados.

Somada às demais iniciativas, a Gerdau possui uma meta arrojada de reduzir em 10% as emissões até 2031 e ser carbono neutro até 2050. Para fortalecer uma trajetória capaz de levar empresa a alcançar esses objetivos, desde 2020, 20% dos bônus de longo prazo dos executivos da empresa são atrelados a metas ESG, alinhando os interesses de seus diretores aos da companhia.

UM DESAFIO NO CAMINHO

Mesmo com um modelo de produção ambientalmente positivo, a Gerdau enfrentava dificuldades para desassociar sua imagem da difícil reputação da mineração e siderurgia no Brasil, considerada a sexta pior entre 24 segmentos, segundo o estudo Reputation Institute de 2020, e responsável por quase 10% da pegada de carbono global, de acordo com dados da World Steel Association.

A fama de poluir e devastar o meio ambiente foi ainda mais fomentada após as tragédias ocorridas em Mariana (2015) e Brumadinho (2019), ambas cidades localizadas no estado brasileiro com maior produção de minério e aço, Minas Gerais, e que tiveram grande visibilidade mundial, impactando desde o interesse de investidores até a atração de jovens talentos.

ESTADÃO 

ESTADÃO / ECONOMIA / GOVERNANÇA



ESG é visto como o maior risco para o setor de mineração e metais no Brasil, mostra pesquisa

Estudo da EY e IBRAM destaca os dez principais desafios que o setor deve superar para manter a relevância

B B C NEWS BRASIL

Notícias Brasil Internacional Economia Saúde Ciência Tecnologia Vídeos

Área atingida por chuvas em MG tem 3 das barragens com maior risco de desabamento do país

Leandro Prazeres
Da BBC News Brasil em Brasília

12 janeiro 2022

TRANSFORMANDO O DESAFIO EM UMA GRANDE OPORTUNIDADE

Para se desvincular dessa imagem e consolidar sua reputação como empresa sustentável, moderna e inclusiva, a Gerdau vem passando por uma grande transformação, buscando fazer **parte das soluções aos desafios da sociedade e se consolidar como uma love brand da indústria brasileira.**

A estratégia desenvolvida em busca de humanizar o setor de aço e descomoditizar a imagem da companhia no setor foi se **aliar a um conteúdo de entretenimento, um festival de música, para gerar uma conexão** – como uma metáfora em que se pudesse utilizar o aço para contar histórias.

A imagem negativa do setor, traz desafios não só reputacionais e de mercado, mas de atração de novos talentos que queiram atuar num setor também considerado “tradicional”, muito hierárquico e pouco inovador.

Para mudar a imagem da empresa, era preciso buscar algo disruptivo e inovador. Pois não se muda uma imagem empresarial fazendo as mesmas estratégias, mesmo que bem-feitas.



O AÇO É POP

E CHEGA AO MAIOR FESTIVAL DE MÚSICA E ENTRETENIMENTO DO MUNDO

O aço é um produto fundamental na vida humana e está em quase tudo que nos cerca, mesmo assim não é percebido no cotidiano e, quando é, muitas vezes não tem uma boa imagem!

Assim, a Gerdau buscou associar a marca com um evento que representava valores que a companhia gostaria que fossem conectados a ela e com atributos que uma indústria sozinha não é capaz de gerar:

- **Marca jovem e popular**
- **Preocupada com um futuro melhor e mais sustentável**
- **Com grande repercussão midiática e digital**
- **Que gerasse uma collab para transmitir atributos de uma marca para outra.**

“

O Rock in Rio é um festival que busca se diferenciar não só pela agenda da música, mas também com o propósito de gerar um impacto positivo no mundo. Foi quando entendemos que o aço da Gerdau poderia ser o grande protagonista do evento.

”

PEDRO TORRES
diretor de Comunicação
e Relações Institucionais na Gerdau

Assim, a Gerdau se tornou patrocinadora do Rock in Rio Brasil 2022 e o “Aço Oficial do do festival”, o maior festival de música e entretenimento do mundo, que recebe mais de 700 mil pessoas presencialmente e conversa com mais de 140 milhões de espectadores durante o período, tornando-se uma grande caixa de ressonância.

A Gerdau escolheu o Rock in Rio porque a marca está cada vez mais comprometida em ajudar na construção de um mundo melhor, não só através da música e do entretenimento, mas também de causas sociais e ambientais.

O festival está entre as 10 marcas mais admiradas pelos jovens brasileiros, segundo pesquisa do jornal O Globo, um dos maiores veículos de comunicação do País, e é o evento mais emblemático do Rio de Janeiro, à frente até mesmo do Carnaval, um símbolo nacional.



Objetivos

- Desvincular a Gerdau da fama e imagem negativa do setor siderúrgico no Brasil e fortalecer a reputação positiva;
- Reforçar as mensagens de uma empresa centenária, mas inovadora, sustentável, inclusiva e em constante evolução;
- Atrair jovens talentos para a Gerdau, que desejam trabalhar numa empresa moderna, diversa e flexível;
- Tornar o aço um elemento admirável;
- Falar sobre o aço de baixo carbono produzido pela empresa e a economia circular do aço
- Atrair as comunidades nos estados e regiões onde a Gerdau tem unidades;
- Criar experiências diferenciadas no festival para contar a história do aço;
- Aumentar a relevância digital da marca Gerdau.



UM PALCO DE AÇO RECICLÁVEL

Mas para enfrentar um desafio de imagem tão complexo, não bastava patrocinar um grande evento com características positivas. Era preciso construir uma narrativa e buscar soluções inovadoras para levar o aço ao papel de um dos protagonistas do Rock in Rio.

Assim nasce a ideia de fazer o primeiro Palco Mundo da história do festival todo de aço. Construído com aço 100% reciclável, o símbolo mais icônico do festival e que recebe os principais artistas brasileiros e globais, como Coldplay, Justin Bieber, Guns N' Roses e outros, se tornava também símbolo da economia

circular e que tinha no seu DNA a participação de mais 1 milhão de profissionais, como catadores e cooperativas que coletam sucata ferrosa no Brasil. O Palco Mundo é o local mais visto do festival e o mais televisionado e fotografado. Ao levar o aço para a cenografia do Palco Mundo, estávamos **levando o aço ao papel de protagonista** do festival. Assim, a Gerdau também podia utilizar esse grande símbolo para **humanizar o aço, contando histórias que estão por trás da construção do Palco** e, ao mesmo tempo, conferir **propósito social e ambiental** a um espaço que antes só tinha propósito artístico.

A JORNADA

MOLDANDO O PALCO

A Gerdau não era uma das principais patrocinadoras financeiras do evento, mas conseguiu criar uma estratégia que tornou seu principal produto, o aço, parte integrante da experiência de marca durante o festival. Foi assim que o Palco Mundo do Rock in Rio 2022 foi concebido, tornando-se o maior da história do festival, que teve início em 1985.

Com 200 toneladas de aço Gerdau 100% reciclável, equivalentes à fabricação de 200 carros, foi possível construir um monumento de 30 metros de altura, do tamanho de um prédio de 10 andares, e 104 metros de largura, similar a duas piscinas olímpicas, que recebeu 28 apresentações durante o evento, em setembro de 2022.

Ao construir o maior palco do festival, utilizando aço 100% reciclável, a Gerdau conseguiu descomoditizar sua imagem do setor, criando uma forma lúdica de apresentar os conceitos de reciclagem e versatilidade do aço, que é produzido em várias regiões do país.

Além disso, a empresa conseguiu humanizar sua jornada ao compartilhar a história de catadores e sucateiros envolvidos no processo de reciclagem. Esse processo de economia circular envolve mais de um milhão de pessoas e demonstra como o aço pode ser eternamente reaproveitado, transformando-se em casas, edifícios, carros ou até mesmo eletrodomésticos.

PARA UM GRANDE PALCO, UM GRANDE LANÇAMENTO

A criatividade foi uma marca constante em todo o plano de comunicação da Gerdau, como demonstrado pela forma inovadora que a empresa encontrou uma solução para enfrentar um de seus imensos desafios: ganhar protagonismo e destacar a marca em um evento que contava com 11 patrocinadores e outros 24 apoiadores, todos de segmentos do varejo e com altos investimentos em marketing.

Para anunciar a parceria, era necessário criar algo poderoso e exclusivo, que se destacasse desde o início e que ocorresse muito antes dos lançamentos das demais marcas. A estratégia adotada foi realizar uma coletiva de imprensa marcante e icônica, fundamentada em uma experiência sensorial realizada em um hotel com três importantes símbolos do Rio de Janeiro, cidade que sedia o festival: o Corcovado, o Cristo Redentor e a Baía de Guanabara.

Por isso, a Gerdau escolheu fazer uma coletiva no início de maio, quando as conversas das marcas patrocinadoras sobre o festival ainda estavam frias. Assim,



no dia 06 de maio, no hotel Prodigy, com vista para a baía de Copacabana, a companhia e o Rock in Rio se uniram para contar aos jornalistas e influenciadores sobre um marco na história do festival e da Gerdau: o Novo Palco Mundo.

A cenografia da coletiva, portanto, tinha que desempenhar um papel fundamental nesse evento, pois precisava dar a dimensão do Palco que seria construído. Uma estrutura de LED foi montada para reproduzir não só o novo Palco Mundo, mas todos os elementos que faziam parte dele, como a sucata e as pessoas que atuam na cadeia da reciclagem.

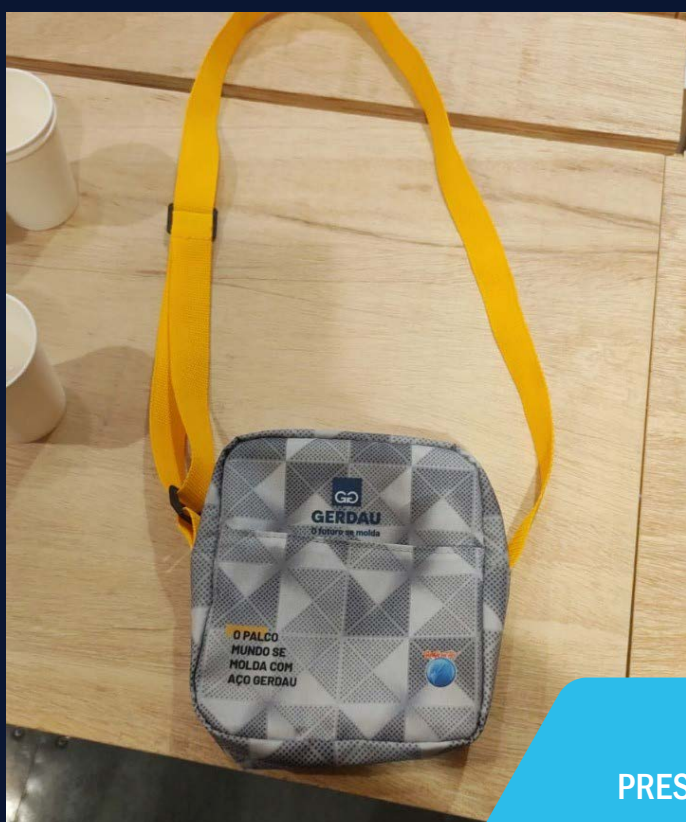
Como nos grandes shows internacionais, quando foi anunciado como seria construído o novo Palco Mundo, as placas de LED do palco da coletiva se transformaram em placas de aço, iguais as da cenografia do Palco Mundo, e uma réplica foi projetada. As imagens de sucata reciclada pela Gerdau e das florestas plantadas pela empresa também foram projetadas durante a coletiva, destacando os diferenciais de produção da empresa.



CREDENCIAMENTO



JORNALISTAS E INFLUENCIADORES REGISTRAM A COLETIVA



PRESS-KIT



PARA UMA GRANDE HISTÓRIA

UMA GRANDE EMBAIXADORA

Os desafios de como contar a história do Palco Mundo e como torná-la ainda mais abrangente e humanizada, fizeram com que a Gerdau buscasse, para esse projeto de comunicação, uma **parceria estratégica**. Era preciso ter **uma embaixadora à altura do Palco Mundo** para levar a mensagem da reciclagem e do Palco para o Brasil inteiro, de forma humanizada, POP, leve e com a credibilidade que apenas grandes influenciadores possuem.

Foi assim, que nasceu a parceria entre a Gerdau e a cantora Ivete Sangalo, uma das maiores artistas do Brasil, que também representa a brasilidade e é a cantora que mais vezes se apresentou na história do Palco Mundo do Rock in Rio e já estava anunciada como atração do festival que receberia o aço Gerdau. Por isso, ninguém melhor que a Ivete para ajudar a apresentar as novidades do novo Palco Mundo, local que ela mesma

se apresentaria meses depois.

A parceria com Ivete já começou na própria coletiva de imprensa, quando a cantora foi apresentada como **embaixadora de sustentabilidade** da marca no Rock in Rio Brasil e cantou no final para jornalistas, influenciadores e convidados. E passou por diversos momentos marcantes: de encontros com catadoras até receber bandas que a Gerdau levou de comunidades onde está presente para seu estande no Rock in Rio.



Ivete faz show no final da coletiva

TRAJETÓRIA PARA O FESTIVAL

UM PLANO DE COMUNICAÇÃO 360º

Após esse primeiro momento, a estratégia de comunicação da Gerdau precisava se manter ativa até o festival, que seria realizado cerca de quatro meses após a coletiva. Para isso, foi montado um plano de sustentação com extensa divulgação em redes sociais, na imprensa, em campanhas publicitárias em TV, WEB, Rádio e jornais, com o objetivo de ampliar ainda mais o diferencial da marca e transformar essa história incrível em destaque na imprensa nacional, desde o ponto de partida até o último dia do festival.

IMPRENSA – Além de uma mega coletiva, uma das formas de manter o assunto vivo na imprensa foi ir noticiando as fases de construção do Novo Palco Mundo. Também foram exploradas diversas pautas sobre o cenário da reciclagem no Brasil, mostrando histórias de personagens que transformam lixo em resíduos.



Foi assim que chegamos até as catadoras Lilian Vidal e Sarita, que também se tornaram protagonistas das histórias sobre o novo Palco Mundo.

Um dos grandes resultados foi uma matéria no Jornal da Globo, da TV Globo, um dos principais telejornais da TV aberta no Brasil, que consolidou todas as mensagens-chave que a Gerdau queria reforçar.

A matéria, pautada na sustentabilidade, mostrou a jornada do aço até o Palco Mundo e deu visibilidade à história de uma catadora, Lilian Vidal, que se tornou uma personagem incrível e essencial para humanizar a narrativa da companhia.

CONFIRA A MATÉRIA

PRESS TRIP ESPECIAL PARA JORNALISTAS DE DE MINAS GERAIS – Minas Gerais representa 70% da produção da Gerdau no Brasil e é, ao mesmo tempo, palco dos desastres ambientais do setor de mineração. A Gerdau fez uma press trip, tanto para a coletiva de imprensa, quanto para o festival, com mais de 50 jornalistas, de veículos de Belo Horizonte, como, O Estado de Minas, O Tempo, Rádio Itatiaia, Diário do Comércio, TV Bandeirantes e do interior, entre eles, Portal Tabloide, Rádio Real FM, Fato Real, entre outros, com o objetivo de também mudar a imagem do setor em Minas.



O Aço Reciclável Gerdau que moldou o Rock in Rio |

PUBLICIDADE – A Gerdau montou um vasto plano de publicidade para contar a história do aço reciclável no Palco Mundo do Rock in Rio. Na primeira etapa do plano, foi lançada uma campanha no mesmo dia da coletiva de imprensa, aumentando a potência da mensagem na sociedade. Ela ganhou as páginas dos maiores jornais do Brasil, como *Estadão* e *Valor Econômico*, de grandes portais, de rádios, que veicularam um spot sobre o tema até ao OHH.



Anúncio no Valor Econômico

A Gerdau também desenvolveu um filme publicitário que foi pensado para traduzir a narrativa da reciclagem de aço, chegando até ao Palco Mundo. Esse filme foi lançado na coletiva de imprensa e foi veiculado em campanhas em TV aberta e fechada no Brasil. Já na segunda etapa da campanha, que ocorreu durante o festival, também foram veiculadas peças em TV, rádio, jornal e [internet](#).

A companhia fez uma campanha em mídias Out of Home em shoppings, rodovias e uma grande intervenção no Rio de Janeiro, a principal porta de entrada da capital carioca para os fãs do festival. A Gerdau construiu uma réplica do Palco Mundo, no saguão de embarque e desembarque do aeroporto, dando a oportunidade que as pessoas tirassem fotos no local mais icônico do festival. O desembarque dos aeroportos Santos Dumont e Congonhas também tiveram outras grandes intervenções publicitárias.



Área de coleta de bagagens no aeroporto Santos Dumont



Palco montado no aeroporto Santos Dumont



Mídia OOH no aeroporto Santos Dumont



PARCERIA INÉDITA COM A TV GLOBO – Ainda dentro do esforço publicitário, a Gerdau fez uma parceria inédita com a TV Globo, emissora detentora dos direitos de transmissão do festival e o canal de maior audiência do Brasil.

A Gerdau fechou um pacote de conteúdo com a TV Globo, para que Marcos Mion, apresentador oficial da Globo no festival, fosse até o Palco Mundo e contasse a história de sustentabilidade e reciclagem por trás do Palco.

Mion é um dos maiores comunicadores do Brasil e tem também grande penetração com o público jovem. Os conteúdos gravados por ele foram veiculados nas próprias transmissões dos shows do festival na emissora, levando o conteúdo para milhares de pessoas.



ESTRATÉGIA NAS REDES SOCIAIS – dominar as conversas digitais era outro foco extremamente importante desse projeto. Por isso, um amplo plano de engajamento e conteúdo digital foi montado.

INFLUENCIADORES – Um grupo de influenciadores digitais foi convidado a produzir conteúdos sobre a participação da Gerdau no festival com temáticas específicas:

1 – Ivete Sangalo – Uma das maiores estrelas pop do país e a grande embaixadora de sustentabilidade da Gerdau no Rock in Rio.

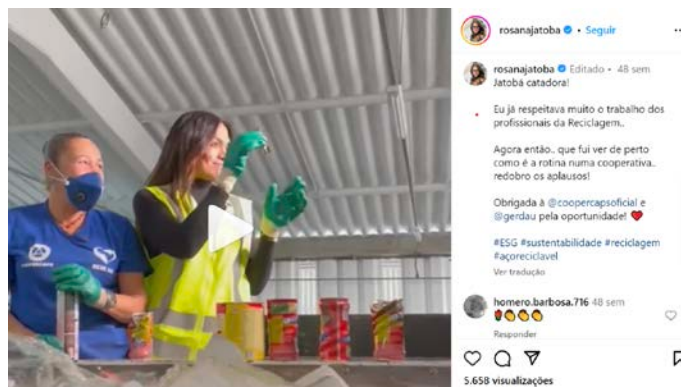
 **35,8 M SEGUIDORES**

 **2,82 M SEGUIDORES**



2 – Rosana Jatobá – Jornalista, que já foi da TV Globo, apresentadora do CBN Sustentabilidade e, hoje, é uma influenciadora da temática ESG. Rosana produziu vídeos visitando cooperativas de sucata e esteve no Rock in Rio mostrando o Palco Mundo.

 **391K SEGUIDORES**



O Aço Reciclável Gerdau que moldou o Rock in Rio |

3 – Maria Gal – Atriz e apresentadora. Primeira atriz negra a apresentar um programa de TV sobre questões raciais no Brasil. Visitou o Palco Mundo a convite da Gerdau.

 **732K** SEGUIDORES



4 – Liliane Rocha – Empreendedora e conselheira, é um dos maiores nomes na temática de diversidade e inclusão no Brasil. Foi eleita uma das 50 mulheres de impacto na América Latina, em 2022, pela Bloomberg Línea e, por quatro vezes, foi uma das 101 lideranças globais mais proeminentes de diversidade e inclusão pelo World HRD Congres.

 **25.1K** SEGUIDORES



5 – Marcos Mion – Apresentador da TV Globo, fez cobertura da Gerdau no Rock in Rio, por meio de uma parceria com a emissora.

 **20M** SEGUIDORES



6 – Rogério Flaúsin – Cantor da banda Jota Quest. Tocou no Palco Mundo na edição do Rock in Rio, é mineiro, tendo sido uma das vozes críticas da mineração no estado.

 **578K** SEGUIDORES



ATLETAS DOS TIMES DE VÔLEI PATROCINADOS PELA GERDAU

ROSAMARIA MONTIBELLER

 **1,2M** SEGUIDORES

SHEILA CASTRO

 **846K** SEGUIDORES

CAROL GATTAZ

 **657K** SEGUIDORES

LEANDRO VISSOTTO

 **102K** SEGUIDORES

MAIQUE NASCIMENTO

 **101K** SEGUIDORES

HENRIQUE HONORATO

 **80K** SEGUIDORES



No quesito conteúdo, o time de comunicação foi constantemente associando a Gerdaul à construção do Palco Mundo e ao fato de ser o Aço Oficial do Rock in Rio Brasil 2022 nas redes sociais. Um mês após a coletiva, por exemplo, foi divulgado o conteúdo “Gerdaul no Palco Mundo – Relembre o lançamento da parceria com o Rock in Rio Brasil 2022”.

Diversos vídeos, posts e collabs foram desenvolvidos mantendo o assunto em forte evidência.

PARA UMA NOVA ESTRATÉGIA DIGITAL, NOVOS CANAIS DIGITAIS

Era preciso ir além, pois ao entrar num grande festival POP e se associar a grandes artistas, demandava também um esforço de revisão de canais.

TikTok



A Gerdau lançou seu canal no TikTok, se tornando a primeira indústria brasileira, entre todos os setores da economia e a primeira do setor global do aço a ter um canal dedicado à rede social que mais cresce no mundo.

Em apenas três meses, a companhia já tinha mais de 40 mil seguidores na “rede vizinha”, como é popularmente chamada pelos jovens.

Spotify



Além disso, a Gerdau lançou, no Dia Mundial do Rock, no aplicativo Spotify, uma playlist especial para o Rock in Rio com sete seleções de músicas de artistas que estavam previstos para se apresentar no Palco Mundo feito de aço Gerdau.

A estratégia marcou a chegada da empresa também ao canal de música mais popular do mundo.



Foram 345 bandas inscritas, com 3 bandas vencedoras: a Arquelano de Maracanaú (CE), a Radioativa do Rio de Janeiro (RJ) e o Tria Arás de Divinópolis (MG), que tiveram a oportunidade de se apresentar em um palco emblemático, dentro do estande da Gerdau no Rock in Rio, na capital fluminense, com um pocket show de 10 minutos. Elas ainda receberam consultoria artística do Estúdio Bravo e foram premiadas com o troféu simbólico “Disco de Aço”. Na premiação, a cantora Ivete Sangalo foi presencialmente fazer a entrega, acompanhada do CEO da Gerdau, Gustavo Werneck.

O concurso mobilizou as cidades, foi capa dos principais sites e jornais locais e teve até repercussão no poder público local, que homenageou os vencedores, com menções até nos canais oficiais da prefeitura. Confira o [vídeo](#).




CONCURSO MUSICAL GERDAU ME LEVA PRO RIO

Vamos levar bandas das cidades onde produzimos aço para tocar em um local especial no Rio de Janeiro - e bandas de colaboradores podem participar!

Por meio do concurso musical "Gerdau, me leva pro Rio", queremos **incentivar a produção cultural e apoiar bandas independentes das regiões onde temos nossas operações em sete estados brasileiros.**

E tem mais: a cantora **Ivete Sangalo**, uma das artistas que melhor representa a música brasileira, é embaixadora do concurso, que conta também com a parceria do produtor musical Rodolfo Simor.

Clique aqui, saiba todos os detalhes e mostre o seu som para todo o país com a Gerdau

Inscrições até 18 de agosto.

GERDAU
O futuro se molda

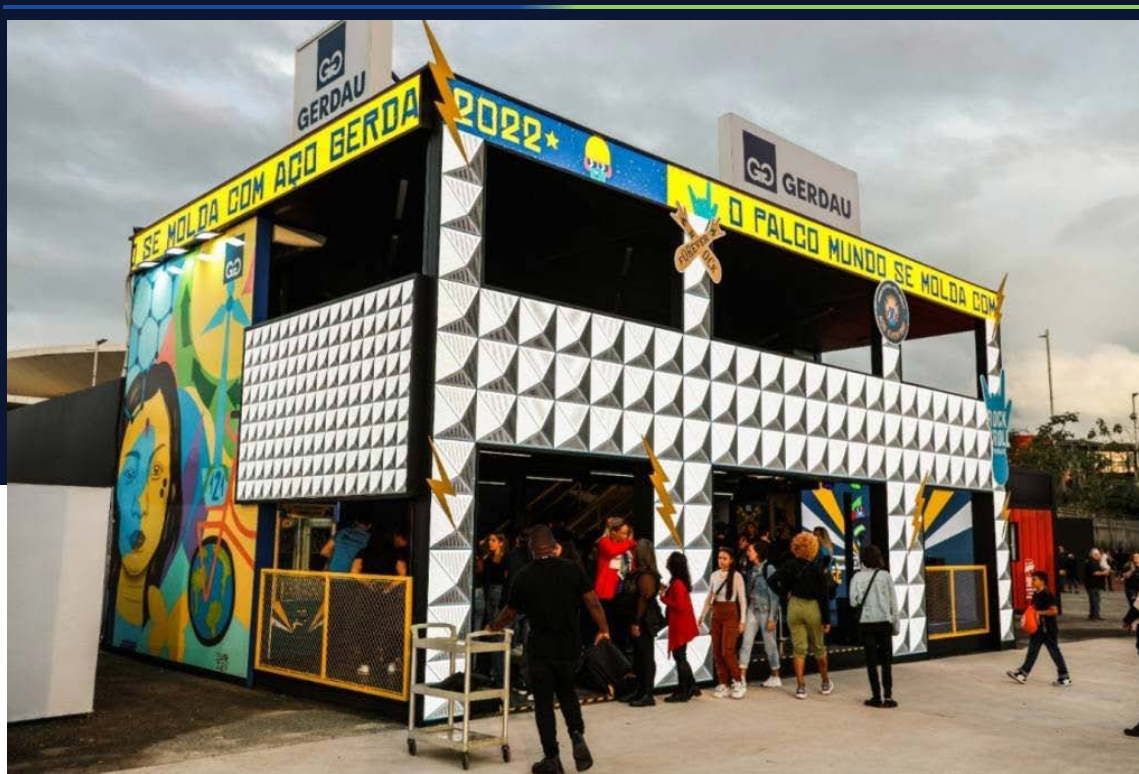
Nos siga nas redes: 

UM ESPAÇO SENSORIAL E DE EXPERIÊNCIAS

O Rock in Rio é muito mais que um festival de música. Ele é na verdade um verdadeiro festival de experiência ou como os frequentadores chamam, a Disney da Música. São 6 palcos, várias atrações radicais, como tirolesa e montanha russa, variedade gastronômica, dentre outras iniciativas. Nesse contexto, as marcas patrocinadoras também desenvolvem em seus espaços verdadeiras experiências sensoriais e emocionais de suas marcas e narrativas. Na Cidade do Rock,

circulam mais de 700 mil pessoas, o que gera uma oportunidade única.

A Gerdau levou para o seu estande de mais de 100 m² na Cidade do Rock, com vista para os Palcos Sunset e Mundo, um catálogo de ativações e experiências incríveis para o grande público, buscando de forma lúdica e divertida, passar a os conceitos da reciclagem da sucata e a construção do novo Palco Mundo do festival.



AS PRINCIPAIS ATRAÇÕES DO ESTANDE ERAM:

Reciclômetro: transformamos as tradicionais máquinas de pegar ursos numa máquina de pegar sucata. A brincadeira tinha o objetivo de mostrar o processo da reciclagem, já que as garras que pegam esses ursos têm desenho similar às grandes garras que pegam as sucatas nos pátios da Gerdau. Trocamos os ursos por objetos obsoletos de aço como fogões, carros e bicicletas. Quem conseguia pegar os objetos e “reciclar”, ganhava, em troca, um chaveiro de aço com a réplica do palco, como se o objeto reciclado tivesse se transformado em Palco Mundo.



Réplica em Aço do Palco Mundo: uma cópia do Palco Mundo, de mais de 2 metros de largura, feita em aço Gerdau, o mesmo material do Palco original, foi montada no estande, se transformando numa grande área de photo opportunity e com visão instagramável.

Palco Mundo Virtual: criamos, dentro do estande, um Palco para que as pessoas pudessem simular a formação de uma banda de rock. Quando os grupos subiam no palco, que tinha instrumentos reais, como guitarras e bateria, a trilha oficial do Rock in Rio tocava e as pessoas simulavam uma performance musical. Após um cadastro, os participantes recebiam um videoclipe editado da experiência por e-mail. Na edição, a performance era projetada como se estivesse ocorrendo no Palco Mundo oficial do festival. A edição também vinha com informações da reciclagem do Palco Mundo. Esse registro poderia ser compartilhado nas redes sociais, ampliando a mensagem sobre o aço reciclado para além do Rock in Rio.

Confira 2 vídeos [apresentação do lounge](#) e [ativação no estande](#)



AMBAS AS ATRAÇÕES GERARAM AMPLAS FILAS E REPERCUSSÃO NA IMPRENSA





Rockstar por 15 minutos

Se você não pensa em voar pela tirolesa, nem descer em uma queda-livre, calma, existem atrações em solo firme. Que tal se tornar um rockstar por 15 minutos?

No stand da Gerdau, você tem um palco montado para dublar a música tema do Rock in Rio. A gravação do momento vai direto para o e-mail do frequentador e simula a experiência de tocar no Palco Mundo.

No mesmo stand, ainda é possível brincar em uma máquina de pegar pelúcia, mas, no festival, a missão é pegar pedaços de aço reciclado. Quem conseguir realizar a missão, ganha um brinde: uma miniatura do Rock in Rio em aço reciclado.



Na área VIP, que recebeu mais de 5 mil convidados, entre artistas e formadores de opinião, a Gerdau também fez as ativações do reciclômetro e da réplica em Aço do Palco Mundo, mas levamos uma diferente. Fizemos uma cenografia de Palco Mundo com microfone para as pessoas tirarem fotos. Os participantes ganharam réplicas em aço do Palco Mundo em formato de pingente.

EXPERIÊNCIA PARA CLIENTES E PARCEIROS

Não bastava mudar a imagem da Gerdau com a sociedade. Era vital envolver a própria cadeia produtiva do aço. Por isso, a companhia montou um robusto programa de experiência para que os compradores e os fornecedores também tivessem a percepção de mudança. Além do mais, como empresa industrial B2B, o relacionamento com clientes é um dos diferenciais da estratégia comercial.

Cerca de **800 convidados** frequentaram os 7 dias do festival. Para recebê-los, foi organizado um programa completo de experiências, logística e relacionamento.

A Gerdau montou um **Meeting Point** no Hotel Windsor Marapendi, na Barra da Tijuca, no Rio de Janeiro. Decorado de forma temática e receptivo com comida e bebida, o local era o grande ponto de encontro da empresa com seus convidados, onde os principais executivos da Gerdau estavam lá para recebê-los.





Do MEETING POINT partia uma logística especial, oferecida pela Gerdau, até o Rock in Rio.

No festival, os clientes tinham acesso à área VIP do festival para curtirem a experiência do local mais privilegiado possível. A companhia oferecia ainda um transporte de volta do festival para o hotel.



Além disso, a Gerdau levou catadores de sucata para estarem presentes no festival, permitindo que eles vissem o processo de construção do palco.

“Esse era o propósito da nossa parceria com o Rock in Rio, abraçar e aproximar todo o nosso processo de operação. Conseguimos integrar o festival em uma plataforma de relacionamento com nossa base de clientes e também com os sucateiros”

PEDRO TORRES,
DIRETOR DE COMUNICAÇÃO E RELAÇÕES
INSTITUCIONAIS NA GERDAU

Todos os convidados ganharam de brinde um porta-retrato, de aço, que imitava a réplica do Palco Mundo, para que pudessem levar uma lembrança para casa.

Confira um [resumo](#) do primeiro dia.

COMUNICAÇÃO INTERNA

Também foi realizado um intenso trabalho com os colaboradores da Gerdau, envolvendo-os nos processos e transformando-os em multiplicadores das mensagens centrais.



Nos enche de orgulho contar que o Palco Mundo tem aço Gerdau e que somos o aço oficial do Rock in Rio Brasil 2022!

ASSISTA AO VÍDEO ESPECIAL!



Se você também deseja **esp**
novidade incrível por aí, que tal acessar
os nossos materiais de comunicação e
contar para todo mundo que **estamos**
presentes no maior festival de música
e entretenimento do planeta?

CLIQUE E ACESSE AGORA MESMO:

[BANNER DE REDES SOCIAIS](#) [POST PARA REDES SOCIAIS](#) [VÍDEO ESPECIAL](#)
[CARD PARA WHATSAPP](#) [BACKGROUND PARA MS TEAMS](#) [WALLPAPER](#)

Em suas publicações nas redes sociais,
lembre-se de usar a hashtag
#SouGerdauNoPalcoMundo.

Além do conteúdo compartilhado nos canais internos, a companhia envelopou parte de sua sede, em São Paulo, e das unidades produtivas.



Elevadores da sede em São Paulo

Além disso, foram realizadas promoções de sorteios de ingressos para incentivar colaboradoras e colaboradores a interagirem com os conteúdos da empresa no Rock in Rio em suas redes sociais, marcando a @Gerdau com a hashtag **#SouGerdauNoPalcoMundo**.


GERDAU
O futuro se move



VOCÊS ARRASARAM NA PARTICIPAÇÃO! E NÓS DOBRAMOS A PREMIAÇÃO!

O concurso na última sexta-feira, 06 de maio, durante nossa **live especial** foi um verdadeiro **SUCESSO!** Tivemos a participação de mais de **430 colaboradores e colaboradoras** que publicaram em suas redes sociais marcando **@Gerdau** e com a hashtag **#SouGerdauNoPalcoMundo**.

Para celebrar e agradecer por tamanho engajamento e participação de todos neste momento de tanto orgulho, **nós dobramos a premiação!** Confira abaixo os **2 colaboradores sorteados** que receberão um par de ingressos cada para curtir o **Rock in Rio** no dia 11 de setembro e assistir ao vivo o show da cantora **Ivete Sangalo no Palco Mundo**.

Ramon Carlos Moraes de Oliveira | Cosigua
Erika Bomfim dos Santos | São José dos Campos

Fique de olho na **Comunicação Interna**, pois **novos sorteios e atividades** estão por vir!

Participe!




GERDAU
O futuro se move

Nos siga nas redes:



Venda com desconto: a Gerdau disponibilizou uma plataforma digital onde os colaboradores podiam comprar ingressos com 15% de desconto.


GERDAU
O futuro se move



VENDAS PRORROGADAS

de ingressos de pista do Rock in Rio Brasil 2022 para colaboradores Gerdau.

Você tem até sexta-feira, **15 de julho**, para adquirir ingressos com **15% de desconto**.

Tem interesse? Lembre como funciona, vem ver!

Programe-se, pois os ingressos são limitados!

As vendas foram prorrogadas até **15.07** na plataforma **www.ingresso.com**. Cada colaborador pode comprar até **2 ingressos por dia** do festival. Somente **colaboradores** da Gerdau terão acesso ao benefício da compra.

Para efetuar sua compra, use a **senha** que será composta pelos **5 últimos números do seu Número Pessoal (NP)** + os **5 últimos números do seu CPF**. (Ex: um colaborador com Número Pessoal: 37000000 e CPF: XXX.XXX.123-45, terá a senha **0000012345**).

Para **efetuar a compra** é necessário já ter um **login ativo** na plataforma **www.ingresso.com**.

Em caso de **dúvidas**, entre em contato com a plataforma **www.ingresso.com**. A Gerdau **não tem qualquer associação** com as transações comerciais e a mecânica de venda.



Transmissão da live de coletiva em unidade

RESULTADOS INCRÍVEIS

PARA UMA INDÚSTRIA B2B

A imagem do Palco Mundo com aço Gerdau 100% reciclável projetou a história do aço não só no Brasil, mas globalmente, e foi a principal estrela de um amplo programa de comunicação criado pela Gerdau, que levou a empresa a se tornar uma das mais admiradas no Brasil, conforme prêmios e pesquisas recentes. A estratégia adotada com extrema criatividade e com o objetivo de utilizar o festival como plataforma de ressonância para fortalecer a narrativa potente de uma empresa sustentável, inovadora, moderna e inclusiva, além de posicionar seus atributos de forma muito simbólica, foi essencial para acelerar o caminho da Gerdau rumo a se tornar uma love brand da indústria da América Latina.

Uma prova é que a Gerdau conseguiu alcançar seu objetivo de atrair novos talentos. A companhia teve 40.000 candidatos inscritos no programa de recrutamento.

IMPRENSA

Os números mostram o sucesso da divulgação! A Gerdau atingiu sua melhor repercussão na imprensa de toda sua história!

VEÍCULOS

- O Globo
- Valor Forbes
- Folha de S. Paulo
- Reuters
- O Dia
- TV Globo
- TV Bandeirantes
- SBT, Multishow
- Rádio Mix
- O Estado de Minas
- entre outros.

625 **MATÉRIAS
PUBLICADAS**
sendo 100%
delas positivas

R\$ 41,2
MILHÕES em
MÍDIA ORGÂNICA

1,2
BILHÃO
em **VISUALIZAÇÕES**

Noites de muito 'metal' no Rock in Rio

Palco Mundo, que vai receber estrelas como Ivete Sangalo e Justin Bieber, será feito com 200 toneladas de material reciclado recolhidas em todo o país; um milhão de pessoas vão participar do processo

MARCELLA FERREIRA

marcella.ferreira@oglobo.com.br

Neste Rock in Rio, todo dia vai ser dia de metal. E não tem nada a ver com rock paulista, não. É aço mesmo. É que, pela primeira vez na história do festival, o Palco Mundo será construído de aço reciclado, que vem do sucata. Não nada menos do que 200 toneladas de material usado na construção de 10 metros de altura e 104 metros de largura, por onde vão passar os principais nomes de espetáculo, como Justin Bieber, Guns N' Roses e Ivete Sangalo, entre os dias 2 e 4 de setembro e 8 e 11 de mesmo mês.

Tal plano quanto o festival, esse palco — o maior de todos na edição do festival — será construído com a colaboração de um milhão de pessoas, comunicadores de lá fora que venha na sua busca por notícias, ou seja, em evidências no processo em si, que ficará a cargo da Gerdau, maior recicladora do aço do

Brasil. A Gerdau, a maior recicladora do mundo, vai transformar sucata em aço reciclado, que será usado na construção do palco.

Considerada uma das maiores das pessoas, a sucata formada é o material mais reciclável do mundo. Pode ser reaproveitada integralmente por cinco vezes, o que ajuda a reduzir o consumo de energia e a emissão de gases de efeito estufa. Das 135 mil toneladas mensais de resíduos domésticos coletados na cidade do Rio, apenas 9% das 35% podem ser reciclados. O restante é encaminhado para aterro.

— Quem não recicla está aumentando a pegada e gerando um impacto ambiental gigante — diz Bruno Balaz, segunda geração da empresa de sucata Metalpress, fundada em 1989. — Quando processo de uma siderúrgica é 4,1 base de sucata, o consumo de energia é 65% menor do que quando é feito com minério de ferro. Além de



No habitat do meio ambiente
O projeto do Palco Mundo (acima) é um dos mais avançados em termos de sustentabilidade. A Gerdau, a maior recicladora do mundo, vai transformar sucata em aço reciclado, que será usado na construção do palco.

seco, a sucata virá de 50 fabricantes de todo o país. Mas metade de tudo que será usado no palco vem mesmo do Rio, de lugares como o bairro de Santa Cruz, onde Eduardo Campos, de 20 anos, começou a trabalhar há menos de um mês. Lá, ele recolhe e separa o material. O jovem não tinha ideia de que estava contribuindo com o meio ambiente.

— Aprendi que o que sai daqui pode virar várias coisas, mas nunca imaginei que pudesse se transformar num palco — conta o jovem, que gosta de ouvir pagode, trap e hip-hop, mas nunca imaginou ter um trabalho sequer no festival.

Há 20 anos, Barreira, de 33 anos, criou a cidade repleta de lojas e restaurantes e que não serve mais para algumas pessoas. Quando soube que a sucata que recolhe vai virar o palco, onde estará Ivete Sangalo, ele logo se animou.

— Gosto de fazer coisas, e só me chamar que vou virar ainda levou um cambaio de sucata.

Saiba como o palco gigantesco do Rock in Rio será totalmente reciclado

LUÍZ JOVINE FERREIRA

Saiba como o palco gigantesco do Rock in Rio será totalmente reciclado

E poderá ser transformado e ir parar na sua casa. Imagine fogão, geladeira, talheres tocados por: Ivete Sangalo, Iron Maiden, Sepultura, Alok, Justin Bieber, Demi Lovato, Guns N' Roses, Coldplay, Djavan e Dua Lipa!

bet365

Obtenha até R\$200 em Créditos de Aposta

Registrar-se

Rock in Rio: Palco Mundo será 100% reciclável; entenda

Em parceria com Gerdau, Palco Mundo será construído com cerca de 200 toneladas de aço

DEIXANDO OS

RELACIONAMENTO COM A IMPRENSA

221 JORNALISTAS E INFLUENCIADORES NA COLETIVA DE IMPRENSA DO LANÇAMENTO DO PROJETO

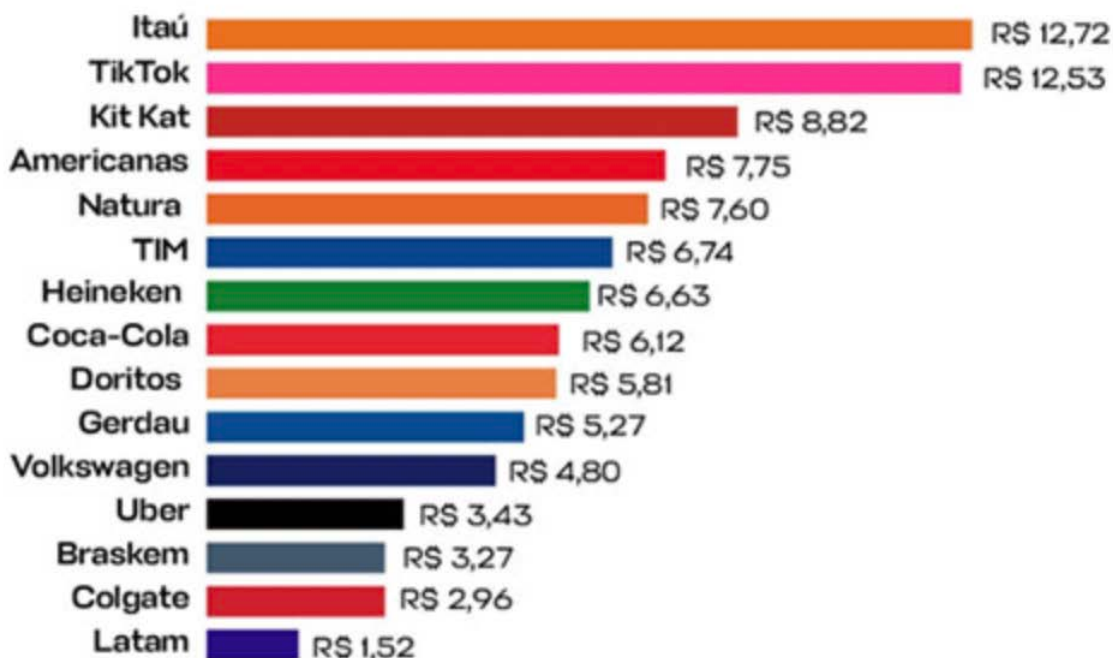
20 JORNALISTAS NO ESTANDE DA GERDAU RECEPCIONADOS E/OU CONVIDADOS DURANTE O FESTIVAL

A Gerdau foi a única indústria no Top 10 das empresas com maior destaque na imprensa no período e teve **2 porta-vozes mais ouvidos pela imprensa** durante o festival, de acordo com o IQEM-V, da agência CDN.

ROCK IN RIO 2022

Retorno Earned Media para as marcas

Dados | Valores em milhões de reais



Fonte: IQEM - CDN

Valores referentes ao retorno em mídia espontânea para marcas, mensurado pelo IQEM CDN. Período de apuração: 1 a 12 de setembro. Universo: Veículos nacionais de imprensa, impressos e online.

≡ PROMOVIMOS

PORTA-VOZES:

Quando falamos sobre os porta-vozes mais ouvidos do evento temos **Adriana Knackfuss** (Coca-Cola), **Gustavo Werneck** (Gerdau), **Eduardo Picarelli** (Heineken), **Alex Carreteiro** (Pepsico), **Celso Fortes** (Açougue Vegano), **Pedro Torres** (Gerdau), **Morena Leite** (Capim Santo), **Leonardo Capdeville** (TIM), **Renato Huramura** (Itaú) e **Eduardo Tracanella** (Itaú).

A matéria no Jornal da Globo foi uma grande vitória porque levou para a TV aberta exatamente as mensagens-chave que a Gerdau queria reforçar. Ela repercutiu o papel dos catadores e sucateiros na sociedade e estimulou um sentimento de grande orgulho para eles, devido ao reforço de que seu papel é essencial para todos.

“ESTAS MÃOS AJUDARAM A DESTINAR AS 200 TONELADAS DE AÇO 100% RECICLÁVEL QUE VÃO COMPOR A CENOGRAFIA NÃO DE UM PALCO QUALQUER, MAS SIMPLEMENTE DO MAIOR PALCO QUE O ROCK IN RIO JÁ TEVE.”

Trecho da matéria do Jornal da Globo com a catadora **LILIAN VIDAL**



Lilian Vidal no Jornal da Globo

RESULTADOS

REDES SOCIAIS

Nas redes sociais a estratégia também foi um sucesso. A Gerdau apresentou ótimos resultados com o apoio de grandes parceiros, como a embaixadora da empresa no festival, Ivete Sangalo, e outros nomes da música brasileira, como o cantor Rogério Flausino

+20 MILHÕES
DE IMPRESSÕES NOS CONTEÚDOS

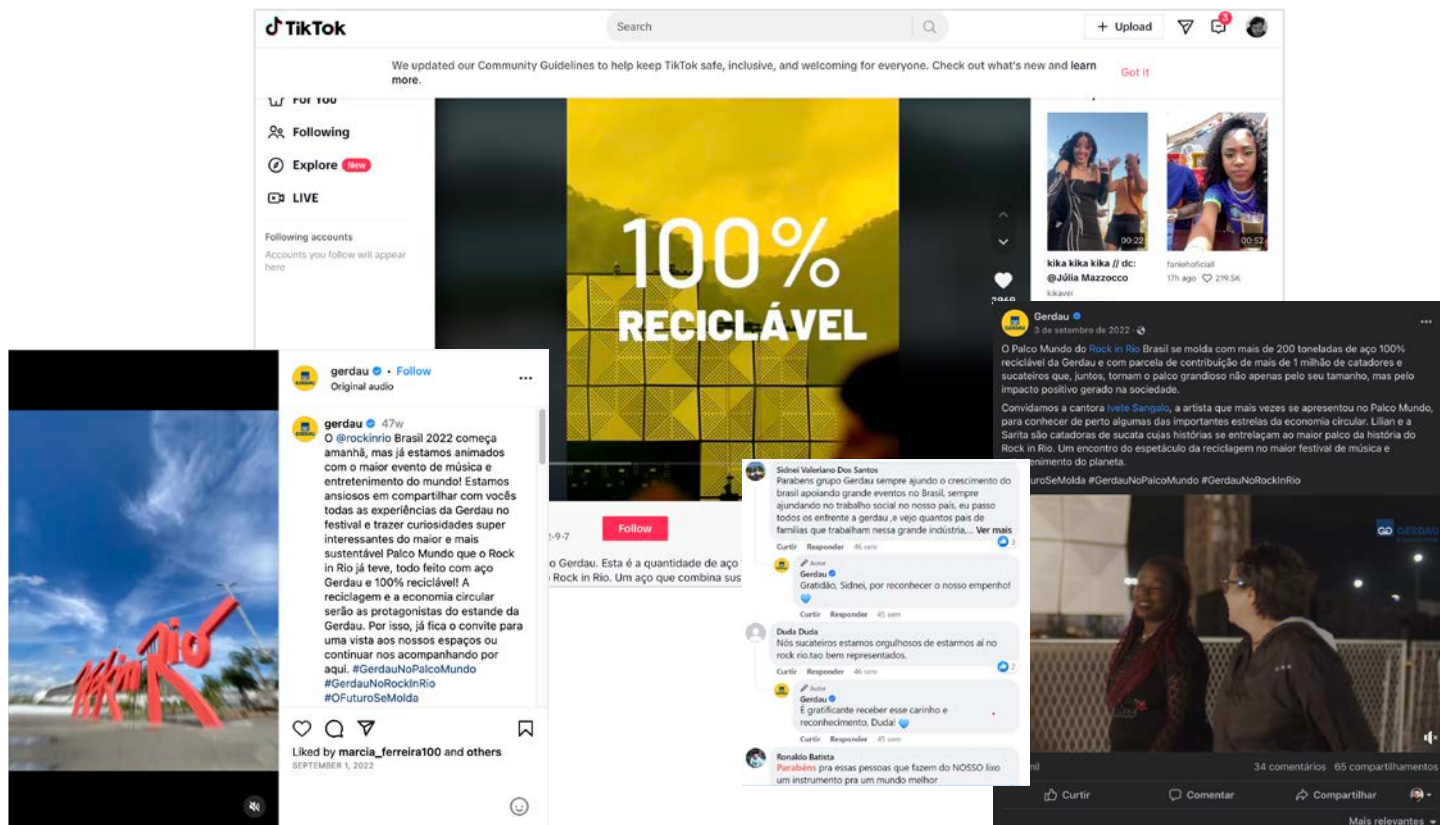
(Jota Quest), além de celebridades importantes, como o apresentador Marcos Mion, influenciadores de temas de ESG, como Rosana Jatobá, e de diversidade, como Maria Gaia e Viviane Rocha, bem como atletas.

+96 MIL INTERAÇÕES
NOS CONTEÚDOS GERDAU

+8.500 MENÇÕES
NAS REDES SOCIAIS, SENDO
93,57% POSITIVAS

62 MIL
NOVOS SEGUIDORES NAS REDES

DESTAQUE AO TIKTOK
(REDE SOCIAL OFICIAL DA GERDAU NO ROCK IN RIO),
QUE DOBROU A QUANTIDADE DE SEGUIDORES



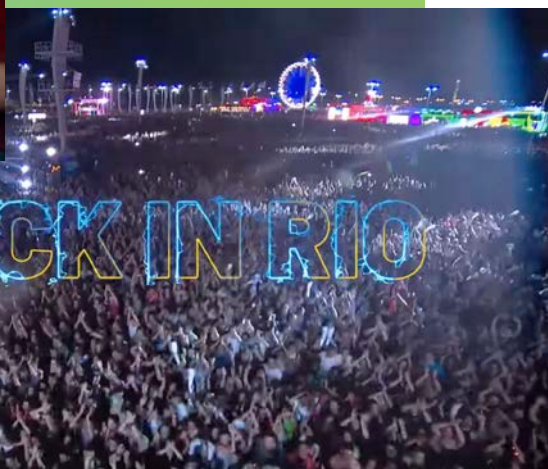
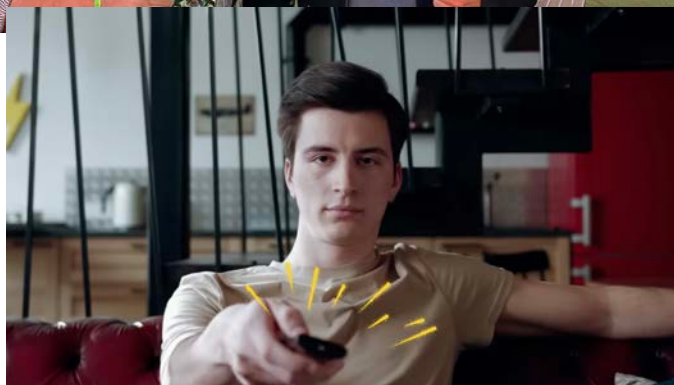
RESULTADOS PUBLICIDADE

4,1 MILHÕES

potencialmente impactadas com comunicação visual
nos principais aeroportos do País.

+183,9 MILHÕES

de pessoas potencialmente impactadas com os
anúncios e o filme publicitário



RESULTADOS

“GERDAU, ME LEVA PRO RIO”

345 Bandas independentes participantes

3 Bandas vencedoras

+4400

Pessoas assistiram a transmissão nas redes sociais das apresentações das bandas direto do Gerdau Lounge durante o Rock in Rio

Ativação da imprensa regional com cobertura sobre os ganhadores e a apresentação.



Banda Radioativa com Ivete Sangalo



Arquelano com Ivete Sangalo



Grupo Triá Arás com Ivete Sangalo



PÁGINA INICIAL MARACANAÛ POLÍTICA TECNOLOGIA ESPORTES ENTRETENIMENTO CONTATO CRIAÇÃO DE SITES Q

Maracanauense Arquelano fará show no Rock in Rio

Grupo cearense foi um três dos selecionados do concurso "Gerdau, me leva pro Rio!": Show ocorre em 11 de setembro

Portal O Tempo Entretenimento Artigo

AUTORAL

Banda de Divinópolis vence concurso e vai se apresentar no Rock in Rio

Quinteto mineiro Triá Arás foi uma das três bandas selecionadas em uma competição musical promovida pela Gerdau

Por O Tempo Magazine Publicado em 25 de agosto de 2022 | 17h27 - Atualizado em 25 de agosto de 2022 | 18h49



RESULTADOS

ESTANDE GERDAU NO FESTIVAL

25 MIL visitantes em
7 dias de festival

18.500 pessoas interagiram
em 7 dias de festival

+5.500 se divertiram na
ativação de show

Ações da Gerdau no estande
viraram pauta na imprensa

Gerdau tem experiências imersivas
e de reciclagem no Rock in Rio

Compartilhe: [f](#) [in](#) [t](#) [v](#)



Por: Redação



RESULTADOS COMUNICAÇÃO INTERNA

26 pessoas premiadas para curtir o festival
(entre colaboradores e acompanhantes)

+400 ingressos
vendidos



PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS

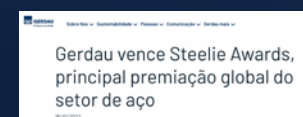
Cannes

A parceria da Gerdau com o Rock in Rio, foi escolhida, pelo próprio Rock in Rio, como o principal case, dentre todos os patrocinadores, e foi levado para apresentação no Festival de Criatividade de Cannes, na França, o mais importante do mundo em comunicação.



Steelie Awards

A Gerdau foi a vencedora na categoria de comunicação do Steelie Awards, promovido pela World Steel Association, a principal entidade global da indústria do aço, pelo seu crescimento exponencial em engajamento digital, se tornando a indústria do aço com a maior base de seguidores no mundo! Grande parte desse crescimento se deu pelo projeto do Rock in Rio.



Brand Finance

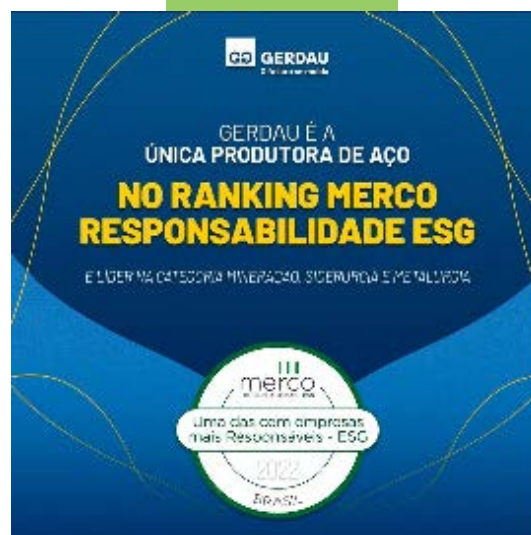
A Gerdau é a única empresa do setor que está entre as 50 marcas mais valiosas do Brasil, dentre todos os setores, de acordo com o relatório Brasil 100 2023, produzido pela Brand Finance, consultoria britânica de grande renome global.



Ranking Merco

A Gerdau foi a única produtora de aço entre as 100 organizações do Ranking Merco de Responsabilidade ESG, onde também liderou a categoria "Mineração, Siderurgia e Metalurgia". A Merco é uma consultoria espanhola que mede reputação empresarial na Espanha e nas Américas.

Esses resultados demonstram como, por meio do programa de comunicação criado, a Gerdau moldou uma imagem muito positiva, conseguindo se posicionar como produtora de aço de baixo carbono, tendo a reciclagem como matéria-prima e, ao mesmo tempo, modernizando sua imagem em relação à tradicional percepção do setor de aço. A empresa ampliou a conexão da marca com a sociedade, fortalecendo o diálogo transparente e contínuo com seus stakeholders.

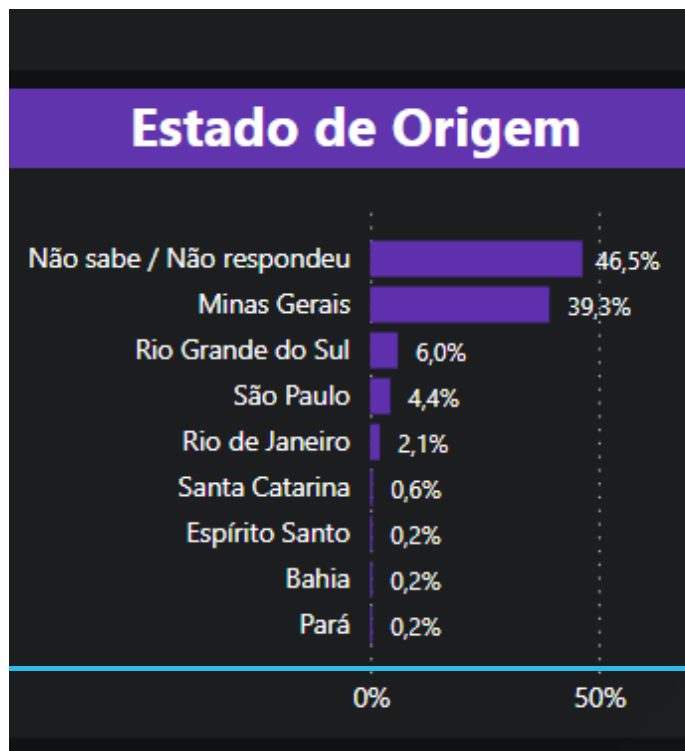


RESULTADOS

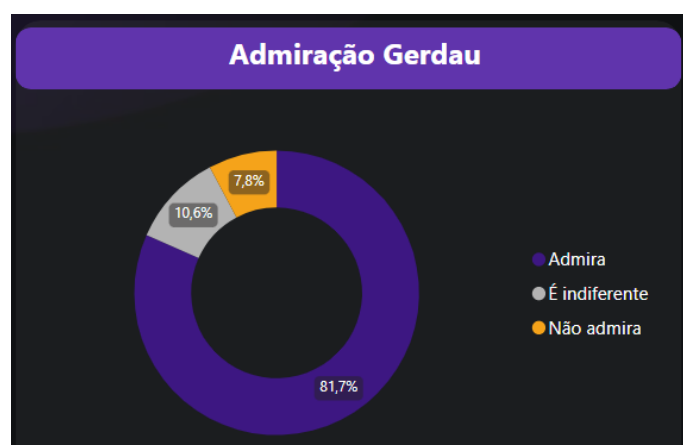
PESQUISA DE IMAGEM DA GERDAU

A Gerdau contratou a consultoria Jumppi para uma pesquisa de imagem nas cidades onde opera em Minas Gerais. Realizada entre os dias 31 de março e 10 de abril de 2023, com 1.207 pessoas como amostra, e margem de erro 2,8%, os resultados mostram que a Gerdau se tornou a marca de aço mais admirada em Minas Gerais. Esse é o estado onde aconteceram os acidentes com barragens, que tiveram um profundo impacto na imagem negativa do setor no Brasil.

Mesmo a Gerdau tendo sua origem no Rio Grande do Sul, há 122 anos, os mineiros reconhecem, hoje, a empresa como sendo mineira (bem à frente do RS).

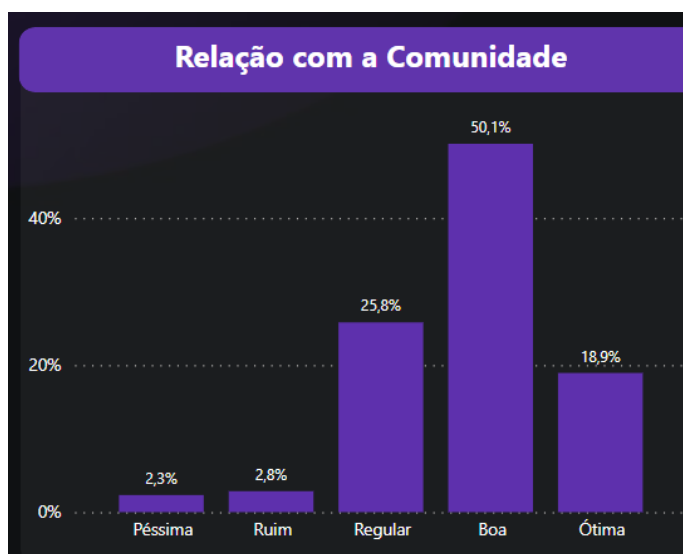


Segundo o levantamento, a Gerdau é a empresa admirada por quase 82% dos entrevistados.



Projetos Sociais

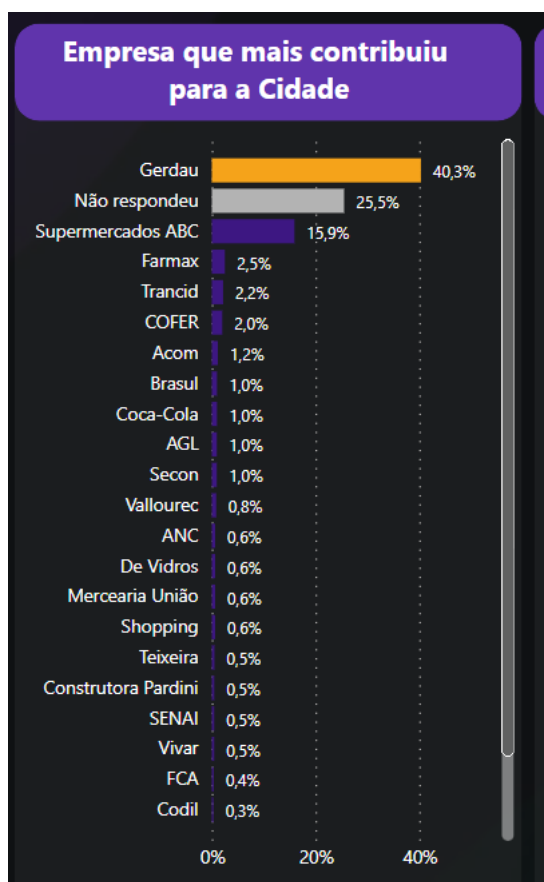
De 0 a 10, a pesquisa apontou nota 7,6 para a atuação da Gerdau em projetos sociais.



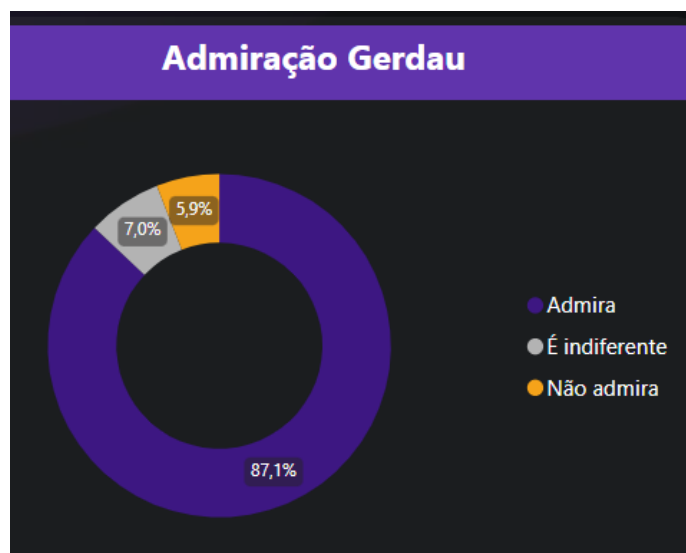
7 em cada 10 consideram a relação ótima e boa. Apenas 5,1% acham ruim e péssima.

Recorte Divinópolis

A cidade mineira, que teve uma das bandas vencedoras do projeto “Gerdau, me leva pro Rio”, mostra resultados ainda melhores sobre a imagem da empresa.



De 0 a 10, a pesquisa apontou nota 8,7 para a contribuição da Gerdau para o desenvolvimento da cidade. Maior que a média estadual.



De 0 a 10, a pesquisa apontou nota 8 para a atuação da Gerdau em projetos sociais.

