

No esporte,
juntos vamos
mais longe.

35ANOS
Fundação ArcelorMittal
Transformando vidas,
contando histórias.

No esporte,
juntos vamos
mais longe.



Fundação ArcelorMittal 35 anos:

Amplificando a voz e a
percepção de valor da instituição

Sumário

Contexto	03
Estratégia	06
Ações	19
Cronograma de ações	39
Investimento	41
Resultados	43
Conclusão	52



Contexto

Sobre a ArcelorMittal

Maior produtora de aço do Brasil e líder no mercado global. O Grupo ArcelorMittal tem cerca de 158.000 empregados, sendo 17.000 no Brasil, e atende a clientes em 155 países, com o propósito de criar aços inteligentes para as pessoas e o planeta.

A empresa tem unidades industriais em sete estados (CE, ES, MG, MS, RJ, SC e SP), além de unidades de distribuição e serviços em todo o país, sendo a única do setor no Brasil a contar com a certificação *ResponsibleSteel*.

As plantas brasileiras têm capacidade de produção anual de 7 milhões de toneladas de minério de ferro e de 15,5 milhões de toneladas de aço bruto, com aplicação nas indústrias automobilística, de eletrodomésticos, construção civil e naval, entre outras. A empresa atua, ainda, em áreas diversificadas como geração de energia para consumo próprio, produção de biorredutor renovável (carvão vegetal a partir de florestas renováveis de eucalipto) e tecnologia da informação.



Contexto

Sobre a Fundação ArcelorMittal

Há 35 anos, a Fundação ArcelorMittal é responsável por direcionar os investimentos sociais e conectar o Grupo ArcelorMittal a causas relevantes para a cidadania das crianças e jovens brasileiros em três eixos prioritários: Educação, Cultura e Esporte.

Nos últimos 5 anos, a Fundação ArcelorMittal realizou um investimento de

R\$ 300 milhões

entre recursos próprios e incentivados. As iniciativas apoiadas pela Fundação alcançaram cerca de

450 mil pessoas,

anualmente, em

245 cidades
do país.

Contexto

Sobre os 35 anos da Fundação ArcelorMittal

Em 2023, a Fundação ArcelorMittal completou 35 anos de atuação.

Para celebrar a data e comemorar junto com todos aqueles que contribuem para o trabalho e os que tiveram suas vidas transformadas por meio das iniciativas, a Fundação desenvolveu um **Plano Integrado de Comunicação e Relacionamento**.

A **estratégia multipúblicos**, voltada para os principais stakeholders, teve como objetivos **trazer visibilidade** para o trabalho de mais de três décadas da Instituição, **fortalecer as alianças** internas e externas e **ampliar o conhecimento** sobre o investimento social do Grupo ArcelorMittal.



Estratégia

Fio condutor narrativo

A Fundação ArcelorMittal é formada por pessoas que trabalham para transformar vidas de outras pessoas, por meio da criação de oportunidades.

Sendo assim, as ações de 35 anos foram pensadas a partir de uma camada de humanização e tangibilização do trabalho da Fundação por meio de

35 histórias de pessoas que participaram das iniciativas da Instituição.

Mensagem-chave
que apresenta a
essência do que
a Fundação faz

A Fundação
ArcelorMittal cria
oportunidades na
educação, na **cultura**
e no **esporte** para
promover a cidadania
de crianças,
adolescentes
e jovens do Brasil.



35 anos, 35 histórias

O objetivo foi mostrar de maneira humanizada os resultados das ações promovidas pela instituição ao longo de sua história. Alguns critérios de seleção incluíram a representatividade dos territórios de atuação do Grupo ArcelorMittal, buscando promover a identificação com os públicos regionais e a abrangência dos eixos de atuação da Fundação.

Foram selecionadas 35 pessoas que participaram dos projetos da Fundação para compartilharem suas histórias.

Para compor as peças de divulgação, foram realizadas entrevistas, fotos e vídeos dos personagens em seus respectivos projetos.

Os personagens das 35 histórias:

16

do eixo
esporte

11

do eixo
cultura

4

do eixo
educação

5

do eixo de
desenvolvimento
comunitário



Sônia Pacciello
Instituto Universo Acreditar, beneficiária do Programa Cidadãos do Amanhã, em Barra Mansa/RJ.



Leonardo Lembke
Atleta do Projeto JF Vôlei em Juiz de Fora/MG.



Wesley Ferreira
Participante e professor do Projeto Acordes em Feira de Santana/BA.



Pauliana Alves
Participante da comunidade de Educadores e do Prêmio Liga STEAM em Sabará/MG.

Reforço de peso

Com o objetivo de aumentar o reconhecimento da Fundação ArcelorMittal junto à sociedade, o atleta paralímpico e apresentador, **Fernando Fernandes**, foi convidado para, junto com os personagens dos projetos, ser o rosto da campanha de 35 anos.

A campanha foi planejada em duas frentes:



FASE 1:

Participação de Fernando Fernandes, rosto conhecido e com história que se conecta à Fundação, para atrair a atenção das pessoas.


FASE 2:

Histórias de personagens locais que tiveram sua vida transformada a partir da participação em iniciativas da Fundação, para gerar reconhecimento e aproximação.



Público-alvo
das frentes de
comunicação


Equipe da
Fundação
e áreas
correlatas ao
investimento
social nas
unidades



Empregados
das empresas
do Grupo
ArcelorMittal



Participantes
das iniciativas
promovidas
pela
Fundação



Lideranças
internas
(Aliados)

Poder
público

Proponentes
dos projetos
patrocinados



Parceiros

Comunidades
(locais em
que o Grupo
ArcelorMittal
tem operação)

Sociedade

Plano Integrado de Comunicação

O projeto foi estruturado em três frentes:

Visibilidade

Campanhas para os canais internos e externos (Digital, imprensa e publicidade nos territórios de atuação do Grupo ArcelorMittal), com foco em ampliar o visibilidade do trabalho e das ações realizadas pela Fundação.

Relacionamento

Calendário de encontros e ações de Comunicação Dirigida para aliados e parceiros, com objetivo de conectar a Fundação com públicos estratégicos.

Experiência

Ações de ativação, engajamento e eventos para públicos internos, comunidades de atuação do Grupo e sociedade em geral, visando a consolidação do conhecimento das atuação da Fundação ArcelorMittal.

Estruturação do Plano de Comunicação

	Visibilidade	Relacionamento	Experiência
Público Interno	Campanha interna, com régua de comunicação estruturada e ações interativas nos canais	Ações especiais direcionadas para Equipe, Diretoria, Conselho Curador e Comitê de Cultura e Esporte Encontro com coordenadores e gestores das unidades	Ação especial de aniversário (Ativação com positivação de marca, sobremesa e apresentação de projeto local)
Público Externo	Campanha Digital Publicidade regional (territórios de atuação) Imprensa	Encontro com parceiros de projetos patrocinados Visitas ao poder público (Federal, Estadual, Municipal) Ações de comunicação dirigida para parceiros	Ativação em eventos patrocinados Realização do Festival 35 anos Evento comemorativo, que englobou os três eixos de atuação da Fundação

Sobre a frente VISIBILIDADE

Campanha ancorada no capital humano: apresentação da Fundação pelo Fernando Fernandes e o resultado do trabalho comprovado por meio de histórias de vidas impactadas pela Fundação.

Mapeamento e apuração da história de 35 personagens.

Visibilidade

Campanha Online

Hotsite com os personagens de 35 anos

Investimento na campanha digital concentrado nos meses de outubro e novembro

Divulgação Offline

Publicidade regional, trazendo o protagonismo dos personagens de cada uma das cidades em que a ArcelorMittal tem operação.

Anúncios em jornais, mídia OOH e spots de rádio em mais de 20 municípios e ainda um painel no Aeroporto de Confins (BH/MG)

Ativação da imprensa, com estratégia em camadas de conteúdo.

Sobre a frente RELACIONAMENTO

Calendário de ativações de aliados e parceiros para valorizar e fortalecer o relacionamento, além de conectar os stakeholders à Fundação.

Relacionamento

Encontro com parceiros de projetos patrocinados

Evento em Belo Horizonte, com participação dos produtores e proponentes de projetos patrocinados pela Fundação ArcelorMittal.

Comunicação Dirigida

Envio de brinde simbólico para públicos estratégicos, como parceiros, integrantes do poder público, clientes do Grupo ArcelorMittal e integrantes de outras instituições de Investimento Social Privado.

Calendário de encontros com poder público

Encontros de relacionamento realizados com integrantes dos ministérios da Cultura, do Esporte e da Educação, em Brasília. Além das visitas aos representantes do poder público estadual e municipal, nas cidades da atuação do grupo.

Sobre a frente EXPERIÊNCIA

Calendário de ativações de aliados e parceiros para conectar stakeholders às mensagens-chave da Fundação.

Experiência	
Ativação	Festival 35 anos
O tema dos 35 anos e as mensagens da campanha foram levadas para diversos eventos em diferentes localidades ao longo do ano, para garantir o envolvimento do público com as ações.	Programação com base nos três eixos de atuação da Fundação, integrando ações de reconhecimento nacional, com iniciativas e participantes dos territórios de atuação do Grupo.

Estratégia

Uma estratégia que se conectou à sociedade, mas também aos públicos internos.

Engajamento da equipe da Fundação

Entrega de kit comemorativo para fortalecer o senso de pertencimento e de valor da Instituição.

Encontro com Aliados Internos

Evento de camada institucional para reforçar os pilares da atuação da Fundação e os caminhos para o futuro.

Entrega de placas à equipe e a parceiros, em homenagem ao trabalho realizado.

Campanha e ação interna

Destinada aos empregados das empresas do Grupo ArcelorMittal.

Marco de aniversário

Ativação celebrativa nas unidades.

ABRIR CAMINHOS CAMINHAR JUNTOS

35 anos da
Fundação
ArcelorMittal

Riquelme Gustavo

Aluno da
Orquestra
Jovens Gerais

Criamos oportunidades na **educação**, na **cultura** e no **esporte** para promover a cidadania de crianças, adolescentes e jovens do Brasil.

É assim que há 35 anos seguimos em movimento: sempre em frente e juntos.


ArcelorMittal
Fundação ArcelorMittal

35
ANOS

caminharjuntos.com

Conheça nossas histórias.



Ações



Ações

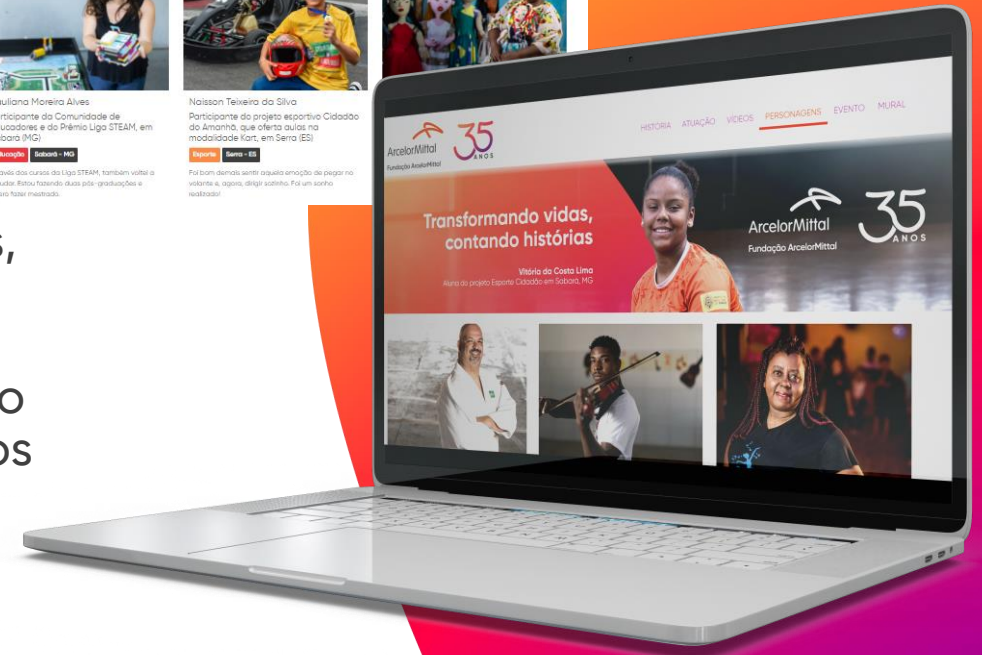
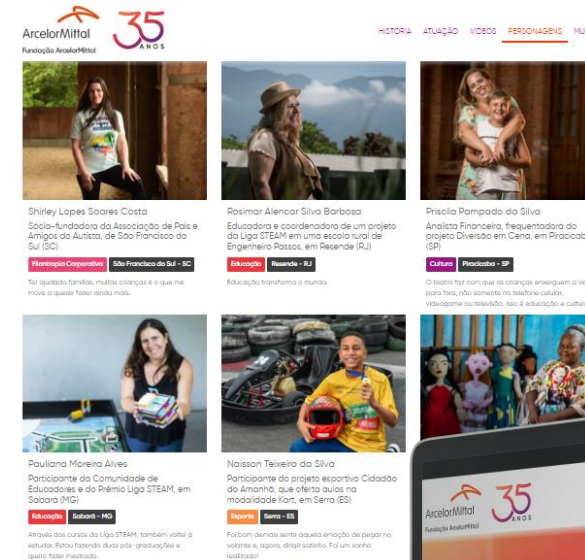
Público
Geral

Criação de hotsite

O hotsite foi criado para ser um espaço dedicado a conteúdos exclusivos da celebração dos 35 anos da Fundação ArcelorMittal.

A plataforma serviu como ponto de convergência para as campanhas digitais, internas e externas, apresentando as 35 histórias dos personagens, reunindo informações da Fundação, a programação das ações, o link para retirada de ingressos para o Festival e conteúdos audiovisuais exclusivos sobre as histórias das pessoas que fazem parte da trajetória da Instituição.

<https://www.famb35anos.com/>



Reconhecimento e engajamento de quem faz

A equipe da Fundação ArcelorMittal, composta por 18 pessoas, foi a primeira a ser contemplada pelas ações de comemoração dos 35 anos da Instituição. Para isso, foi realizado um encontro para um reconhecimento formal dos empregados.

Eles foram presenteados com um kit comemorativo exclusivo, contendo uma camisa, um crachá celebrativo, caderno, caneta e garrafa personalizada dos 35 anos, além de uma carta de agradecimento e de convite para as celebrações.



Ações

Público Interno _Aliados

Reforçando alianças

Na estratégia macro de comunicação da Fundação, um importante objetivo é ter mais pessoas dentro do negócio entendendo a atuação da Instituição. Eles são chamados de **aliados internos**. Esse grupo é composto por lideranças e pessoas responsáveis pelas ações sociais nas unidades do Grupo ArcelorMittal. Eles são o elo entre a Fundação, a empresa e as comunidades locais.

O Encontro com Aliados Internos teve o objetivo de valorizar e reconhecer a importância destas pessoas, bem como celebrar as conquistas até aqui e reforçar a estratégia para os próximos anos.

Ao todo 60 participantes de diversas partes do Brasil se reuniram em Belo Horizonte (MG) para vivenciar uma programação que se dividiu em:

Palestras inspiracionais sobre a importância do investimento social para a reputação do negócio

Dinâmica de grupo com a proposta de criação de manchetes sobre a Fundação do Futuro. Os participantes foram convidados a pensar nos próximos passos da Fundação ArcelorMittal

Palestra de apresentação da Fundação, com suas principais mensagens-chave

Reconhecimento nominal e entrega de placa a cada um dos aliados.





Campanha interna

A campanha realizada nas unidades teve como objetivo aproximar a Fundação dos empregados do grupo ArcelorMittal e reforçar as principais mensagens sobre a atuação da instituição.

Para promover maior engajamento, identificação e senso de pertencimento do público interno, cada uma das vinte localidades que receberam as ações de aniversário tiveram também um enxoval de peças (**cartazes, banners, móveis, e-mails marketing, telas para TVs e comunicados para intranet**) personalizado com as histórias de personagens locais.



Ações

Público Interno _Empregados

Vem conhecer a história da **Sônia**, aqui de **Barra Mansa**, e de outras pessoas que tiveram a vida transformada pela **Fundação ArcelorMittal** nestes **35 anos!**

Acesse:
www.famb35anos.com



Campanha interna

Uma régua de comunicação foi estruturada para impactar os empregados do Grupo ArcelorMittal, em todas as suas localidades, com as mensagens-chave da Fundação.

Para além dos conteúdos institucionais, foram divulgadas as histórias dos personagens correspondentes a cada localidade, bem como a programação da comemoração.

Como o Grupo ArcelorMittal é composto por diferentes unidades de negócio, todo o conteúdo precisou ser ajustado conforme canais específicos, garantindo um material aderente e **personalizado por localidade**.

Canais	Longos	Planos	Arames
Portais internos	Conecta APP	Intranet	Portal de Comunicação
Veículos impressos	Conecta Mural Cartaz	BIN – Boletim Informativo Interno	Cartaz
E-mail	E-mail MKT Conecta News Pauta do Líder	E-mail MKT BIN – Boletim Informativo Interno	E-mail MKT
Digital	Whatsapp	-	Telegram
Fundação		Revista comemorativa de 35 ANOS	

Ações

Público Interno _Empregados

Um marco do aniversário

Além das divulgações e reforço das mensagens-chave nas unidades, foram realizadas ativações especiais nos refeitórios das plantas de vinte territórios.

A execução desta ação se destacou pelo cuidado em replicá-la integralmente e de forma simultânea em todas as unidades, mantendo o nível de qualidade e uniformidade dos entregáveis previstos.

No dia da ativação, todos os funcionários receberam uma sobremesa especial e puderam levar para a casa fitinhas, estilo Senhor do Bonfim, personalizadas com mensagens-chave da Fundação.





Imprensa

Para a imprensa, foi desenvolvida uma estratégia específica, desdobrada em diferentes camadas de conteúdo.

Camada 1	Matérias apresentando a Fundação ArcelorMittal
Camada 2	Artigos e conteúdos em profundidade
Camada 3	Ativação da imprensa nos territórios, com matérias personalizadas para cada unidade
Camada 4	Personagens - tangibilizando a atuação da Fundação ArcelorMittal
Camada 5	Notas curtas - ocupar espaços importantes com mensagens breves

Imprensa

Por meio da Assessoria de Imprensa, foi possível alcançar diversos veículos nacionais e locais, com abordagens variadas de pautas.

Ao todo, foram publicados **2 artigos de opinião** assinado pelas lideranças e **142 matérias** sobre os 35 anos da Fundação ArcelorMittal, destacando temas como a programação do **Festival 35 anos**, as histórias dos personagens da campanha e a repercussão das ações da **Liga STEAM** (projeto de Educação da Fundação, contemplado na programação do Festival 35 anos).

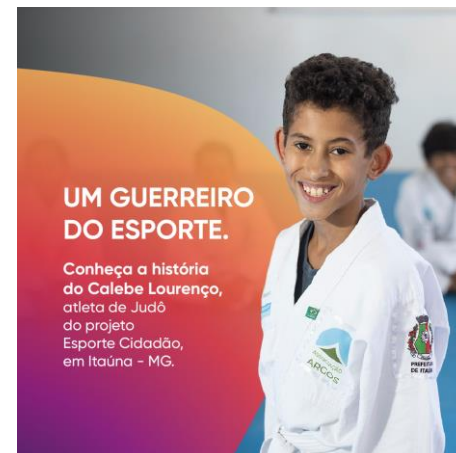


Ações

Público Externo _Sociedade

Mídia Offline e Tráfego Pago

Para ampliar a visibilidade das comemorações de 35 anos na sociedade e nas comunidades onde as operações do Grupo ArcelorMittal estão inseridas, foi realizada uma campanha de publicidade, incluindo tráfego pago, com peças exclusivas e segmentadas por região. Destaque para o painel no Aeroporto Internacional de Belo Horizonte, em Confins.



Ações

Público
Externo

Mídia Offline e Tráfego Pago

No contexto de mídia offline, a campanha foi veiculada no período de novembro a dezembro de 2023, nas praças:

MG

Juiz de Fora
João Monlevade
Bela Vista de Minas
Sabará
Belo Horizonte
Martinho Campos
Carbonita
Dionísio
Itatiaiuçu
Contagem
Vazante
Itaúna

RJ

Barra Mansa
Resende

SP

São Paulo
Ermelindo Matarazzo
Piracicaba
Osasco
Sumaré
Diadema

ES

Vitória e Serra

SC

São Francisco do Sul

BA

Feira de Santana

Ações

Público Externo

Os meios utilizados foram rádio jornal e OOH, com



50 anúncios

de jornais e revistas

4,3 mil inserções de rádio

291 inserções em mobiliário urbano.

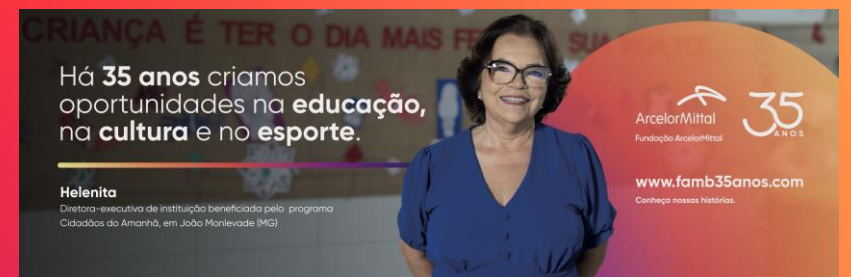
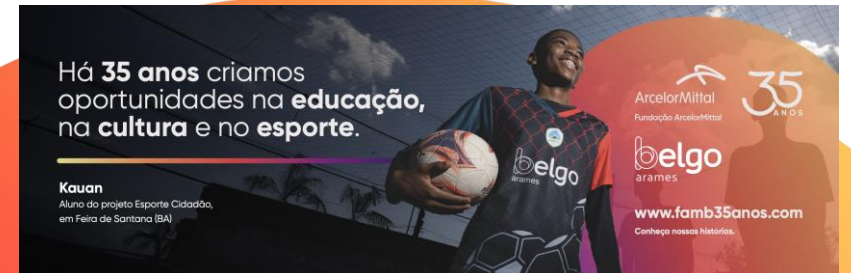
Nas mídias digitais, foram



10,8 mil inserções

de mídia programática em sites e portais relevantes, além da campanha de tráfego pago.

Em ambas as ações, as peças seguiram a lógica da campanha e foram personalizadas com personagens relacionados às regiões de impacto. Como exemplo, 38 versões de outdoors foram produzidas e direcionadas para os respectivos territórios.





Relacionamento com públicos estratégicos

Entre os meses de outubro e novembro, a diretoria da Fundação ArcelorMittal, realizou visitas aos Ministérios da Educação, Cultura e Esporte, com o objetivo de aumentar a visibilidade e reforçar a solidez da atuação da Fundação ao longo dos 35 anos.



Homenagens e reconhecimentos

O poder público municipal, das cidades em que o Grupo ArcelorMittal tem atuação, também foram envolvidos nas ações de relacionamento. Em diversas cidades, foram promovidas ações de homenagem, como menção honrosa e moção de aplausos, em reconhecimento ao trabalho de 35 anos da Fundação.

Ações

Público
Externo
_Parceiros

Encontro com proponentes de projetos incentivados

O encontro com produtores e proponentes contou com a presença de 50 profissionais que têm projetos incentivados pela Fundação.

O objetivo deste momento foi fortalecer a conexão e o engajamento desse público que combina a execução prática com a visão estratégica, assegurando que os projetos atinjam seus objetivos e tenham resultados positivos nas comunidades.

CONVITE

Oportunidades em pauta

Encontro com Produtores
Culturais e Esportivos
Fundação ArcelorMittal

DIA 1º DE SETEMBRO, DAS 13H30 ÀS 18H

Encontro presencial no Escritório Central
da ArcelorMittal | Avenida Carandaí, 1115,
Funcionários Belo Horizonte - MG

- PALESTRAS COM REPRESENTANTES DO PODER PÚBLICO
- ATUALIZAÇÃO DAS DIRETRIZES DE INCENTIVO A PROJETOS DA FUNDAÇÃO ARCELORMITTAL
- APRESENTAÇÃO DO NOVO SISTEMA DE GESTÃO DO INVESTIMENTO SOCIAL

Confirme sua
presença pelo link.
Esperamos você!



FOI MUITO BOM TER
VOCÊ AQUI COM A GENTE!



Esperamos que o aprendizado que compartilhamos hoje se transforme em mais oportunidades para crianças e jovens.

SEGUIMOS
ABRINDO
CAMINHOS
CAMINHANDO
JUNTOS



Comunicação Dirigida | Parceiros

Paralelamente às visitas, foram enviados também press kits contendo uma série de brindes, como cubo infinito e cartões postais personalizados com os personagens locais dos 35 anos, para outros públicos estratégicos (instituições do setor, representantes do poder público, parceiros e clientes).



Ativações em eventos patrocinados e parcerias

12 a 14 de abril
São Paulo [SP]

Congresso
GIFE



20 de maio
Itaúna [MG]

Pra Geral

23 de julho a 22 de outubro

Resende e Barra Mansa [RJ], Piracicaba [SP],
João Monlevade e Itaúna [MG]

Circuito
Corrida e
Caminhada



8 de novembro
São Paulo [SP]

Alacero
Summit

Imersão
Indústria

**13 de abril e
23 de outubro**
Belo Horizonte [MG]



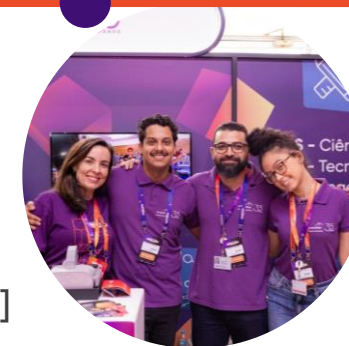
Festival
Novos
Encontros

29 de julho
Belo Horizonte [MG]



Maratona
da Inovação

4 de outubro
Belo Horizonte [MG]



Ações

Público
Externo

_Sociedade

Evento Fundação ArcelorMittal de 35 anos


ArcelorMittal
Fundação ArcelorMittal

35
ANOS

UM FESTIVAL
PÚBLICO,
GRATUITO
E ABERTO À
COMUNIDADE

Uma mostra das ideias, das práticas e resultados da Fundação ArcelorMittal. Programação diversa, com participação dos territórios, ancorada nos eixos de atuação da Fundação.



Ações

Público
Externo

_Sociedade

Evento Fundação ArcelorMittal de 35 anos



OBJETIVO

O evento de 35 anos da Fundação ArcelorMittal, foi um ato público, gratuito e aberto a toda comunidade. Realizado em 8 de dezembro, na Serraria Souza Pinto, em Belo Horizonte/MG, com uma programação diversificada, a comemoração envolveu os territórios de atuação da Fundação e se alinhou aos seus eixos de atuação, sendo estruturado para ressaltar a importância e o valor do que é produzido pelos projetos incentivados.

Além de ampliar a visibilidade da atuação da Fundação ArcelorMittal, o evento também promoveu um valioso diálogo com a sociedade e o poder público em geral.



ArcelorMittal
Fundação ArcelorMittal

35
ANOS



Ações

Público
Externo
_Sociedade

Evento
Fundação
ArcelorMittal
de 35 anos

Programação
MANHÃ



Programação destinada ao eixo de Educação e marcada pela 2ª Edição do Conexão Liga STEAM (evento focado na divulgação da abordagem STEAM)

A Liga STEAM é a estratégia da Fundação ArcelorMittal na área da educação. Engloba diversos projetos realizados ao longo do ano e contou com a culminância de várias iniciativas, além de painéis e palestras sobre a temática.

ArcelorMittal
Fundação ArcelorMittal

35
ANOS

Conexão Liga STEAM

- Mesa Redonda: "As mulheres na ciência"
- Painel de cases da Liga STEAM
- Entrega do Prêmio Nacional Liga STEAM (encerramento da Edição 2023)
- Palestra Daniel Munduruku "A Ancestralidade como inspiração para a educação do presente e do futuro"
- Palestra Miguel Falabella "Onde Estás, Felicidade?"
- Camerata do projeto Acordes, de João Monlevade (MG)

Ações

Público
Externo
_Sociedade

Evento
Fundação
ArcelorMittal
de 35 anos

Programação
TARDE



Camerata do projeto Acordes
João Monlevade (MG)

Africania
Feira de Santana (BA)

Afro-Minas
Martinho Campos (MG)

Oficina MPB
Carbonita (MG)

Mulheres do Samba
Juiz de Fora (MG)

Reconto
Diamantina (MG)

Conexão Cidadã
Arena Esportiva

- Futmesa
- Basquete
- Futebol

Programação destinada a apresentações dos projetos dos eixos de Esporte e Cultura.

A Cultura é um dos principais eixos de atuação da Fundação. Para compor a agenda de apresentações culturais, foram trazidos projetos dos territórios de atuação do Grupo ArcelorMittal, que recebem apoio da Fundação para desenvolvimento local. Além de duas atrações principais: infantil e adulto, alinhadas ao investimento da Fundação para a democratização de acesso à cultura.



Ações

Público
Externo

_Sociedade

Evento
Fundação
ArcelorMittal
de 35 anos

Programação
NOITE

Encerramento
do evento

**Conexões
Culturais**
Show com a
banda Melim

ArcelorMittal
Fundação ArcelorMittal

35
ANOS



**UM EVENTO
QUE ENVOLVEU
MULTIPLÚBlicos**

- Poder público das esferas municipais e estaduais
- Educadores participantes da Liga STEAM
- Empregados do Grupo ArcelorMittal de diferentes localidades
- Grupos Culturais das comunidades de atuação
- Personagens dos 35 anos
- Alunos e atletas dos projetos de esporte
- Parceiros
- Sociedade em Geral



ArcelorMittal
Fundação ArcelorMittal

35
ANOS

Cronograma
Macro de
Ações

Cronograma macro de ações





ArcelorMittal

35 ANOS

Fundação ArcelorMittal

No esporte, juntos vamos mais longe.

35ANOS
Fundação ArcelorMittal

Transformando vidas, contando histórias.

No esporte, juntos vamos mais longe.

35ANOS
Fundação ArcelorMittal

Transformando vidas, contando histórias.

No esporte, juntos vamos mais longe.

35ANOS
Fundação ArcelorMittal

Transformando vidas, contando histórias.

35ANOS
Fundação ArcelorMittal

O futuro da educação começa HOJE.

Nos bastidores, no palco e na plateia, a cultura transforma vidas.

35ANOS
Fundação ArcelorMittal

Transformando vidas, contando histórias.

O futuro da educação começa HOJE.

Nos bastidores, no palco e na plateia, a cultura transforma vidas.

35ANOS
Fundação ArcelorMittal

35ANOS
Fundação ArcelorMittal

Transformando vidas, contando histórias.

O futuro da educação começa HOJE.

Nos bastidores, no palco e na plateia, a cultura transforma vidas.

35ANOS
Fundação ArcelorMittal

35ANOS
Fundação ArcelorMittal

Transformando vidas, contando histórias.

Investimento

35ANOS
Fundação ArcelorMittal

No esporte, juntos vamos mais longe.

35ANOS
Fundação ArcelorMittal

Transformando vidas, contando histórias.

No esporte, juntos vamos mais longe.

35ANOS
Fundação ArcelorMittal

Transformando vidas, contando histórias.

No esporte, juntos vamos mais longe.

35ANOS
Fundação ArcelorMittal

Investimento no Projeto

Planejamento e Concepção
R\$ 95.650,00

Captação e registro das histórias
R\$ 211.900,00

Ativação em eventos patrocinados
R\$ 133.884,06

Brindes
R\$ 47.519,55

Campanha e ação especial para empregados
R\$ 154.984,80

Plano de Imprensa
R\$ 40.800,00

Campanha Publicitária nos Territórios
R\$ 1.172.166,30

Eventos de relacionamento (Aliados e parceiros)
R\$ 226.146,36

Festival 35 anos

R\$ 1.039.594,55

R\$ 350.000,00

(Projeto incentivado de Cultura)

Investimento total:

R\$ 3.472.645,62



Resultados

Mais de
26 mil
acessos
13 mil em um mês
[11 nov a 11 dez]



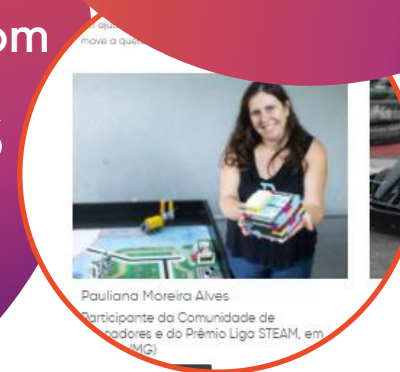
35
histórias
publicadas



Hotsite em
números



Pico de acesso no
dia 10 de dezembro,
após o evento 35 anos
Fundação ArcelorMittal, com
1.307 acessos
em um dia.



Ações
Internas

60 mil fitas
do Bonfim

contendo
mensagens-chave
da Fundação
ArcelorMittal
distribuídas

28 mil
brownies
distribuídos.

20
territórios

contemplados, em
7 estados do país,
abrangendo todos
os segmentos de
atuação do Grupo
ArcelorMittal.

15 mil

empregados do
grupo ArcelorMittal
impactados,
além de

13 mil
terceiros.

Mais de
100
reconhe-
cimentos
nominais
entregues.



Resultados

Ações
Externas
_Publicidade

50
anúncios
de jornal.

60
dias de inserção
de mídia no
Aeroporto
Internacional de
Belo Horizonte

291
inserções em
mobiliário
urbano.

4,3 mil
inserções
de radio.

10,8 mil
inserções
de mídia
programática em
sites e portais
relevantes

campanha veiculada
de novembro a
dezembro de 2023,
nas praças:

MG

Juiz de Fora
João Monlevade
Bela Vista de
Minas Sabará
Belo Horizonte
Martinho
Campos
Carbonita
Dionísio
Itatiaiuçu
Contagem
Vazante
Itaúna

RJ

Barra Mansa
Resende

SP

São Paulo
Ermelindo
Matarazzo
Piracicaba
Osasco
Sumaré
Diadema

ES

Vitória
Serra

SC

São
Francisco
do Sul

BA

Feira de
Santana

Resultados

Campanha Digital

10 milhões de impressões + 2 milhões de views

30 mil cliques

Performance

Impressions · Clicks · CTR

Impressions
10,0 mi
Não há dados

Clicks
29,3 mil
Não há dados

Click Rate (CTR)
0,3%
Não há dados



Resultados

Ações
Externas
_ Comunicação
Dirigida

Envio de brinde para públicos estratégicos (Poder Público, instituições do setor, parceiros, clientes, entre outros)



Cubo infinito
personalizado
400
entregues

Postais com
histórias
400
entregues

Resultados

Evento
Fundação
ArcelorMittal
35 anos



[Clique para assistir ao vídeo.](#)

Resultados

Evento
Fundação
ArcelorMittal
35 anos



Mais de
6 mil
ingressos
esgotados.

Mais de
2.180
presentes

148
conteúdos
compartilhados
nas redes sociais
em 7 dias.



Mais de
1.100
novos
seguidores no
Instagram.

1,7 milhão
de contas alcançadas
nas redes sociais e
2,6 milhões
de impressões.



Aumento de
1.729%
nas interações com
o conteúdo em
relação à semana
anterior, com
4.569
contas
engajadas.



Aumento de
202%
no alcance das
redes sociais, em
relação à semana
anterior

Imprensa

VALORAÇÃO
NA IMPRENSA

R\$ 4.398.861

em 142 matérias
sobre os 35 anos
da Fundação
ArcelorMittal.

Evento 35 anos

R\$ 639.872

em 38 matérias

Repercussão
das premiações
de educação

R\$ 498.753

em 62 matérias

Personagens 35 anos

R\$ 3.254.557

em 40 matérias

Conclusão



Amplificando a voz e a percepção de valor da Instituição

A Fundação ArcelorMittal é uma instituição consolidada que, ao longo dos seus 35 anos de existência, tem construído um trabalho consistente e de grande valor social.

Celebrar os seus 35 anos, com propósito e intencionalidade, gerou resultados significativos em três esferas importantes, demonstrando que os objetivos estratégicos iniciais foram alcançados.

Em relação ao público interno, a Fundação conseguiu **demonstrar seu papel e fortalecer sua importância à alta gestão e aos empregados, tornando-se ainda mais reconhecida e vista como um ativo essencial para o negócio.** Na esfera de relacionamento com parceiros, poder público local e nacional, a Fundação teve a oportunidade de **estreitar os laços, valorizando as pessoas que contribuem para as ações acontecerem.** Nas comunidades de atuação, a Fundação trouxe **visibilidade para as iniciativas e as vidas transformadas, gerando identificação e conexão,** contribuindo para **aumentar o reconhecimento das ações junto à sociedade.**

Para além dos números

Os números da campanha são impressionantes, para além disso, os movimentos criados em diversas frentes para comemorar os 35 anos da Fundação ArcelorMittal trouxeram muito mais.

- **Reconhecimento do trabalho**
- **Aprofundamento da relação com os públicos estratégicos**
- **Ampliação do conhecimento da marca e percepção de valor para a sociedade.**

A comemoração dos 35 anos deixou um legado de valorização do Investimento Social Privado no Grupo ArcelorMittal.



ArcelorMittal

Fundação ArcelorMittal

35
ANOS