

MOVIMENTO ReCiclo



O MOVIMENTO RECICLO

Em 2017, a C&A criou o **Movimento ReCiclo**, que, entre 2024 e 2025, **se consolidou como o maior programa de logística reversa do varejo de moda no Brasil**, com urnas de coleta em **72% das lojas físicas**.

Até setembro de 2025, o programa arrecadou mais de 418 mil peças, **cerca de 135 toneladas de roupas**, evitando o descarte de 114 toneladas, das quais **88% foram destinadas a doações**.

Mais do que números, o **ReCiclo se tornou um símbolo da atuação ESG da companhia** e o principal ponto de contato com o consumidor na agenda de moda circular. Seu impacto social é potencializado pelo Instituto C&A, que, em 2024, **investiu R\$ 8,16 milhões em inclusão social e produtiva**, beneficiando mais de 26 mil pessoas em todo o Brasil.



DESAFIO



Transformar o **Movimento ReCiclo**, iniciativa de circularidade da C&A, em um movimento legítimo e confiável para consumidores e imprensa. **O setor da moda carrega o estigma de consumo excessivo, o que exigia conquistar credibilidade e evitar o ESG genérico.**

Era preciso traduzir um conceito técnico em uma narrativa simples, mostrar à consumidora que as doações tinham destino real, superar o ceticismo jornalístico com dados concretos — em meio ao risco de greenwashing — e ainda lidar com a ausência de benchmarks claros no mercado, **tornando métricas tangíveis fundamentais para gerar confiança e notícia.**

LINHA DO TEMPO

INSIGHT

Através do trabalho de PR, ocupar um espaço pouco explorado na mídia pelas varejistas do setor: **o da moda como vetor de descarte consciente**, construindo o o **ReCiclo** como plataforma de diálogo contínuo, traduzindo circularidade em ações tangíveis, **dados transparentes e narrativas culturais**.



2017 Criação

Lançamento do programa com **urnas de descarte em lojas físicas da C&A**, como alternativa estruturada para o consumidor.



2022 Virada Estratégica

Inclusão oficial do **ReCiclo na Agenda 2030 da C&A**, com metas públicas de circularidade (**50% dos produtos até 2030**) e início da divulgação sistemática de dados de impacto.



2024 E 2025 Consolidação Reputacional

Ampliação da cobertura em veículos Tier 1, press trip para mostrar o jeans circular, ativações em eventos estratégicos (Rio2C, Rock in Rio), **influenciadores orgânicos e engajamento de mais de 2,5 milhões de pessoas**

ESTRATÉGIA CENTRAL

Planejamento 360° de PR e influência

Transformando o Reciclo em pauta em 3 frentes:



DADOS

Divulgação periódica de resultados de arrecadação e impacto ambiental e social do programa



PRODUTO

Coleções lançadas com reaproveitamento de peças arrecadadas, como o Jeans Circular com selo RCS



AGENDA 2030

Conexão direta com as metas 2030 e com o posicionamento de circularidade da marca

E, AO LONGO DOS MESES, TROUXEMOS PAUTAS E TRABALHAMOS O POSICIONAMENTO DE CYNTHIA KASAI, GERENTE SÊNIOR DE ESG DA C&A.

MÁQUINA



TÁTICO

IMPRENSA

Estratégia contínua com exclusivas, “*explainers*” e matérias em veículos prioritários (**Valor, Exame, UOL Ecoa, Capital Reset**);

Divulgação semestral de resultados de arrecadação e impacto (**toneladas de roupas coletadas, reaproveitamento em coleções**);

Posicionamento de executivos (**CEO e a Gerente Sênior de ESG**) como porta-vozes reconhecidos;

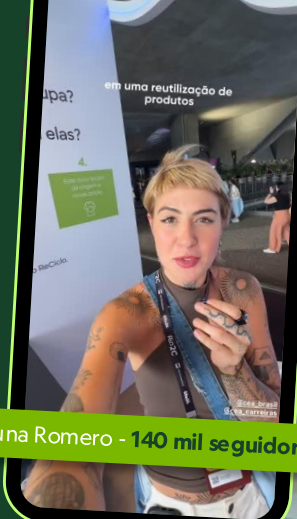
Diversificação de veículos, sempre pautada pela **qualidade editorial e pelo alcance**;

Inserção do tema em matérias sobre ativações de marca, promoções e eventos, **expandindo o viés apenas da pauta de sustentabilidade**.

AÇÕES ESPECIAIS E INFLUÊNCIA

Em 2024, a **C&A** levou **peças do jeans circular ao Rock in Rio**, aproximando a pauta da moda consciente de um público jovem e diverso. **No ano seguinte, reforçou o movimento ao patrocinar o Rio2C**, com estande temático, ativações educativas e a urna do **ReCiclo para doações no local**.

Essas iniciativas consolidaram o **ReCiclo não apenas como programa de descarte consciente**, mas como plataforma de diálogo com a sociedade, **ganhando repercussão positiva na imprensa, entre influenciadores e lideranças do setor**, e se firmando como um dos principais pilares da reputação da marca.



Bruna Romero - 140 mil seguidores



Naetê Andreo - 50 mil seguidores



apresentar o nosso estande no

AÇÕES ESPECIAIS E INFLUENCIADORES

2 concepções e operações de ações especiais: talk e press trip;

Planejamento de **ações durante patrocínio e ativações no Rio2C e Rock in Rio**, conectando moda circular a diferentes públicos;

8 entrevistas in-loco durante o RIO2C;

+110 nomes ativados para ações especiais de forma orgânica, com curadoria em moda consciente e sustentabilidade;

Desenvolvimento de direcionais estratégicos para influenciadores sobre o movimento **ReCiclo**.



Os resultados a seguir decorrem da estratégia executada entre os anos de 2024 e 2025

PR

24.995 Mi

de pessoas alcançadas
na imprensa

45*

matérias em veículos
prioritários pela marca

R\$3.605Mi*

de valoração estimada

AÇÕES
ESPECIAIS

+110

Convidados para
ações especiais

2.504.101

milhões de pessoas
alcançadas

8

entrevistas
durante o Rio2C

*O IDM (Índice de Desempenho de Mídia) é a métrica usada pelo PR da C&A para avaliar a eficácia das ações de comunicação na imprensa mês a mês. O IDM contabiliza apenas os veículos de interesse para a marca.

IMPACTO E PERCEPÇÃO

Ampliação da relevância do ReCiclo como ativo reputacional para a C&A.

O ReCiclo é o projeto mais citado na imprensa quando o assunto é circularidade e sustentabilidade entre as varejistas de moda, com **350% mais matérias que a principal concorrente.**

Em um ano e meio, o **Movimento ReCiclo** registrou um **aumento de 266% no número de matérias**, de acordo com o IDM, passando a representar quase **1/3 de toda a cobertura sobre o tema sustentabilidade da marca.**

Cobertura de imprensa alinhada aos **resultados do ReCiclo**, que saltou de **51 toneladas arrecadadas** até 2022 para **114 toneladas em 2024.**

Fortalecimento da reputação como marca que possui o **maior programa de logística reversa** no varejo de moda no Brasil.

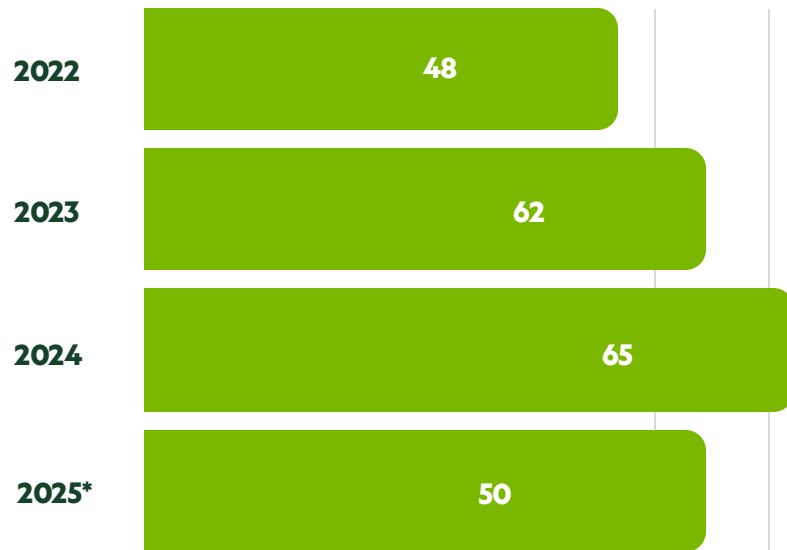
Ao ocupar um território ainda pouco debatido na imprensa, o Movimento ReCiclo se consolidou como uma fortaleza de reputação e um exemplo de como gerar conversas relevantes que conectam marca, consumidor e impacto positivo.

PÓS-DIVULGAÇÃO DE METAS, EM 2022, **TEMÁTICA ESG VEM GANHANDO CADA VEZ MAIS ATENÇÃO E RECICLO** SEGUE SENDO O PRINCIPAL PROGRAMA



Matérias/Ano

● SUSTENTABILIDADE



Matérias/Ano

● MOVIMENTO RECICLO



IDM (Índice de Desempenho de Mídia) é a métrica usada pelo PR da C&A para avaliar a eficácia das ações de comunicação na imprensa mês a mês. O IDM contabiliza apenas os veículos de interesse para a marca.

MÁQUINA

DESTAQUES NA
IMPRENSA

exame.



veja Rio



Como a C&A quer transformar a moda e arrecadou 109 toneladas de roupas usadas para reciclagem

Desde 2017, o Movimento ReCiclo convoca consumidores a depositarem peças usadas em urnas nas lojas da marca espalhadas pelo Brasil e realiza a destinação correta visando a economia circular



Description

Reciclagem de roupas: conceito mais sustentável é adotado por marcas | Jornal da Band



Paulo Correa, CEO da C&A
Divulgação

Moda circular: como a C&A transforma roupas usadas em novas coleções



Mariana Sgarioni

Marca leva debate sobre sustentabilidade na moda para o Rio2C

Ação e painéis falarão sobre temas como reciclagem de materiais

Por [otavio.furtado](#) @SEGUIR
Atualizado em 21 Maio 2025, 13h29 - Publicado em 21 Maio 2025, 12h



C&A leva ações de debate sobre moda sustentável para o Rio2C (Beate Vogt/Pexels)





MÁQUINA