

Pessoas que **abrem caminhos** para as **próximas transformações**



75 CBA
anos



Sumário

— Esta apresentação
— é interativa.

Para voltar ao sumário,
clique no ícone localizado
na parte superior esquerda
das páginas internas.

Para ser direcionado a um
capítulo, clique nos títulos
do sumário.

03 **A. Cenário**

05 **B. Estratégia**

07 **C. Comunicação**

20 **D. Período da campanha**

22 **E. Investimento**

24 **F. Resultados e evidências**



A Cenário

7

1

Cenário

A Companhia Brasileira de Alumínio (CBA) completou 70 anos de uma trajetória relevante para a indústria brasileira em 4 de junho de 2025. Com mais de 7.200 empregados(as) em nove Estados, é a única produtora de alumínio de baixo carbono com a cadeia integrada no Brasil, desde a mineração até os produtos finais. Além disso, gera 100% da energia consumida na produção através de fontes renováveis e rastreáveis, fornece soluções sustentáveis e inovadoras para mercados diversos e é referência em reciclagem de sucata de alumínio.

Ao longo dessas sete décadas, a CBA fomentou a industrialização no Brasil e transformou as vidas de milhares de famílias. O papel da Empresa e sua importância para a comunidade cresceram, resultando na emancipação do município de Alumínio, sede de sua principal Fábrica. A partir de então, trouxe voz e potência às diversas outras regiões do país onde está inserida.

Este case apresenta como a Empresa respondeu a uma demanda urgente, no contexto de sua inauguração, voltada ao fortalecimento da indústria nacional, à geração de empregos e à busca por independência em relação às exportações e ao capital estrangeiro. Mostra também como conseguiu perpetuar sua cultura

organizacional, mantendo a resiliência e a competitividade até os dias atuais. Manter vivo esse legado é um desafio constante para uma marca posicionada no mercado de commodities, que vivencia a movimentação global e suas transformações o tempo todo.

Um exemplo é a celebração das sete décadas acontecer em um ano em que a indústria global do alumínio foi diretamente exposta às medidas protecionistas de tarifação aplicadas pelos Estados Unidos sobre a importação do metal.

Mesmo com uma série de desafios, a CBA sempre se manteve motivada pelos ideais de seus fundadores, materializados por Antônio Ermírio de Moraes, a paixão pelo negócio e o comprometimento com a sociedade e o meio ambiente.

Mais que uma data a se comemorar, a campanha de comunicação para os 70 anos da Empresa teve o desafio de renovar o orgulho de pertencimento, exaltando a memória organizacional, solidez e robustez da Companhia e valorizando quem está no centro das transformações vivenciadas ao longo de sete décadas: as pessoas.

“Os principais agentes dessa história são as pessoas”

(Antônio Ermírio de Moraes)



BD Estratégia



Estratégia

A valorização de pessoas sempre esteve no centro da estratégia de negócios e da cultura da CBA, pautada nos valores da Votorantim, da qual a Companhia é uma das investidas. Por isso, a estratégia da campanha “Pessoas que abrem caminhos para as próximas transformações” seguiu a linha de reconhecê-las, conectando diferentes gerações que transformaram a CBA e que constroem o futuro da Companhia.

Os objetivos da campanha foram:

- > Fortalecer a reputação da marca;
- > Evidenciar a resiliência e a solidez do negócio;
- > Reforçar o senso de pertencimento;
- > Fortalecer a cultura organizacional.

Com engajamento da liderança, de empregados(as) e stakeholders, a campanha foi planejada pela Comunicação Corporativa com apoio de agências e equipes internas.

As ações internas e externas reforçaram marcos históricos, estreitaram o relacionamento com os públicos de interesse e posicionaram a CBA como produtora sustentável e estratégica na indústria global, todas voltadas ao propósito de fazer com que

cada pessoa que teve sua vida transformada pela Empresa se sentisse parte dessa história de sucesso - desde os integrantes da família Ermírio de Moraes até o(a) mais recente contratado(a) da Companhia.



Comunicação



Comunicação

Para engajar públicos diversos, foi desenvolvida uma campanha 360°, com ações integradas aos canais mais relevantes para cada audiência.

Conceito visual

A identidade visual, criada pela Go&Grow, apresentou um mosaico que representa os negócios e pilares da CBA, sendo eles: sustentabilidade (foto do Legado das Águas), Negócio Energia (foto Usinas), Negócio Primários

(foto mineração e tarugos) e Negócio Transformados & Reciclagem (foto folhas de alumínio), sempre com empregados(as) à frente, simbolizando quem torna a estratégia realidade.

A identidade visual foi aplicada a todos os canais e materiais institucionais, incluindo o site da Companhia.





Comunicação

Documentários

Dois vídeos produzidos pela Tear Filmes foram os principais ativos:



“Pessoas que abrem caminhos para as próximas transformações”

Com foco em fortalecer o senso de pertencimento, baseia-se no olhar íntimo para a história de empregados e empregadas que representam todo o público interno da Companhia e tiveram suas vidas e de suas famílias transformadas pela CBA.



“Soluções em alumínio que transformam vidas”

Reflete o propósito da Companhia e o legado de Antônio Ermírio de Moraes, por meio de depoimentos de pessoas que marcaram a trajetória da CBA desde a sua fundação, representando o passado, o presente e o futuro.

Comunicação Interna

Em meio à organização da campanha, o time de Comunicação enfrentou o desafio de migrar da plataforma Workplace (principal ferramenta de comunicação interna usada pela CBA até então, que seria desativada pela Meta) para o Workvivo, o que demandaria uma estratégia paralela para embarcar o público interno na nova ferramenta, amadurecer o seu uso e engajá-lo na campanha dos 70 anos.



A newsletter semanal "Radar", enviada por e-mail e WhatsApp para todos(as) os(as) empregados(as), juntou-se ao Workvivo, formando os principais meios internos de divulgação.

Na intranet, foi criado um relógio com a contagem regressiva para a comemoração.



Para esquentar o clima, a campanha contou com duas ações de engajamento prévias: distribuição de camisetas comemorativas duas semanas antes do aniversário; e um concurso de fotos no Workvivo para empregados(as) contarem os marcos de suas trajetórias dentro da CBA.

A história que atendeu a todos os critérios recebeu o prêmio de R\$ 500.

Em 4 de junho, data do aniversário, ocorreram cinco principais ações:

Mensagem do CEO Víde de Luciano Alves enviado aos empregados(as) e disponibilizado no Workvivo.





Comunicação Interna

Refeições especiais

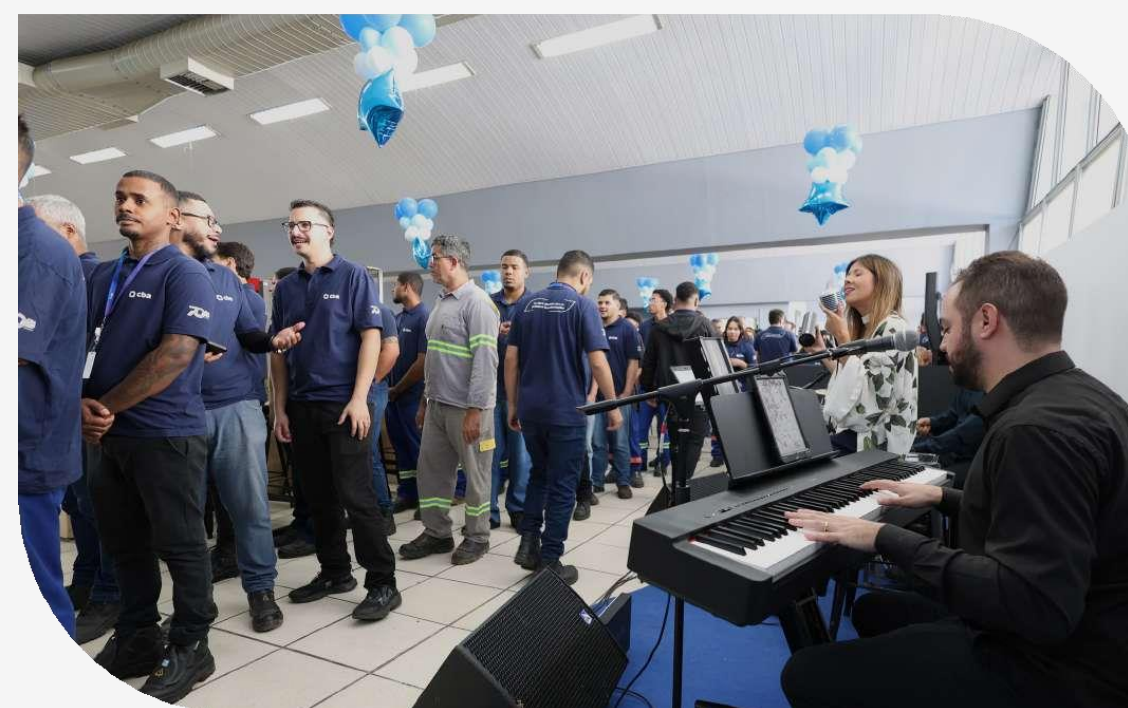
Cardápio comemorativo nos refeitórios de todas as Unidades, conforme a localidade e os turnos. Na Fábrica Alumínio, uma feijoada com música ao vivo celebrou a data com todos(as) os(as) empregados(as) e a presença de diretores, conselheiros e de Luís Ermírio de Moraes, filho de Antônio Ermírio e presidente do Conselho da CBA. Foi disponibilizado um letreiro dos 70 anos em 3D para que as pessoas deixassem mensagens.



Fábrica de Alumínio (SP)



Escritório Corporativo - Thera



Fábrica de Alumínio (SP)



Fábrica de Alumínio (SP)



Comunicação Interna



Alux do Brasil (SP)



Itapissuma (PE)



Barro Alto (GO)



Escritório Corporativo - Thera



Itapissuma (PE)



Complexo Juquiá (SP)



Comunicação Interna

Mural ilustrativo

Inauguração da nova fachada da Fábrica Alumínio (SP), representando os pilares e marcos dos 70 anos, em uma ilustração elaborada pela Black Madre. A arte foi replicada em todas as Unidades, em diferentes formatos.



Poços de Caldas (MG)



Empregados reunidos em frente ao mural comemorativo em Mirai (MG).



Trabalhadores foram surpreendidos com nova fachada na fábrica de Alumínio (SP), no dia 04/06



Aplicação da arte no refeitório de Itapissuma (PE).



Comunicação Interna

Cine pipoca

Exibição do documentário “Pessoas que abrem caminhos para as próximas transformações” nas Unidades, em formato de sessões agendadas de cinema, com distribuição de pipoca e refrigerante.

Todas as unidades receberam as sessões. Abaixo, exibição em Itapissuma (PE).



Fábrica de Alumínio (SP)

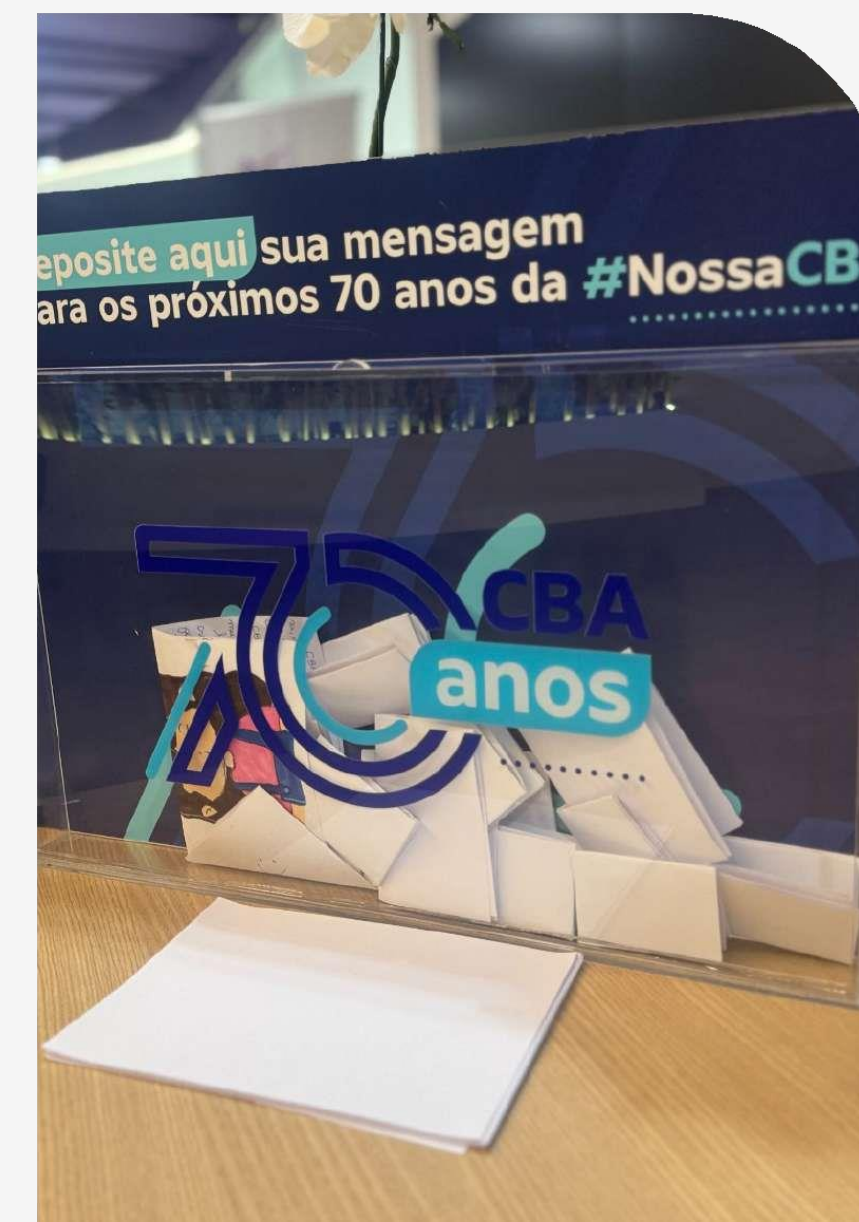


Comunicação Interna e Externa

Cápsula do Tempo

Distribuída nas Unidades para que empregados(as) escrevessem mensagens sobre o que desejam para o futuro da CBA. A versão final da Cápsula do Tempo, produzida em alumínio na Transformação Plástica da Fábrica da CBA, está exposta no Memória Votorantim e será aberta em 10 anos.

Além de serem disponibilizadas em todas as unidades, urnas também foram levadas para os eventos comemorativos.





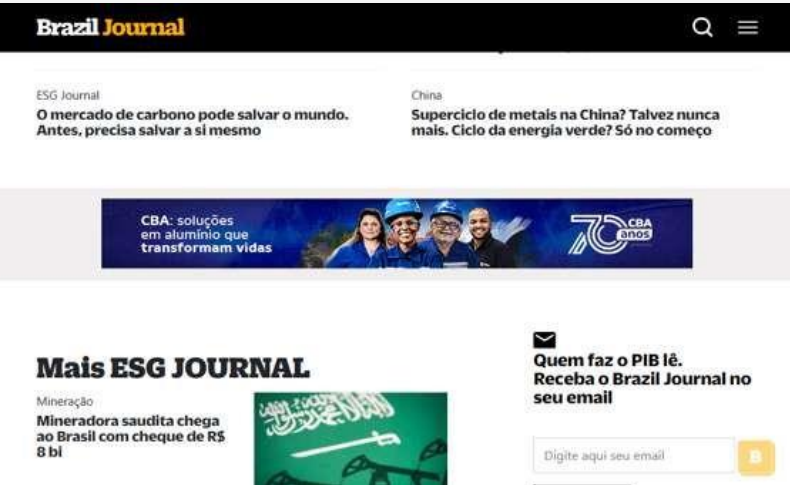
Comunicação Externa

O LinkedIn e o Instagram da CBA também trouxeram uma contagem regressiva, por meio de posts em formato “TBT”, publicados às quintas-feiras, durante os meses que antecederam a data dos 70 anos, rememorando os marcos da história da Empresa em sua cronologia.

Página especial
[Uma one page comemorativa](#) apresentou a linha do tempo da Empresa, reforçando a robustez do negócio como um investimento atrativo e seguro. Ela foi estrategicamente desenvolvida para a campanha de mídia.



Campanha de mídia
Teve o objetivo de destacar a solidez, a competitividade e a resiliência da CBA como uma produtora de alumínio sustentável e integrada, genuinamente brasileira. Os documentários foram impulsionados no YouTube. Os veículos mapeados, voltados para públicos C-level e interessados em mercado de investimento e negócios, foram: Valor Econômico (anúncio impresso), Brazil Journal e Exame.com - os dois últimos com mídia digital e branded content por 30 dias. A campanha também contemplou mídia digital em LinkedIn,



Comunicação Externa

Instagram e Google, redirecionando para a one page comemorativa.

Exposição “CBA 70 anos”

Aberta ao público até agosto no Memória Votorantim - hub de acervo histórico, análise e gestão da memória da Votorantim S/A -, a mostra reúne marcos históricos, objetos, imagens e conteúdos interativos que contam a história da Companhia em três etapas: passado, presente e futuro. O documentário “Soluções em alumínio que transformam vidas” também integra a exposição.

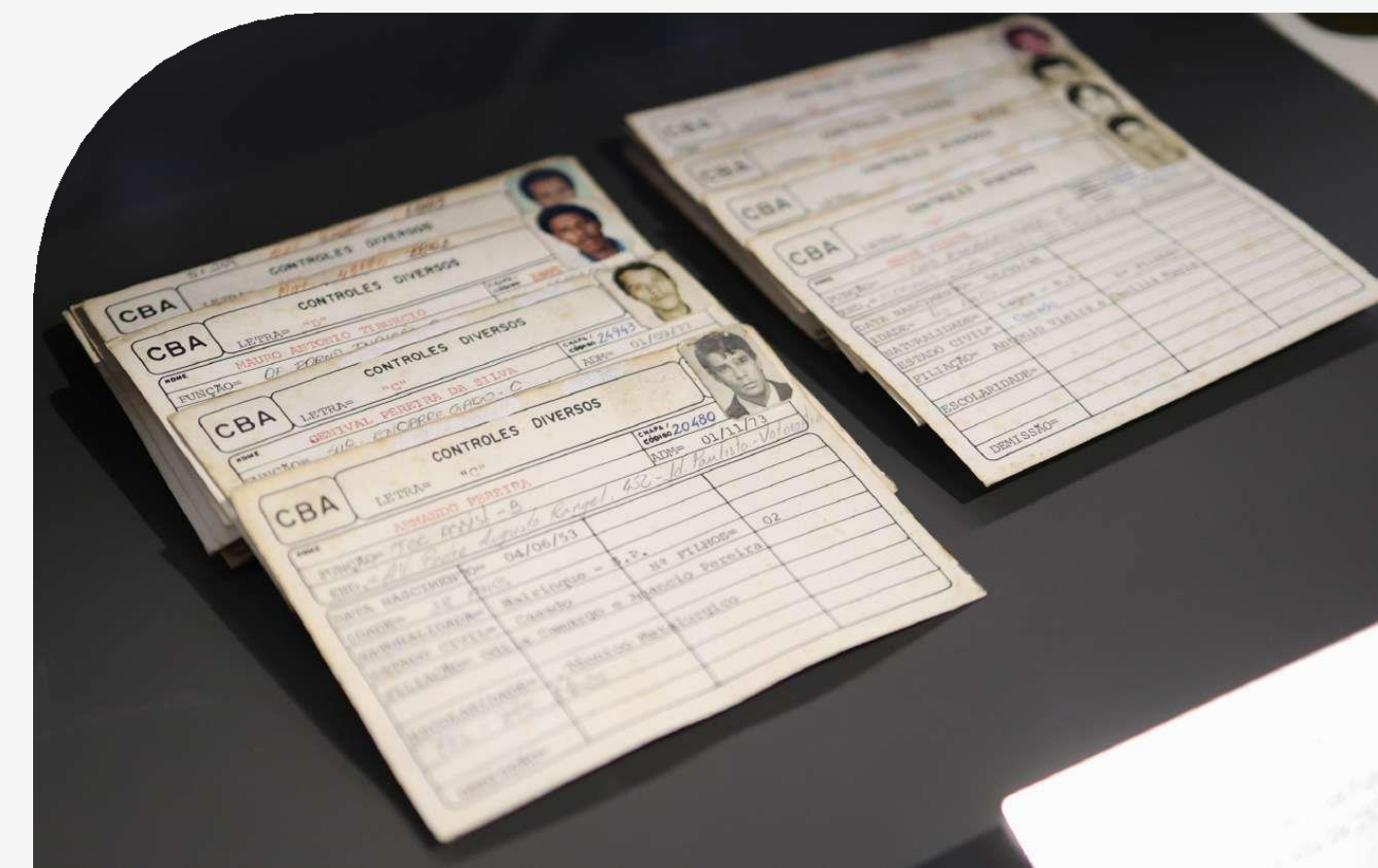
O lançamento foi realizado pelo CEO da CBA, Luciano Alves, ao lado de diretores e conselheiros e contou com a presença de oito membros de cinco gerações da família Ermírio de Moraes.

A presença da matriarca, D. Maria Regina Costa de Moraes, esposa de Antônio Ermírio de Moraes, tornou a celebração ainda mais emocionante. Para a família, foi um momento de memória em honra ao patriarca que, se estivesse vivo, faria aniversário no mesmo dia em

D. Maria Regina Costa de Moraes também foi homenageada na ocasião.



Exposição conta com mais de 100 itens que contam a história da CBA.





Comunicação Externa



Família fundadora reunida para prestigiar evento em comemoração aos 70 anos.



que foi inaugurada a CBA, a Empresa considerada sua “menina dos olhos”, segundo parentes.

Jantar comemorativo

O documentário “Soluções em alumínio que transformam vidas” foi apresentado em primeira mão em um jantar para a alta liderança da CBA e da Votorantim e filho, neto e sobrinhos-netos de Antônio Ermírio de Moraes. O letreiro dos 70 anos e a Cápsula do Tempo também foram disponibilizados.

Brinde comemorativo

Clientes estratégicos receberam uma caixa com garrafa térmica em alumínio, moleskine e caneta customizados dos 70 anos, além de um exemplar do Nosso Café, produzido pela CBA na Zona da Mata mineira a partir da reabilitação de áreas mineradas.

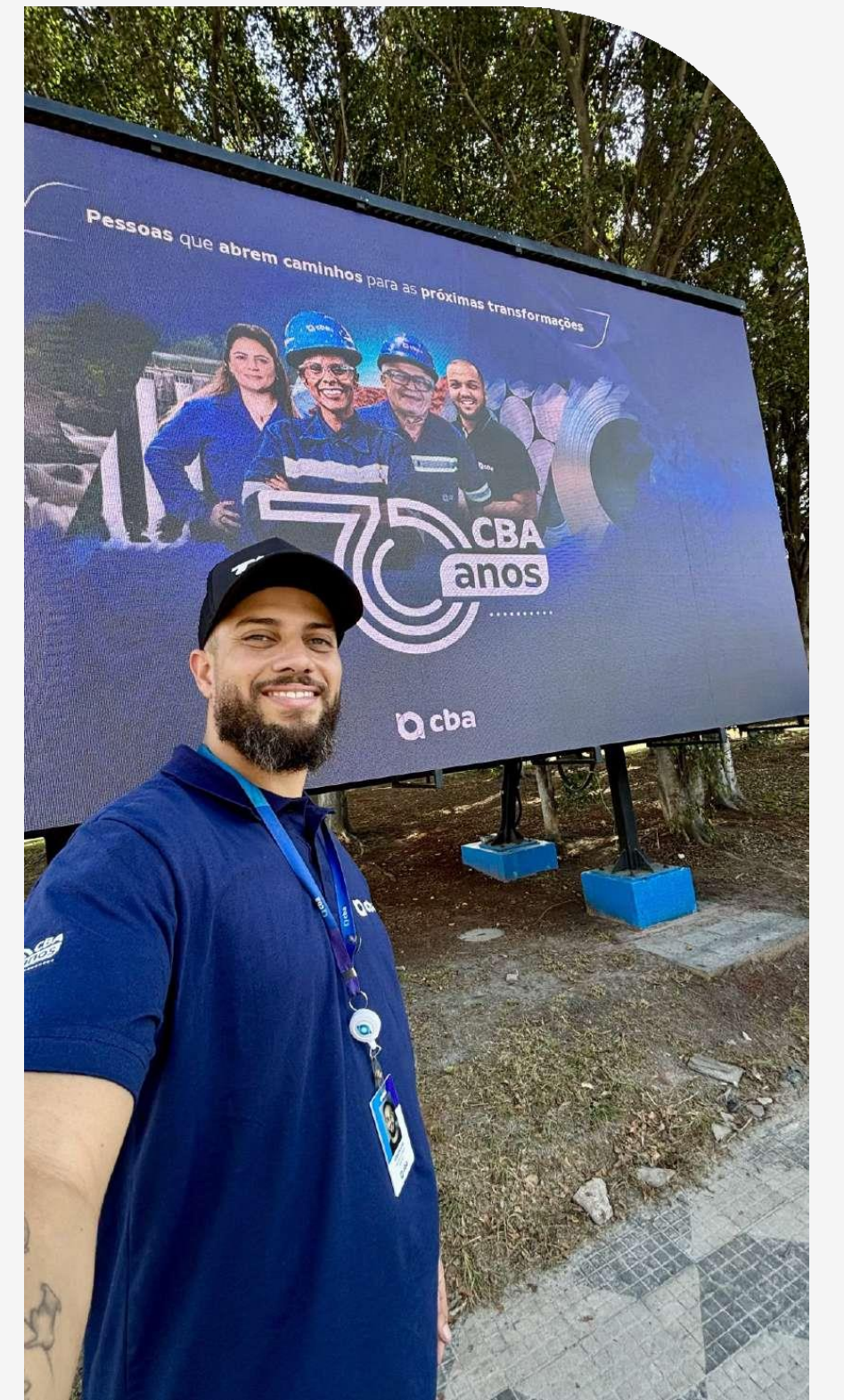
Websérie

Trechos inéditos dos depoimentos coletados para o documentário “Soluções em alumínio que transformam vidas” têm sido veiculados no LinkedIn e Instagram da CBA.



Luis Ermírio de Moraes, presidente do Conselho de Administração e Membro dos Comitês de Sustentabilidade e Projetos e Capital da CBA





Período



Período da campanha

O projeto ocorreu entre janeiro e agosto de 2025, com marco central em 4 de junho.

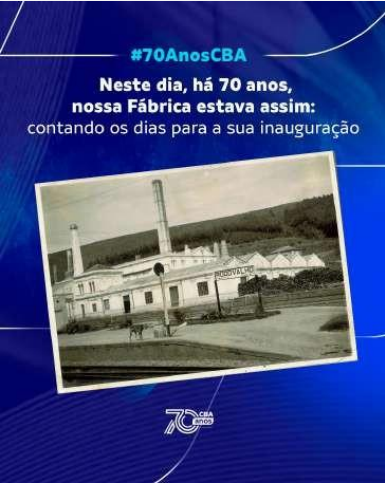
4/JUN
2024

Contagem regressiva na intranet



28/JAN
2025

Série de TBTs nas redes sociais



30/ABR
2025

Lançamento do concurso no Workvivo



22/MAI
2025

Entrega das camisetas



29/MAI
2025

Resultado do concurso no Workvivo



04/JUN
2025

- > Inauguração do mural ilustrativo especial dos 70 anos na fachada da Fábrica e nas Unidades
- > Mensagem do CEO Luciano Alves, em vídeo
- > Lançamento da one page comemorativa e da campanha de mídia
- > Lançamento dos documentários
- > Lançamento da Exposição no Memória Votorantim, com a presença de D. Maria Regina, filhos, neto e sobrinhos-netos de Antônio Ermírio de Moraes
- > Celebrações nos refeitórios nas Unidades
- > Estreia do Cine pipoca e da Cápsula do Tempo
- > Jantar comemorativo com a alta liderança CBA/Votorantim e Família Ermírio de Moraes
- > Newsletter Radar Especial 70 anos comunicando todas as ações

07/JUN
2025

Estreia da websérie nas redes sociais



Investimento





Investimento

A campanha somou R\$ 2.340.400,00, incluindo planejamento, execução e produção das ações.

R\$ 2.340.400,00

VALORES DA FAMÍLIA

INTEGRIDADE

Estar inteiro
nossa história
com respeito

Ser generoso consigo,
com a família e com
a sociedade.

GENEROSIDADE

CORAGEM

UNIÃO

...a história que nos une e
Potência coletiva, sendo
...onistas do nosso Legado.

IMPACTO



Resultados





Resultados e evidências

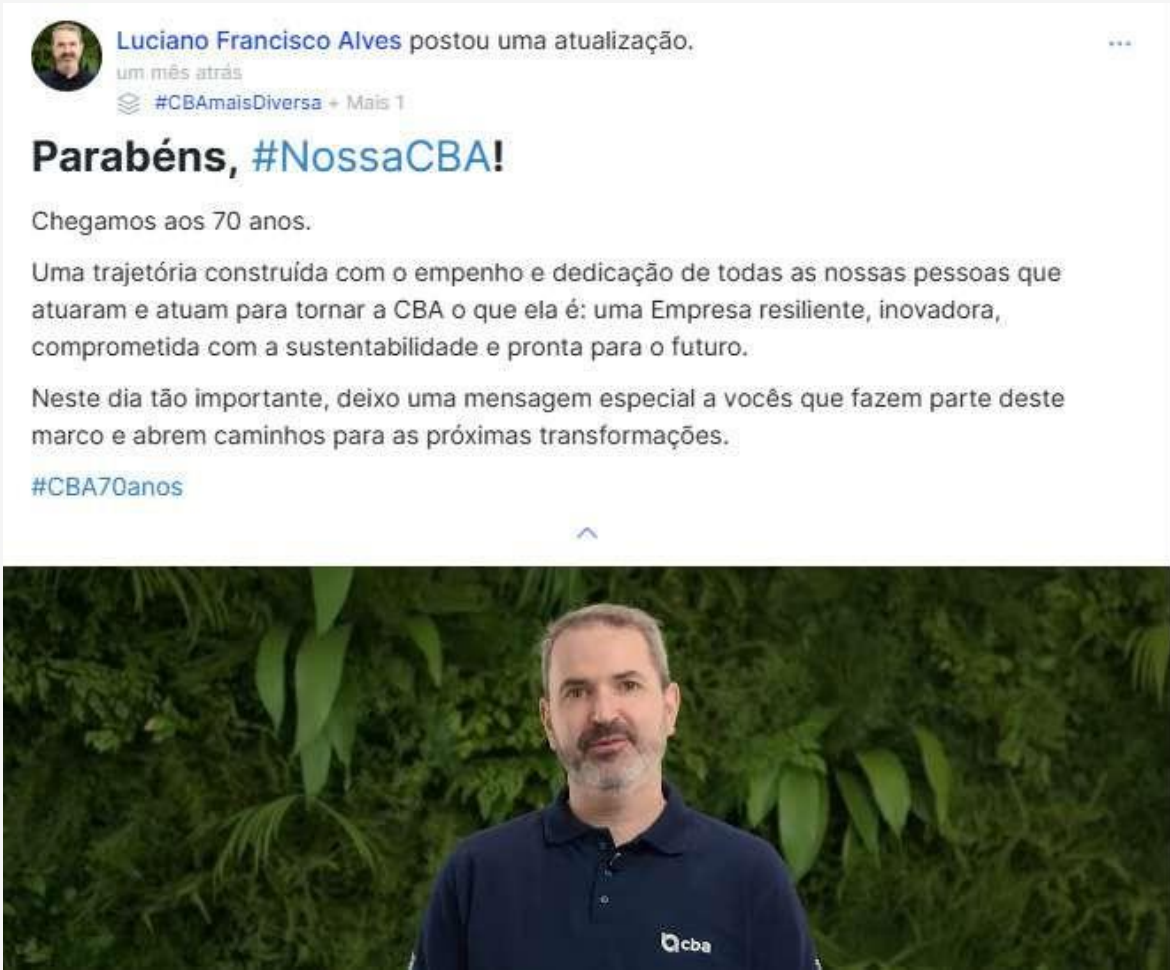
Comunicação interna

- > **6.623** camisetas distribuídas
- > **1.208** participantes nas sessões de cine pipoca
- > **5.298** pessoas nos almoços e jantares
- > **17** murais instalados



Workvivo

- > **85** posts somando **118.811** impressões, **10.025** pessoas alcançadas e **273** comentários
- > **23** posts no concurso de fotos, com **41.702** impressões e **168** comentários



Newsletter Radar

- > **15** edições com ações comemorativas





Resultados e evidências

Comunicação externa

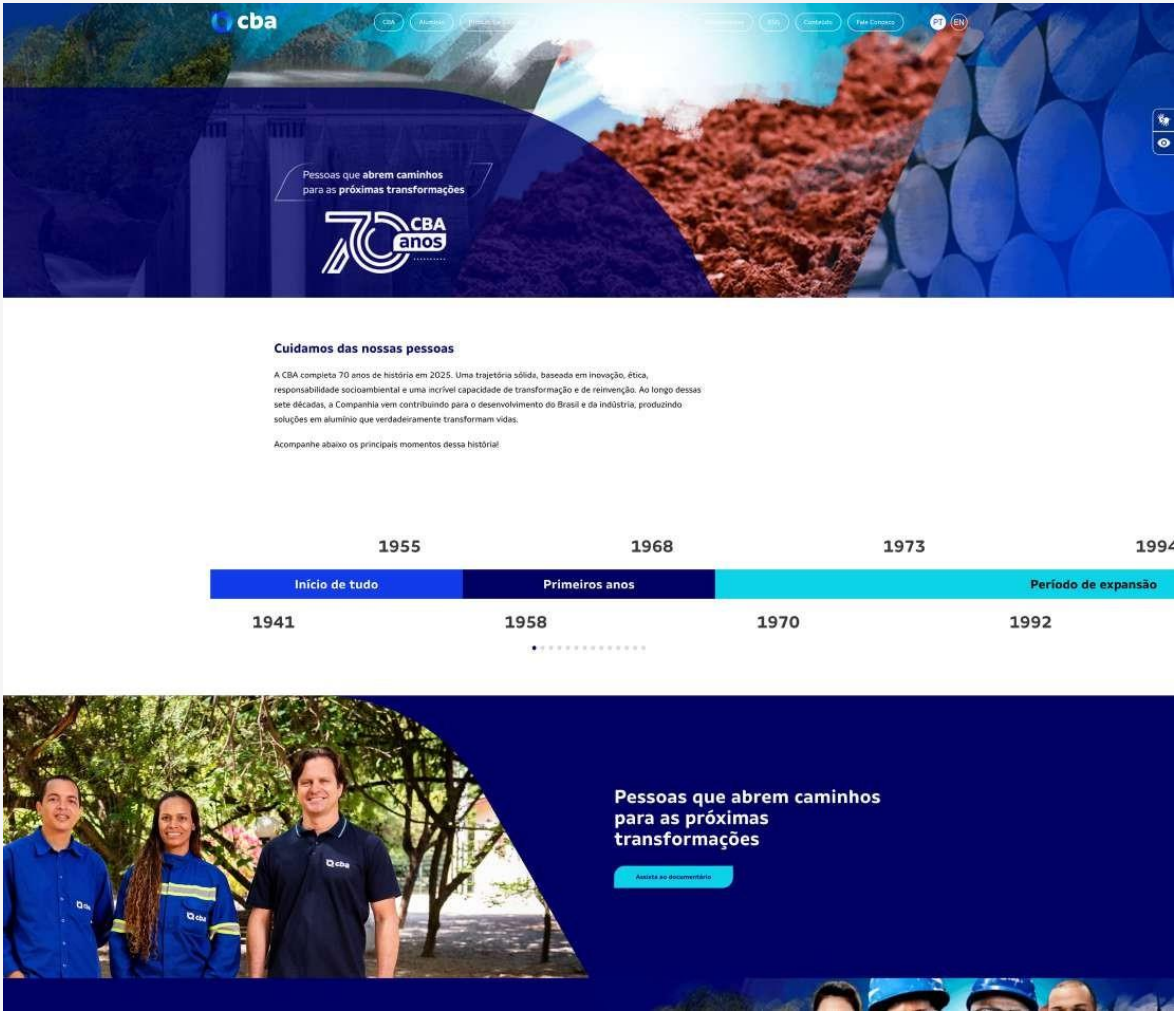
> One Page

- > 12.756.727 impressões
- > 419.483 cliques
- > 336.389 sessões
- > 104.756 sessões engajadas
- > 454.882 usuários únicos

*Dados até 06 de agosto de 2025.

Redes sociais

- > Instagram:
20 posts, 148.708 impressões
(engajamento 67% maior que outros temas na page company)
- > LinkedIn:
19 posts, 146.334 impressões
(engajamento 45% maior que outros temas na page company)



- > YouTube:
177 mil views no documentário
“Pessoas que abrem caminhos para as próximas transformações”



- 1 milhão de views no documentário
“Soluções em alumínio que transformam vidas”



- 3 episódios da websérie, somando mais de 11 mil visualizações orgânicas





Resultados e evidências

Campanha de mídia

- > 1 branded content
- + de 3,3 milhões de impressões na Exame



Eventos

- > 40 convidados no jantar
- > 250 brindes produzidos



Exposição Memória Votorantim

- > 40 convidados para o lançamento
- > 120 visitas à exposição até 31 de julho de 2025
- > 176 itens/equipamentos produzidos exclusivamente para a exposição



[Clique aqui para ter acesso a todas as evidências das ações realizadas ao longo da campanha.](#)

Equipe



Equipe envolvida

Participaram as agências Fun Business, OMZ, Go&Grow, Global Ad e Fato Relevante e houve apoio de áreas internas como TI, RH, Segurança e Manutenção.

Abaixo, as pessoas e respectivas áreas da CBA e/ou agências que participaram do projeto:

CBA		Agências de Comunicação				
Comunicação Corporativa	Áreas de apoio	Fun Business (Eventos)	OMZ (Mídia)	Go&Grow (Peças da campanha)	Global Ad (Redes Sociais e Peças externas)	Fato Relevante (PR)
Andressa Lamana - Diretora de Pessoas & Digital	José Márcio Marques - Gerente de Manutenção e Gestão de Ativos	Patrícia e Priscila Sousa - Sócias Diretoras	Mayra Cordeiro - Sócia Diretora	Cristiano Coppus - Sócio Diretor	João Carapeto, Morgana Mór e Vinícius Ghise- Sócios Diretores	Cristina Maiello - Diretora Executiva
Bruna Di Monaco - Gerente de Comunicação	Marcionílio Neto- Gerente de Segurança do Trabalho	Dyomara Wicznovski - Produtora	Camila Ferrari- Atendimento	Luzya Oliveira- Coordenadora	Catherine Adam - Atendimento	Fernando Rubino - Diretor da conta
Fernanda dos Santos, Carina Paulino, Evandro Motta e Ludyane Lara - Consultores de Comunicação	Silvio Smolli - Gerente de Facilities			Ana Carolina Mendes e Dandara Leão - Atendimentos		Cleide Rodriguez - Gerente da conta
Michele Santos, Beatriz Braga e Gabriela Marquito - Analistas de Comunicação	Marcello Giffoni - Gerente Geral de DHO (Desenvolvimento Humano e Organizacional)					Juliana Pedigone - Atendimento
Rayane Pato e Sophia Lacerda, assistente e estagiária	Leandro Faria e Lígia Carvalho - Gerente-geral e Coordenadora de Sustentabilidade					
	Luís Carlos Maldaner - Gerente de TI					
	Érica Fonseca - Secretária Executiva					

Pessoas que **abrem caminhos** para as **próximas transformações**



75 CBA
anos

