

PRÊMIO JATOBÁ 2025

CATEGORIA: Experiência de Marca

Mineração Sustentável, Comunidade Viva:

Anglo American valoriza a tradição
de comunidades anfitriãs



Contexto

Sobre a Anglo American

Fundada em 1917, na África do Sul, a Anglo American é líder global em mineração com produtos essenciais para quase todos os aspectos da vida moderna. Comprometida com a produção responsável de cobre, minério de ferro premium e nutrientes agrícolas, a empresa contribui de forma direta para descarbonização e efeitos positivos para o combate à mudança climática.

Com o desafio de tornar-se referência global no setor de mineração até 2028, a Anglo American no Brasil estrutura sua atuação em pilares de excelência operacional, entrega de projetos, gestão de custos e investimentos e, sobretudo, sustentabilidade. Na prática, essa proposta é traduzida na forma como a empresa se relaciona com os territórios onde está presente e com comunidades anfitriãs, buscando apoiá-las para que se tornem cada vez mais prósperas e autônomas.

Com esses direcionadores definidos, a gerência de Comunicação da Anglo American trabalha com um Mapa Estratégico de ações e projetos voltados a potencializar os negócios e a reputação da companhia no Brasil. Para isso, aposta em uma comunicação confiável, segmentada e intencional, adequada a seus públicos prioritários.

Em cada oportunidade de relacionamento, a Anglo American busca se posicionar e reafirmar o propósito de **reimaginar a mineração para melhorar a vida das pessoas**.

Exposibram: espaço estratégico de marca e relacionamento

Com essa intencionalidade, a Anglo American definiu sua estratégia de participação na **Exposibram 2024**.

A **Exposibram – Expo & Congresso Brasileiro de Mineração**, organizada pelo Instituto Brasileiro de Mineração (IBRAM), é um dos principais eventos do setor mineral na América Latina. Reúne mineradoras, fornecedores, pesquisadores, autoridades e outros públicos de interesse, funcionando como vitrine para inovações tecnológicas, equipamentos e serviços, além de fórum de debates sobre legislação, sustentabilidade, mineração responsável, transição energética, desafios ambientais e cadeia produtiva.

O evento também se destaca pelas cifras que movimenta: apenas nas edições de 2022 e 2023, as rodadas de negócios movimentaram mais de **R\$ 8 bilhões**, segundo dados do IBRAM. Em 2024, a Exposibram foi realizada em Belo Horizonte (MG), com uma estrutura montada em 15 mil m², com espaço para palestras, feiras e rodadas de negócio, além de cerca de 600 estandes.

Assim, a Exposibram representa uma oportunidade relevante de **posicionamento de marca, fortalecimento de propósito e construção de relacionamentos**. Por isso, mais do que marcar presença institucional, a Anglo American buscou apresentar

a diferença concreta que vem promovendo nos territórios em que atua. O desafio foi construir um espaço de exposição que traduzisse esse compromisso por meio de narrativas autênticas, a partir da cultura e da riqueza locais, transformando mensagens em experiências reais para participantes e visitantes.



Principais objetivos do projeto



Evidenciar a atuação voltada à preservação da cultura e à criação de legado para as comunidades.



Garantir a participação de porta-vozes da empresa em painéis estratégicos.



Demonstrar o impacto positivo da mineração.



Fortalecer a imagem e a reputação da Anglo American como empresa que busca reimaginar a mineração para melhorar a vida das pessoas.



Público-alvo



Público externo: CEOs e executivos, profissionais da indústria global de mineração, empresários da cadeia de suprimentos, imprensa, formadores de opinião e demais atores estratégicos do setor mineral. Segundo dados do IBRAM, a edição de 2024 da Expositram contou com cerca de 86 mil visitantes.

Estratégia

A concepção do projeto teve início cerca de oito meses antes do evento. Desde o princípio, a proposta da Anglo American foi construir um estande capaz de mostrar o contexto dos territórios de atuação da empresa, especialmente nos municípios de **Conceição do Mato Dentro (MG) e Barro Alto (GO)**, localidades de suas principais operações: a de minério de ferro, em Minas Gerais, com 25 milhões de toneladas produzidas em 2024; e a de níquel, em Goiás, com 39,4 mil toneladas no mesmo período.

O desafio da equipe responsável foi estudar os territórios em duas dimensões: a **física e natural** e a **sociocultural**. A partir dessa análise, foram escolhidos símbolos representativos de cada região e elementos comuns que unem as comunidades. Esses elementos serviram como base para a narrativa do espaço expositivo.

Desenvolvimento

Mineração sustentável, comunidade viva

A Anglo American inovou ao ir além do conceito tradicional de estande em feiras. Em vez de um espaço expositivo estático, buscou reproduzir parte da dinâmica da vida nas comunidades onde a empresa atua, com ênfase para história, memória, saberes e tradições locais.

O coração do projeto foi a recriação de uma praça típica do interior, ambiente representativo nos territórios de atuação da empresa. O espaço simboliza encontros, troca de conhecimentos e histórias compartilhadas, reforçando que mineração, cultura, comunidade e sustentabilidade podem coexistir de forma harmônica.

O conceito "Mineração Sustentável, Comunidade Viva" norteou cada detalhe do projeto. A proposta foi mostrar que, para além da atividade produtiva, a mineração pode ser vista como impulsionadora do desenvolvimento sustentável, da preservação da cultura e da criação de legados duradouros nas comunidades.

Inspirado pela beleza da Serra do Espinhaço e do Cerrado, o estande foi concebido como uma praça aberta, acolhedora e multifuncional, pensada para estimular encontros, conversas e trocas de experiência. Essa interação entre pessoas colocou a comunidade no centro, como protagonista da mudança.



Comunidade representada

A comunidade esteve presente em cada detalhe da cenografia e das experiências apresentadas:

- **Símbolos marcantes e tradições locais, como a própria praça e a apresentação musical de voz e violão em duas noites do evento, valorizando a cultura regional.**
- **Produtores de queijo e de doces foram representados por seus produtos, criando uma conexão direta entre visitantes e comunidades.**
- **Gastronomia regional em destaque, com degustações de queijos e doces, ressaltando a qualidade e a identidade dos territórios.**
- **O resultado foi um estande interativo, dinâmico, inclusivo e, por que não dizer, emocionante.**

O espaço contou com assessoria de acessibilidade, compreendendo rampas de acesso, áreas de circulação adaptadas, piso tátil, bancadas em altura adequada, sinalização acessível e audiodescrição, garantindo uma experiência inclusiva para todas as pessoas.



[Clique aqui e faça um tour pelo estande](#)

Cenografia e experiências: um mergulho nos territórios

Quem visitou o estande, que tinha 60 m², encontrou um ambiente vivo e pulsante, marcado por cenografia afetiva, capaz de evocar lembranças de infância, cheiros familiares e a sensação acolhedora de uma praça de interior.

A proposta era clara: emocionar, despertar curiosidade e criar conexões reais. O design e a ambientação tiveram papel fundamental em mostrar, de forma leve e envolvente, como mineração, cultura, comunidade e sustentabilidade podem caminhar juntas.

Elementos marcantes:

- **“Olhar pela janela”:** painéis cenográficos que exibiam cenas da vida e da produção artesanal das comunidades, como queijos e doces, aproximando os visitantes da realidade local.
- **Coreto central:** ponto de encontro e espaço “instagramável”, reforçando a presença do estande dentro e fora da feira.
- **Vendinha:** expôs e ofereceu para degustação itens como queijos, doces e cafés de projetos apoiados pela Anglo American, cada um trazendo uma história de desenvolvimento local ligada a programas como Crescer e Desenvolvimento Regional Colaborativo, que buscam a diversificação econômica das comunidades anfitriãs da empresa.
- **Mudas de temperos verdes:** visitantes do estande receberam mudas de temperos frescos, como cebolinha, coentro e alecrim, como forma de reforçar e valorizar a culinária regional.

Experiência sensorial

Estímulo aos sentidos:

- **Aroma da pipoca** que estava sendo distribuída na praça, criando clima de interior.
- **Oficina de bonecas** inspirada no projeto Pérola Negra, apoiado pela empresa, e voltada à confecção de bonecas de pano pelos visitantes, valorizando o trabalho de mulheres artesãs da comunidade de São José da Ilha (Dom Joaquim/MG), que estavam presentes para ensinar os participantes da oficina.

Essas vivências despertavam a curiosidade, a empatia e o sentimento de pertencimento de quem passou pelo estande.

Conexão com a marca empregadora

O espaço também reforçou a Anglo American como **marca empregadora**. A partir de QR Codes em papéis afixados em um painel de rolhas, os visitantes eram direcionados para o portal “Trabalhe Conosco”, com oportunidades de vagas e carreira na Anglo American. O suporte, que remetia a murais comunitários, uniu tradição e tecnologia, proporcionando uma experiência curiosa e interessante para quem participou da interação.

Imersão tecnológica

A tecnologia foi apresentada como pilar estratégico da marca. Um **totem interativo** proporcionou uma visita virtual à **Estação Ciência**, centro de referência em cultura, educação e biodiversidade. O espaço, criado e mantido pela Anglo American em Conceição do Mato Dentro (MG), já recebeu mais de 50 mil visitantes desde a sua abertura, em 2014. Entre suas atrações, estão exposições, borboletário, viveiro de mudas, jardim temático, anfiteatro e áreas de pesquisa.

[Clique aqui e confira o vídeo da Estação Ciência](#)

[Clique aqui e confira a visita virtual](#)

Lembrança e carinho em forma de postais

Resgatando a afetividade dos encontros, a Anglo American disponibilizou **cartões postais ilustrados**. Quem visitou o estande teve a oportunidade de escrever mensagens para familiares e amigos que, posteriormente, foram enviadas pelos Correios — um gesto simples, mas de grande valor simbólico.



Imprensa

A Anglo American estruturou uma agenda estratégica para jornalistas durante a Expositram, reforçando o compromisso com o diálogo, a transparência e a divulgação responsável.

Na abertura da feira, o estande recebeu 16 jornalistas para bate-papo com **Ana Sanches**, presidente da Anglo American no Brasil. O encontro gerou ampla cobertura em veículos nacionais, estaduais e setoriais, fortalecendo a imagem da empresa por meio de sua principal liderança.

Press kit especial

O kit preparado para a imprensa combinou informação e experiência, contendo:

- Produtos de projetos sociais apoiados pela Anglo American, como bolsa bordada artesanalmente, queijo artesanal, doce de leite e boneca de pano;
- Conteúdo detalhado sobre as ações, além de toda a programação da Anglo American na Expositram;
- Texto assinado por **Ana Sanches**, apresentando sua visão sobre desenvolvimento sustentável e mineração responsável.



Investimento

Para a execução do estande, o valor investido pela Anglo American foi de R\$ 635.825,00, considerando o aluguel do espaço na feira e a montagem da estrutura com as ações de ativação de marca. Paralelamente, a empresa também entrou como patrocinadora da Expositram com a cota de R\$ 300 mil.

Equipe envolvida

Por parte da Anglo American, a realização do estande na Expositram contou com o envolvimento direto da equipe de Comunicação. Entre as parcerias, estão: Panda – Inteligência em Eventos, no planejamento e execução do projeto; Agência Casasanto, na criação da identidade visual e peças gráficas; Griô, na produção de vídeos; e Oficina Consultoria, na assessoria de imprensa.

Resultados

Uma experiência memorável

Por meio de seu estande, a Anglo American proporcionou uma **experiência única aos participantes**. O espaço educou, emocionou e engajou as pessoas, conectando visitantes, comunidades e empregados em torno de um objetivo comum: entender a mineração como vetor de desenvolvimento sustentável, valorização cultural e transformação social positiva.

A companhia mostrou que, ao abrir espaço para o diálogo e para a valorização de suas comunidades, a mineração deixa de ser apenas uma atividade econômica e se transforma em um lugar de encontros, aprendizados e compartilhamentos - **uma praça viva**.

Os detalhes da cenografia e das experiências foram cuidadosamente planejados para transmitir emoção e criar conexões autênticas. Da vendinha à oficina de bonecas, do cheiro de pipoca ao tour virtual pela Estação Ciência, cada elemento reforçou os laços entre **comunidade, cultura e sustentabilidade**.

A Anglo American, por sua vez, evidenciou que sua presença nos territórios está diretamente ligada à **vida pulsante das comunidades**. O estande tornou-se, de fato, uma praça viva, onde tradição, inovação e emoções se encontraram para contar uma história única: a de que a mineração pode — e deve — ser agente de desenvolvimento humano, social e ambiental.

Esse conjunto de experiências e conexões foi reconhecido oficialmente, resultando na premiação de **melhor estande na categoria Expositor entre os expositores da Exposibram**.



Pesquisa de satisfação

Para avaliar a experiência dos visitantes no estande da Anglo American durante a Expositram 2024, foi realizada uma pesquisa de satisfação que trouxe resultados extremamente positivos e valiosos para futuros aprimoramentos.

Principais resultados

Experiência geral: a maioria dos participantes classificou a visita como excelente, alcançando uma média de 4,94 em uma escala de 1 a 5.

- **Expectativas atendidas:** o estande superou as expectativas de 359 pessoas (75%), atendeu totalmente outras 118 (24,6%), e apenas 2 (0,4%) consideraram que deixou a desejar.
- **Estrutura e atrações:** receberam avaliação altamente positiva, com 395 visitantes (83%) afirmando que superaram suas expectativas e 83 (17%) que consideraram plenamente atendidas.
- **Equipe atenciosa:** destaque absoluto para o atendimento: 461 participantes (94%) avaliaram a equipe como muito atenciosa e 28 (6%), como atenciosa, sem qualquer avaliação negativa.
- **Clareza e relevância das informações:** nota média de 4,85, em uma escala de 1 a 5, reforçando a qualidade da comunicação.
- **Recomendações:** de 477 respondentes, 476 recomendariam a visita ao estande para outras pessoas, representando 99,8%.

Aspectos mais elogiados: os participantes destacaram a criatividade, a receptividade e a organização como os pontos fortes do espaço.

Imprensa

A estratégia de comunicação da Anglo American durante a Expositram 2024 trouxe resultados expressivos e reforçou a presença da companhia na mídia nacional e regional. O trabalho estruturado de relacionamento com jornalistas garantiu visibilidade ampla e qualificada, fortalecendo a imagem da empresa como referência em inovação, sustentabilidade e engajamento comunitário.

Ao longo do mês de setembro de 2024, tivemos 143 matérias relacionadas à Anglo American na Expositram, publicadas em veículos de alcance nacional, estadual, setorial e local. O espaço conquistado equivaleu a cerca de R\$ 800 mil em retorno de mídia espontânea.

No cenário nacional, a maior repercussão veio das entrevistas concedidas pela presidente da Anglo American no Brasil, Ana Sanches.

Já na mídia estadual, local e especializada, os maiores impactos vieram das pautas impulsionadas pelos releases preparados pela assessoria de imprensa, que divulgaram ações como o tour virtual da Estação Ciência, as quatro premiações de inovação conquistadas pela empresa – realizadas pelo IBRAM e entregues durante a Expositram – e o reconhecimento como um dos melhores estandes da feira.

Além disso, veículos de imprensa que acompanharam o evento in loco e a própria organização da Expositram ajudaram a ampliar a visibilidade, registrando citações e declarações de porta-vozes da Anglo American em painéis e na abertura oficial. Outro destaque foi a recorrente menção à companhia como uma das empresas patrocinadoras do evento, reforçando seu protagonismo.

O saldo foi uma cobertura abrangente, diversificada e de alto valor, que deu visibilidade ao estande e às iniciativas da Anglo American, e ainda consolidou a reputação da empresa como agente de transformação e parceira no desenvolvimento sustentável das regiões onde atua.

Os resultados conquistados na Expositram 2024 demonstram que a Anglo American conseguiu unir inovação, relacionamento e impacto em um mesmo projeto. Do reconhecimento da imprensa ao engajamento do público, passando pela premiação do estande e pela altíssima satisfação dos visitantes, ficou evidente que a proposta de criar uma praça viva cumpriu seu papel: aproximar comunidades, valorizar culturas, reforçar a marca e mostrar a mineração como agente de desenvolvimento sustentável e humano.



