

Por dentro da caixinha

Educação para consumidores

Troféu Jatobá - Prêmio Excelência e Inovação em PR



Com

JeffreyGroup



Por dentro da caixinha

Contexto

Como mostrar aos consumidores a importância de uma embalagem para a segurança dos alimentos e redução do impacto ambiental da sua fabricação e consumo?

A Tetra Pak, líder global em soluções para o processamento e envase de alimentos, enfrenta no Brasil o desafio de educar o consumidor para a realização de escolhas conscientes em relação às embalagens – ainda que tenha uma atuação B2B e chegue ao público final por meio de produtos fabricados por seus clientes.

Além disso, categorias de alimentos com grande representatividade para a Tetra Pak, como os sucos, são alvo de críticas por seu conteúdo nutricional, com a disseminação do uso do termo “suco em caixinha” como sinônimo de produto com muito açúcar e baixo valor nutricional.



Por dentro da caixinha

Contexto



Parceira da Tetra Pak no Brasil desde 2016, a JeffreyGroup tem como um dos principais objetivos de comunicação aproximar a empresa dos consumidores e promover a percepção sobre os benefícios das embalagens cartonadas, posicionando-as como a melhor opção do mercado.

Para isso, no contexto da celebração dos 60 anos de presença da empresa no país, a agência desenvolveu, em conjunto com o time de Comunicação Corporativa, uma estratégia que buscou alcançar os consumidores por meio de uma rede de esclarecimento, ativando os diferentes territórios de afinidade com as mensagens da Tetra Pak.

Com foco nas principais esferas de influência ao consumidor – profissionais de saúde e nutrição líderes de opinião, imprensa e influenciadores digitais - foram desenvolvidas ações em diferentes canais de comunicação, com conteúdo sobre o desafio de se alimentar bem e os benefícios da tecnologia da Tetra Pak nesse cenário.

Por dentro da caixinha

Engajamento de KOLs

A estratégia envolveu uma parceria com o Grupo Estado para a geração de conteúdo de esclarecimento endossado por KOLs de saúde, nutrição e engenharia de alimentos.

A parceria teve início com um debate entre a nutricionista Silvia Cozzolino, professora da Universidade de São Paulo (USP) e atual presidente do Conselho Regional de Nutrição da 3ª Região (SP – MS); o pediatra Jaime Murahovschi, professor da Escola Paulista de Medicina; e o Diretor de Marketing da área de Processamento da Tetra Pak, Pedro Gonçalves.

Transmitido ao vivo em vídeo pelos canais digitais do Estadão e da Rádio Eldorado, o conteúdo da discussão deu origem a boletins de rádio, posts no Facebook, uma brand page do projeto no Portal Estadão e um caderno especial, que integrou a versão impressa do jornal distribuída nacionalmente.



Por dentro da caixinha

Branded content



Na versão impressa do jornal, o conteúdo incluiu, além da cobertura do debate, informações sobre as opções para uma alimentação prática e saudável, abordando a diferença entre os diferentes tipo de bebidas – suco integral, néctar e refresco; o trabalho de Pesquisa & Desenvolvimento voltado à inovação na indústria de alimentos; os mitos e verdades sobre as embalagens em caixinha e um infográfico com o raio-x da caixinha: com detalhes sobre suas diferentes camadas, a tecnologia de proteção dos alimentos, a composição com materiais de fontes renováveis e o fato de serem 100% recicláveis.

O mesmo conteúdo foi disponibilizado também no portal Estadão.com e replicado no site corporativo da Tetra Pak e em seu canal Institucional no Facebook.

ESPECIAL SEGURANÇA ALIMENTAR

Mitos e verdades sobre alimentos em caixinha

Sim "O alimento industrializado preserva a qualidade e a segurança alimentar, além de ser mais prático e seguro para o consumo." **Não** "A indústria não produz alimentos mais seguros do que os produzidos em casa." **Sim** "A indústria utiliza processos de produção que garantem a segurança dos alimentos." **Não** "A indústria utiliza produtos químicos nocivos para a saúde." **Sim** "A indústria utiliza materiais de embalagem que são 100% recicláveis." **Não** "A indústria utiliza materiais de embalagem que são não recicláveis." **Sim** "A indústria utiliza processos de produção que garantem a segurança dos alimentos." **Não** "A indústria utiliza produtos químicos nocivos para a saúde." **Sim** "A indústria utiliza materiais de embalagem que são 100% recicláveis." **Não** "A indústria utiliza materiais de embalagem que são não recicláveis."

Muito mais que uma embalagem

1 **PROTEÇÃO** A embalagem em caixinha protege o alimento contra a contaminação por microrganismos, luz e oxigênio, garantindo a segurança e a qualidade do produto.

2 **PROTEÇÃO EM SUAS CAMADAS** A embalagem em caixinha é composta por três camadas: uma camada interna de alumínio, uma camada intermediária de polietileno e uma camada externa de papelão.

3 **AMBIENTE RESPONSÁVEL** A embalagem em caixinha é produzida com materiais de fontes renováveis e é 100% reciclável.

4 **TECNOLOGIA AVANÇADA** A embalagem em caixinha utiliza tecnologia avançada para garantir a segurança e a qualidade do alimento.

Por dentro da caixinha

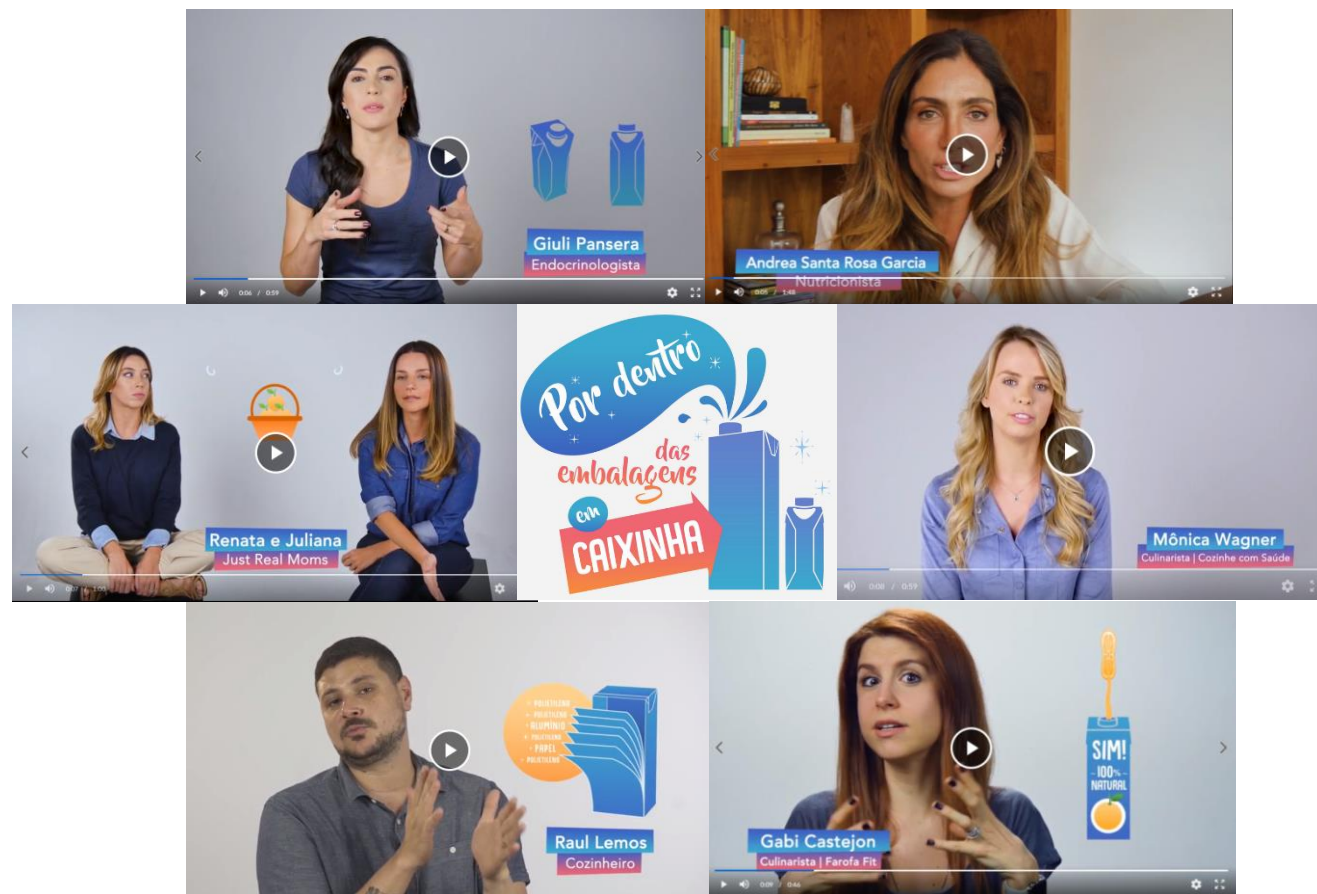
Campanha digital



Em outra frente, foi criada uma rede de embaixadores digitais ligados aos territórios aderentes à atuação da Tetra Pak: saúde & bem-estar, nutrição, culinária e gastronomia, maternidade e fitness.

Sete influenciadores personificaram os anseios e dúvidas dos consumidores em relação às embalagens cartonadas por meio da campanha “*Por dentro das embalagens em caixinha*”, com vídeos produzidos a partir de um quiz, com animações que ilustram como a tecnologia de processamento e embalagem da Tetra Pak é capaz de preservar os alimentos sem o uso de conservantes e como é possível ter alimentos totalmente naturais em caixinha.

[Link to video](#)

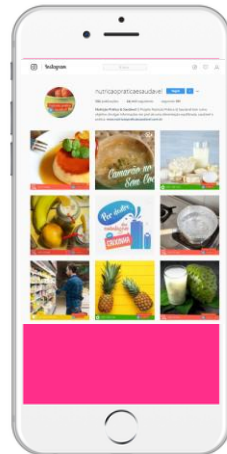


Por dentro da caixinha

Canais próprios



Todos os conteúdos produzidos – tanto na parceria com o Grupo Estado, como pelos influenciadores digitais foram replicados na plataforma digital da Tetra Pak, que inclui o site corporativo e os canais do Blog Nutrição Prática & Saudável no Instagram e Facebook e o página Tetra Pak Brasil no Facebook.



Por dentro da caixinha

Experiência

Com o objetivo de amplificar a disseminação das mensagens da campanha, um evento reuniu outros influenciadores digitais em uma dinâmica que incluiu a apresentação da campanha e um bate-papo entre os embaixadores - que relataram como a parceria transformou a sua percepção sobre os produtos em embalagens da Tetra Pak e como eles passaram a incluir essas opções em sua alimentação.

Como a experiência foi criada com o objetivo de promover um contato direto com os produtos em caixinha, o menu do evento foi composto de receitas preparadas com ingredientes em embalagens da Tetra Pak, desde finger foods e bebidas, ao prato principal e a sobremesa.

Os convidados participaram ainda de uma aula show com o influenciador Raul Lemos, que preparou uma receita autoral com dicas que incluíam o uso de ingredientes em caixinha.



Resultados



Branded content



Campanha digital



Resultados orgânicos na plataforma Estadão

- **Versão impressa:** 850.600 pessoas alcançadas
- **Brand page online:** 78.528 visitantes únicos / 99.689 page views / 75.440 sessões
- **Mídia de engajamento:** 1,5 milhão de impressões
- **Rádio** 1,24 milhão de pessoas alcançadas (155 inserções)
- **Facebook:** alcance: 241.882 / Engajamento: 987 (6 posts) / Visualizações do debate ao vivo: 15.000

Resultados orgânicos nos canais dos influenciadores

- Total de posts: 49
- Alcance: 518.359 de pessoas
- Video views: 51.951
- Engajamento: 13.627

Owned channels

- Total of posts: 45
- Total reach of 578,864 people
- Video views: 134,345
- Engagement: 9,163

Em conjunto, a rede de influência que veiculou 100 postagens, a versão impressa do jornal e as inserções em rádio alcançaram mais de **3 milhões de consumidores** em todo o Brasil



#PorDentroDaCaixinha

#ProtegeOQueÉBom

#TetraPakBrasil

Thank you!
Obrigado!
Gracias!



com

JeffreyGroup