

CASE

Coca-Cola Brasil

Título do Caso:

Feita com todo o Brasil

Categoria:

Comunicação Integrada

Coca-Cola
Brasil

bananabr

1

Nome da empresa proponente do caso

Coca-Cola Brasil

2

Introdução – breve apresentação institucional da empresa proponente

Há mais de 80 anos no Brasil, a Coca-Cola construiu mais que um portfólio de 60 marcas e um dos maiores sistemas de bebidas do país: construiu raízes. Está presente em mais de 1 milhão de pontos de venda, apoia 25 mil agricultores familiares e gera, direta e indiretamente, mais de 570 mil empregos.

Mais do que ícone de consumo, a companhia tornou-se parte da vida cultural, social e econômica do Brasil. Um agente institucional comprometido com inclusão, sustentabilidade e comunidades, cuja atuação reforça que estar no país é contribuir ativamente para o seu desenvolvimento.

3

Nome e breve apresentação institucional da empresa referência do caso

BananaBR Comunicação — agência parceira da Coca-Cola Brasil responsável pela arquitetura criativa e orquestração de canais da campanha “Feita com todo o Brasil”.

Com 15 anos de atuação, a BananaBR é especialista em branding, comunicação integrada e live marketing, desenvolvendo estratégias que unem negócios, cultura e reputação.

A campanha contou também com a parceria da **Edelman**, que liderou as estratégias de PR e mídia editorial em grandes veículos, ampliando o alcance institucional.

4

Nome, email e telefone da pessoa de contato

Nome: Rafael Schaeppi da Silva
Email: Rafael.silva@bananabr.com
Telefone: (21) 99700-3539

5

Título do caso

Feita com todo o Brasil

6

Categoria

Comunicação Integrada

7

Síntese do Caso

Em 2025, a Coca-Cola Brasil definiu como objetivo estratégico reforçar seu papel de empresa comprometida com o desenvolvimento do país. Mais do que apresentar seus produtos, era preciso evidenciar sua contribuição para a economia, para a sociedade e para a vida dos brasileiros — consolidando uma reputação corporativa sólida e um ambiente de negócios saudável junto a stakeholders institucionais, opinião pública e sociedade civil.

Foi nesse contexto que nasceu **“Feita com todo o Brasil”**, uma campanha integrada que transformou dados em narrativas humanas e histórias em reputação. Com um ecossistema multicanal — filme hero, OOH com inteligência artificial, mini-entrevistas, mídia editorial e até uma ação inédita em novela — a Coca-Cola Brasil mostrou sua integralidade: econômica, social, geográfica e cultural.

O mote central deixava claro: a marca não é apenas “feita no Brasil”, mas **“feita com todo o Brasil”**. Agricultores, empreendedores, colaboradores e consumidores se tornaram protagonistas da campanha. E em cada peça, um mesmo recado: a Coca-Cola Brasil é coautora do desenvolvimento do país.

8

Cenário

Em 2025, a Coca-Cola Brasil buscava fortalecer sua reputação corporativa e se posicionar como empresa comprometida com o desenvolvimento do país. O objetivo era consolidar um ambiente de negócios favorável, mostrando aos diferentes stakeholders — sociedade civil, formadores de opinião e lideranças institucionais — a dimensão de sua contribuição socioeconômica e humana.

O **Estudo SEIS (Social Economic Impact Study)**, conduzido pela consultoria Steward Redqueen, trouxe dados robustos: mais de 1 milhão de pontos de venda parceiros, 570 mil empregos diretos e indiretos, 25 mil agricultores familiares apoiados. Números expressivos, mas que por si só poderiam soar distantes. O verdadeiro desafio era transformar métricas em histórias reais, capazes de gerar identificação, reforçar pertencimento e evidenciar a verdade do impacto da Coca-Cola Brasil no cotidiano nacional.

9

Soluções – Estratégias e Ações Implantadas

Hero Content – Filme Manifesto

O ponto de partida foi um filme manifesto narrado por um caminhoneiro — metáfora da capilaridade logística da Coca-Cola e de sua conexão com cada canto do Brasil. A trilha sonora de “A Vida do Viajante” (Luiz Gonzaga) funcionou como gancho cultural e emocional, capturando a atenção nos primeiros segundos e costurando a narrativa de pertencimento. Mais que trilha, tornou-se assinatura sonora da campanha, repetida em todos os desdobramentos, reforçando consistência e qualidade de execução.

Mote Criativo – “Feita com todo o Brasil”

Mais do que slogan, o mote foi a alma da campanha. Inspirado na ideia de que a Coca-Cola Brasil é tão brasileira quanto o avô do bisavô que, mesmo vindo de fora, ajudou a formar o país. Não bastava dizer “feita no Brasil”: era preciso afirmar que ela é **feita com todo o Brasil** — construída por agricultores, comerciantes, jovens talentos e consumidores. O mote deu legitimidade institucional, potência emocional e coerência estratégica, tornando-se a linha mestra de planejamento e execução.

Peças de Impacto – OOH com Inteligência Artificial

As peças de OOH uniram inovação e verdade. A partir de fotografias reais de personagens, foram criadas composições visuais com inteligência artificial que materializavam os números mais relevantes do Estudo SEIS (Social Economic Impact Study) — empregos, pontos de venda e agricultores. O resultado: escala produtiva, impacto visual e, sobretudo, verdade preservada. Uma solução inédita no setor, que mostrou como integrar tecnologia de forma criativa, eficiente e responsável ao discurso institucional.

Mini-entrevistas – Histórias Humanizadas

Os mesmos personagens foram protagonistas de entrevistas audiovisuais que revelaram como a marca transformava vidas:

- Dona Antônia, comerciante que dobrou suas vendas com capacitação em trade marketing.
- Seu Ambrósio, agricultor que aumentou sua produtividade com técnicas de manejo sustentável.
- Marcos, colaborador que encontrou oportunidades de crescimento e hoje inspira outros jovens.

Esses relatos funcionaram como prova social: estatísticas ganhando rosto, números virando histórias. A verdade aparecia pela voz de quem vive o impacto todos os dias.

PR e Mídia Editorial

Com a Edelman, a narrativa extrapolou a publicidade e ocupou espaços editoriais em veículos como Folha, Estadão e Globo. Branded content e matérias patrocinadas reforçaram legitimidade e ampliaram reputação junto a formadores de opinião.

Branded Content em Entretenimento – Integração em Novela

A campanha ainda teve um capítulo inédito: uma aparição em Vale Tudo, marco da teledramaturgia brasileira. Na cena, a personagem Raquel relembra que, no início da carreira, contou com o apoio da Coca-Cola e agora passa a fornecer catering para os eventos da companhia. Mais que inserção, foi um gesto cultural poderoso, que reforçou a narrativa de pertencimento e verdade: a Coca-Cola Brasil é parte das histórias que moldam o país.

Orquestração Multicanal

O diferencial foi a consistência. Do caminhoneiro ao Gonzagão, do OOH à novela, tudo dialogava sob a mesma mensagem. TV, YouTube, redes sociais, mídia editorial e entretenimento trabalharam em sinergia, criando impacto cumulativo e percepção integrada: a Coca-Cola Brasil é feita com todo o Brasil.

10

Resultados

Quantitativos

A campanha alcançou escala nacional com forte desempenho em mídia digital, OOH e imprensa, superando significativamente as metas planejadas.

- 155,8 milhões de impressões entregues (100,5% do planejado)
- 46,5 milhões de views em vídeo, 244,5% acima do previsto
- 357,3 mil cliques, 180,9% acima do planejado — demonstrando alta responsividade do público
- Distribuição nacional com presença em OOH de alta visibilidade em locais estratégicos:
 - Conjunto Baracat (Conic) em Brasília
 - Aeroportos de Congonhas (SP), Fortaleza e Porto Alegre
- Forte presença em mídia editorial premium: Valor Econômico e O Globo publicaram reportagens e peças institucionais integradas à campanha
- A campanha também esteve presente em podcasts no Spotify, como o “Café da Manhã”, com taxa de conclusão de 79%, superando benchmarks de mercado
- **Resultados de PR expressivos:**
 - 94 publicações no total
 - 18 publicações em veículos Tier 1
 - 222,2 milhões de pessoas alcançadas
 - R\$ 3,305 milhões em ad value gerado por cobertura editorial espontânea

Qualitativos

- **Eficiência de mídia excepcional:** o CPM foi aproximadamente 25% mais rentável do que o esperado, e a performance em publishers premium foi mais de 12 vezes mais eficiente do que a campanha de 2024.
- **Alto engajamento em vídeo:** VTR de 16,08% no Hero Nacional (benchmark: 8,38%) e 82,3% em publishers premium, demonstrando atenção e interesse do público.
- **Presença multiplataforma:** a combinação de vídeo digital, OOH e mídia editorial construiu uma jornada integrada, ampliando awareness institucional e legitimando a mensagem em diferentes contextos de consumo.
- **Reputação corporativa fortalecida:** reconhecida como agente de impacto positivo, a Coca-Cola Brasil consolidou um ambiente de negócios saudável junto a stakeholders estratégicos.
- **Narrativa de pertencimento cultural:** o mote “Feita com todo o Brasil” reposicionou a empresa como co-autora da história brasileira.
- **Advocacy legítimo:** reforço do diálogo institucional com legisladores e formadores de opinião em debates relevantes.
- **Comunicação integrada exemplar:** reconhecida como case de orquestração multicanal com impacto cultural e institucional.

11

Anexos

Playlist Completa Feita com todo Brasil

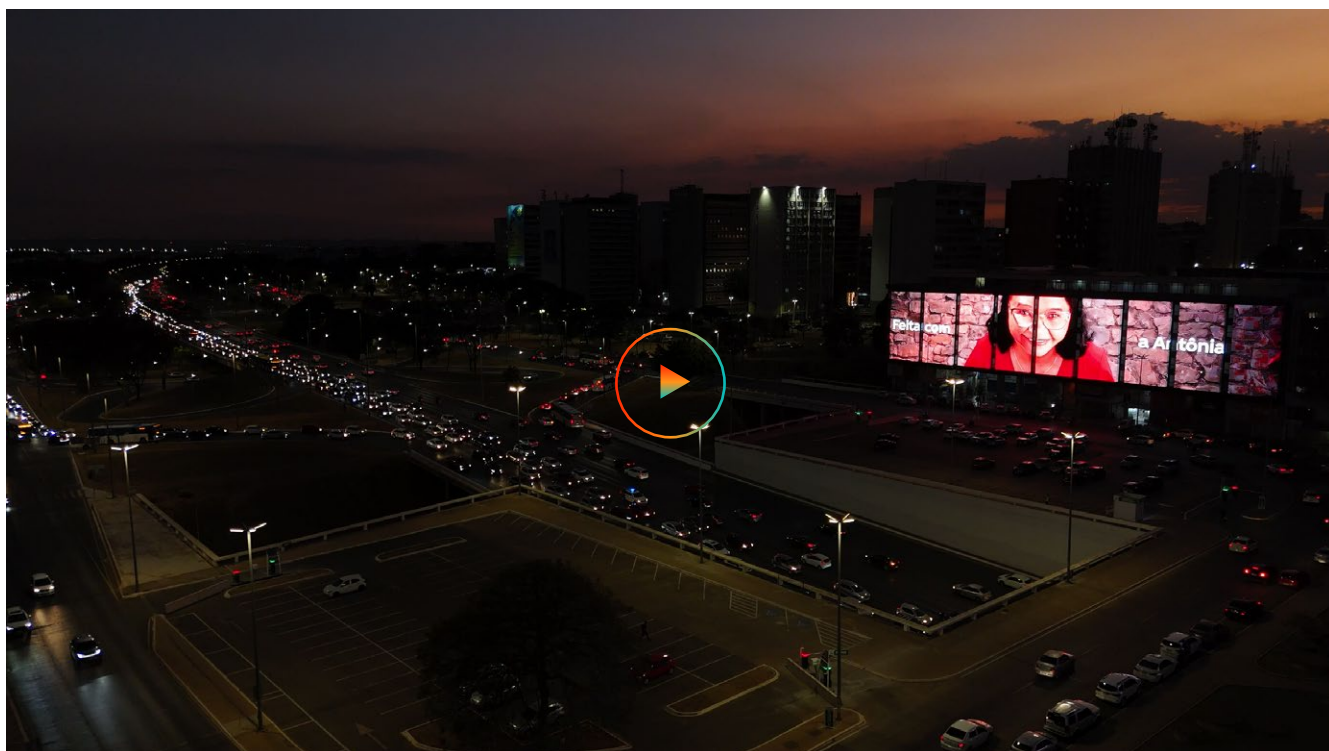
[Assista aqui](#)

Filme Hero – “Feita com todo o Brasil”



OOH Dona Antônia

[Assista aqui](#)



OOH Seu Ambrósio

[Assista aqui](#)

OOH Marcos

[Assista aqui](#)

Mini Entrevista Dona Antônia

[Assista aqui](#)



Mini Entrevista Seu Ambrósio

[Assista aqui](#)

Mini Entrevista Marcos

[Assista aqui](#)

Exemplo Branded content em veículos

[Metrópoles](#)

[Valor Econômico](#)

Branded Content em Entretenimento – Aparição na novela Vale Tudo



[Assista aqui](#)

[Assista aqui](#)

Anúncio no encarte especial de 100 anos do jornal O Globo

**Coca-Cola e jornal O Globo,
feitos com todo o Brasil.**

Há mais de 80 anos, a Coca-Cola desembarcou no país. E O Globo viu tudo. Parabéns por estar há 100 anos com os brasileiros.

O GLOBO 100

Coca-Cola vai investir R\$ 7 bi no país
RECURSOS SERÃO DESTINADOS A 14 NOVAS LINHAS DE PRODUÇÃO NO BRASIL. PASSO
SANTARADO PELA FORTE DEMANDA.

Coca-Cola
Brasil

Feita com
todo o Brasil

Saiba mais em unidospelopais.com.br

Anúncio no anuário da ABA (Associação Brasileira de Anunciantes)

Feita com
Dona Antônia

e
mais de

1
milhão
de comércios
no Brasil

O Sistema Coca-Cola Brasil é feito com a Dona Antônia
e com mais de **1 milhão de comércios**, mercados
e bares, espalhados por todo o país.

Coca-Cola
Brasil

Feita com
todo o Brasil

Saiba mais em unidospelopais.com.br

Anúncio na revista Afirmativa Plural

Feita com
o Marcos

e
mais de

70
mil
trabalhadores
brasileiros

O Sistema Coca-Cola Brasil é feito com o Marcos
e com mais de **570 mil trabalhadores brasileiros**
espalhados por todo o país.

Coca-Cola
Brasil

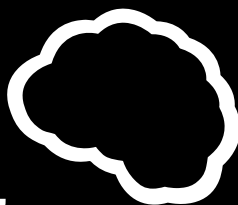
Feita com
todo o Brasil

Saiba mais em unidospelopais.com.br

Coca-Cola
Brasil

bananabr

**PRÊMIO
MARKETING
CONTEMPORÂNEO**



Coca-Cola
Brasil

bananabr