



Comunicando seu compromisso com a sustentabilidade

Guia para empresas

Comunicando sobre sustentabilidade: nossa visão

Desde 1987, a Rainforest Alliance tem trabalhado com parceiros para impulsionar práticas de negócios sustentáveis e responsáveis. Também apoiamos nossas empresas parceiras a comunicarem seus compromissos e impactos positivos para seus diferentes públicos.

Como parte de nosso compromisso contínuo com as empresas, desenvolvemos essas diretrizes que refletem os últimos aprendizados e tendências para ajudar a maximizar a credibilidade e eficácia da sua comunicação sobre sustentabilidade.

-- Equipe de Marketing da Rainforest Alliance



Comunicando sobre sustentabilidade de forma transparente, efetiva e autêntica

A sustentabilidade está no centro do que fazemos e é um tema de grande relevância para nossas empresas parceiras. Por isso, “sustentável” é uma palavra muito presente nos materiais de nossos parceiros. Porém, é também uma palavra que deve ser usada com cautela para garantir credibilidade.

A confiança em uma empresa ou marca é um grande motivador de compras. E o compromisso com a sustentabilidade ajuda a construir confiança de marca. 87% dos consumidores brasileiros preferem comprar de marcas sustentáveis, de acordo com [pesquisa realizada pela FIEP](#).

Além disso, a mídia, as organizações da sociedade civil e os consumidores estão cada vez mais informados sobre o papel da certificação na indústria de alimentos. Portanto, é fundamental comunicar de forma transparente e honesta sobre a certificação e sobre a parceria de sua empresa com a Rainforest Alliance.

Em resumo, comunicar de forma confiável e aberta ajuda a garantir confiança e a mitigar potenciais riscos reputacionais, além de agregar valor a sua marca.

SEIS DIRETRIZES BÁSICAS

para comunicar os seus
compromissos de
sustentabilidade de forma
transparente e efetiva

1

SUSTENTABILIDADE É UMA JORNADA

2

USE OS TERMOS “MELHOR” E “MAIS”

3

EVITE USAR “SUSTENTÁVEL/RESPONSÁVEL” E “CERTIFICADO” COMO SINÔNIMOS

4

EVITE USAR “FONTES 100% SUSTENTÁVEIS/RESPONSÁVEIS”

5

EVITE O TERMO “GARANTIA”

6

COMUNIQUE-SE DE FORMA ABERTA E PROATIVA SOBRE OS DESAFIOS DE SUSTENTABILIDADE ENCONTRADOS PELA SUA EMPRESA

1 Tenha em mente que sustentabilidade é uma jornada e não um fim;

- Sustentabilidade não é um fim em si mesma: sempre haverá espaço para implementar melhorias, aumentar o impacto positivo e reduzir o impacto negativo.
- Falar sobre sustentabilidade como um processo de melhoria contínua pode ajudar a sua empresa a se posicionar de forma transparente, reconhecendo que sempre há espaço para melhorias.
- Ajuda a mitigar e a gerenciar riscos reputacionais.
- Use o termo “sustentável” quando for falar sobre seus compromissos, visão ou objetivos de longo prazo.

✓ USE

“A compra de cacau certificado é um passo fundamental em nossa jornada de sustentabilidade”

✗ NÃO USE

“Só vendemos produtos de fontes de cacau 100% sustentável”

2 Use os termos “melhor” ou “mais”;

- Usar a palavra “melhor” ou frases como “mais responsável” ou “mais sustentável” enfatiza o compromisso de sua empresa com a melhoria contínua de suas práticas e processos.

✓ USE

“Café certificado é **mais sustentável** porque **contribui** para melhores condições de vida para trabalhadores rurais e suas famílias”

✗ NÃO USE

“Café certificado é **sustentável** porque **garante** melhores condições de vida para trabalhadores rurais e suas famílias.”

3 Evite usar "sustentável/responsável" e "certificado" como sinônimos;

- “Sustentável” e “responsável” são termos genéricos, enquanto “certificado” é mais concreto, pois indica a obtenção de um certificado específico.
- Café “sustentável” ou “responsável” sugere que a certificação é uma garantia e a sustentabilidade é um estado final. No entanto, a sustentabilidade é uma jornada e a certificação é um passo nessa jornada. Por isso, use “café certificado”, “café mais sustentável/responsável” ou “café de origem sustentável/responsável”.

✓ USE

“Comparamos cacau de fazendas **certificadas**”

*Importante: não aplicável a ingredientes comprados via modelo balanço de massa.

✗ NÃO USE

“Comparamos cacau de fazendas **sustentáveis**”

4 Evite usar "fontes 100% sustentáveis/responsáveis";

- Alegar que um ingrediente foi adquirido de forma "100% sustentável" ou "100% responsável" implica que todos os agentes em sua cadeia de suprimento alcançaram a sustentabilidade total. Isso não reforça a ideia de que sustentabilidade é uma jornada contínua e sim de que é um estado final, o que não reflete a realidade.
- Use "100% certificado", já que a certificação é uma conquista que pode ser mensurada e provada.

5 Evite o termo "garantia";

- A certificação é geralmente percebida como uma garantia de sustentabilidade. Mas isso é impossível. Nenhum sistema consegue monitorar 24 horas todas as ações realizadas por todas as fazendas.
- Por isso, é fundamental repassar a mensagem de que melhorias contínuas estão sendo implementadas.
- Utilize "você pode ter certeza", sempre combinando este termo com "mais" ou "melhor".

✓ USE

"Nosso café é **100% certificado**"

✗ NÃO USE

"Nosso café é **100% sustentável**"

✓ USE

"Ao comprar chá certificado pela Rainforest Alliance, **você pode ter certeza** que estará contribuindo **para melhores condições de vida** para trabalhadores e suas famílias"

✗ NÃO USE

"Os chás certificados pela Rainforest Alliance **garantem** que não foi utilizada mão de obra infantil em sua produção"

6 **Comunique-se de forma aberta e proativa sobre os desafios de sustentabilidade encontrados pela sua empresa**

- Recomendamos que a sua empresa se posicione proativamente sobre seus desafios de sustentabilidade. Caso contrário, a mídia ou outras fontes poderão fazer isso de forma crítica e não benéfica para sua marca e/ou empresa. Ao comunicar proativamente, você tem a chance de não só falar do problema, mas também de enfatizar as soluções e medidas que estão sendo tomadas para lidar com esses desafios.
- A comunicação aberta e transparente sobre seus desafios de sustentabilidade ajuda a evitar crises reputacionais, enfatiza o lado humano de sua marca/empresa e mostra coerência e responsabilidade.
- Ganhe confiança explicando os desafios de sua empresa em sua jornada de sustentabilidade e enfatize as ações tomadas e os planos para lidar com essas questões de forma simples e aberta, convidando os stakeholders para fazerem parte da solução.

Precisa de ajuda?

Quer saber mais sobre como maximizar sua comunicação sobre a parceria com a Rainforest Alliance ou tem uma pergunta específica? Estamos aqui para ajudar!

Entre em contato conosco

Envie um email para a Giovanna Garcia, Gerente de Mercados da Rainforest Alliance Brasil via gescoura@ra.org



rainforest-alliance.org