

2025

EFFIE COLLEGE



**PETROBRAS**

O BRASIL É A NOSSA ENERGIA



# INTRODUÇÃO

---

Nos tempos atuais, em que as redes sociais estão cada vez mais viciantes, todos nós estamos ansiando por algo muito mais humano: conexão. Então, seja participando de um programa de saúde com indivíduos com interesses semelhantes, liberando emoções reprimidas juntos, ou simplesmente fazendo uma caminhada, ou corrida com um amigo, todos estamos buscando bem-estar baseado na comunidade. (Vogue)

O mercado de wellness, que abrange práticas voltadas ao cuidado físico e mental, está em plena **expansão** – e com números impressionantes. Entre 2020 e 2022, o setor cresceu 12%, movimentando cerca de 5,6 trilhões de dólares globalmente. No Brasil, o mercado atingiu aproximadamente 96 bilhões de dólares (Forbes)



## DESAFIO

---

Aproximar para construir relevância e conexão emocional com o público da geração Z.

## SOLUÇÃO

---

O Circuito Energia do Rio busca aproximar a Petrobras da Geração Z ao transformar seus compromissos com sustentabilidade, diversidade e inovação em experiências reais. Com oficinas, atividades esportivas e uma corrida temática, o evento coloca o público no centro, reforçando que cada ação contribui para um futuro mais limpo. Assim, a Petrobras se posiciona não só como fornecedora de energia, mas como parceira de transformação e engajamento da nova geração.







# PARA ONDE SUA ENERGIA VAI?

Dois dias de experiências  
que unem esporte, cultura  
e sustentabilidade.

O Circuito Energia do Rio é um evento criado para aproximar a Petrobras da Geração Z, traduzindo os compromissos da empresa com sustentabilidade, diversidade, inovação e transição energética justa em experiências vivas. Durante dois dias, oficinas culturais, esportivas e a corrida temática “Energia que Corre” convidam o público a responder:  
Para onde vai sua energia?

**TRANSFORME ENERGIA  
EM MOVIMENTO,  
NOS DIAS 6 E 7 DE  
DEZEMBRO.**





## ESTRATÉGIA BRANDED CONTENT

---

- Série de posts “Etapas da Corrida” e explicação dos compromissos até 2050.
- Mini-vídeos educativos sobre CO<sub>2</sub>, metano e neutralidade, em linguagem simples.
- Posts de impacto no pós-evento: “Para onde foi a sua energia?”.
- Relatório de resultados integrado ao storytelling da Petrobras.

## ESTRATÉGIA MARKETING DE INFLUÊNCIA

---

- Manu Cit, Dudu Godinho, Valentina Archer, Ju Mamute, Treinador PP e Isadora Abrahao.
- Ações em stories com a pergunta “Para onde sua energia vai?”.
- Cobertura ao vivo das oficinas e da corrida.
- Live de aquecimento no TikTok.
- Posts integrados das marcas parceiras (Guday, Rexona, Care, etc.).

## ESTRATÉGIA MARKETING DE EXPERIÊNCIA

---

- Oficinas (Funk 2050 BPM, Yoga Neutralidade, Circuito CO<sub>2</sub>, Bike Watts).
- Painel de energia coletiva → energia revertida para comunidades.
- Mural “Raízes do Futuro” com cartões-semente.
- Corrida temática “Energia que Corre”, cada etapa representando metas da transição energética.
- Show da Duquesa iluminado pela energia gerada.
- Medalhas recicladas entregues aos corredores.





**PÚBLICO  
ALVO**

Gênero: Masculino e Feminino

Idade: 15 a 30 anos

Conscientes sobre o bem-estar e a saúde mental

A Geração Z foi a que mais buscou  
novas atividades e modalidades  
(Itaú Unibanco)



## PARCEIRO GERAL

---

A Nix, criada em 2001, começou no setor audiovisual ajudando a superar a burocracia das leis de incentivo. Com o tempo, expandiu para projetos comunitários e sociais ligados à diversidade, igualdade racial e cidadania LGBTQIA+. Hoje atua como consultoria em diversidade, economia criativa e social, estruturando projetos sustentáveis e atrativos para captação de recursos.



**DIVERSIDADE E  
ECONOMIA SOCIAL**



PARCEIROS



GUDAY

✓  
Rexona

CAFFEINE  
ARMY

ca  
re®  
natural  
beauty



# INFLUENCIADORES & MASCOTE

---





# DIA 1

---

Data: 06/12 - 10:00 às 15:00

- Local: pier mauá

Dia de oficinas e experiências no Pier Mauá que transformam movimento e criatividade em energia real para o futuro.

O evento seguirá todas as exigências legais, incluindo autorizações da prefeitura, declaração de saúde dos participantes, controle do número de inscrições e LGPD.





## Yoga

Prática de equilíbrio entre corpo e mente, trazendo consciência, respiração e bem-estar como forma de conectar energia pessoal e coletiva.



## Bike Watts

Bicicletas que transformam a pedalada em energia elétrica, permitindo que os participantes vejam em tempo real “para onde sua energia vai”



## Funk 250 bpm

Oficina que une dança e cultura urbana em ritmo acelerado, simbolizando a potência da Geração Z e sua energia criativa.



## Circuito CO<sub>2</sub>

Treino funcional que representa a redução das emissões, conectando esforço físico ao compromisso de um futuro com menos poluição.



# DIA 2

---

Data: 07/12 - 8:00 as 14:00

Local: Lagoa - Aterro do Flamengo

Uma corrida que transforma cada quilômetro em um compromisso  
para a transição energética justa

O evento seguirá todas as exigências legais, incluindo autorizações da prefeitura, declaração de saúde dos participantes, controle do número de inscrições e LGPD.



# Étapas da Corrida – "Para onde vai sua energia?"

2 KM – Menos emissões no dia a dia

Representa a redução das emissões absolutas operacionais.

5 KM – Fogo zero até 2030

Refere-se ao fim da queima de rotina em flares, mostrando compromisso com ar limpo.

7 KM – CO<sub>2</sub> de volta à terra

Explica a reinjeção de CO<sub>2</sub> em projetos de CCUS, ou seja, capturar e armazenar carbono no subsolo.

10 KM – Energia mais limpa no mar

Sobre a redução da intensidade de gases de efeito estufa (GEE) no segmento de exploração e produção (E&P), ligado às operações em alto-mar.

12 KM – Energia mais limpa no combustível

Refere-se à redução da intensidade de GEE no segmento de refino, aproximando da realidade do consumidor final.

15 KM – Menos metano, mais futuro

Relacionado à redução da intensidade de emissões de metano no upstream, reforçando a ideia de que o futuro depende de cortar esse gás potente.

Linha de chegada - Km 2050 – Onde zerar é vencer

10 KM

Energia mais  
limpa no mar

Sobre a redução da  
intensidade de emissão  
de gases de efeito estufa  
no segmento de exploração e produção (E&P),  
reforçando a ideia de que o futuro  
depende de cortar esse gás potente.

10 KM

Energia mais  
limpa no combustível

Relacionado à redução da  
intensidade de emissões de gases de  
efeito estufa (GEE) no segmento de  
exploração e produção (E&P).

12 KM

Menos metano,  
mais futuro

Relacionado à redução da  
intensidade de emissões de metano  
no upstream, reforçando a ideia de

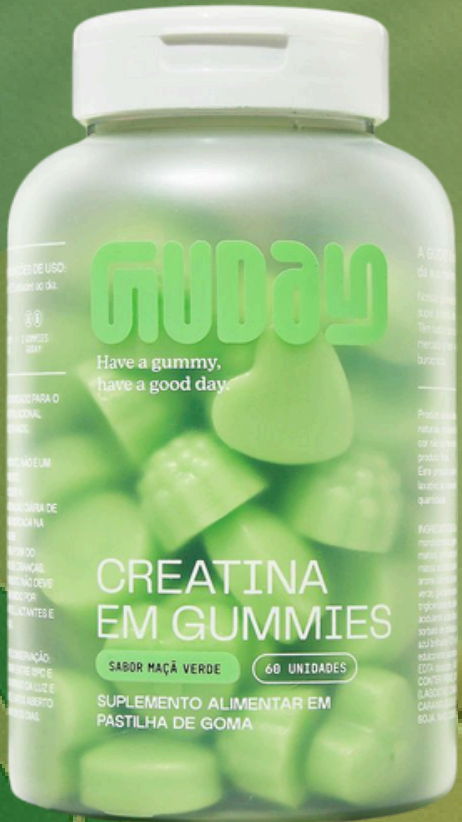
Linha de chegada

Km 2050

Onde zerar é vencer



PRESS KIT







## MURAL RAÍZES DO FUTURO

Na entrada do evento, cada participante recebe um cartão feito de papel reciclado com sementes (flor, tempero ou árvore nativa). Frente do cartão: logomarca do evento + a pergunta “Para onde sua energia vai?” e espaço para resposta.

marcador coletivo mostra quanto de energia todos os participantes produziram no dia → ao final, esse total é transformado em uma ação concreta

**PAINEL DE ENERGIA GERADA COLETIVAMENTE**





# SHOW DUQUESA



PRA ONDE SUA  
ENERGIA VAI?



PRA ONDE  
SUA ENERGIA  
VAI?



PRA ONDE SUA  
ENERGIA VAI?



PRA ONDE  
SUA ENERGIA  
VAI?



PRA ONDE  
SUA ENERGIA  
VAI?



## FASE 1

---

Objetivo: Criar awareness sobre o evento na geração Z

- Lançamento da identidade visual com a pergunta “Para onde sua energia vai?”.
- Influenciadores respondem em stories “Para onde sua energia vai?” em tom pessoal.
- Landing page com contagem regressiva no site Petrobras.
- Save the Date enviado para imprensa + parceiros.
- Mídia OOH nas principais localidades o Rio de Janeiro.

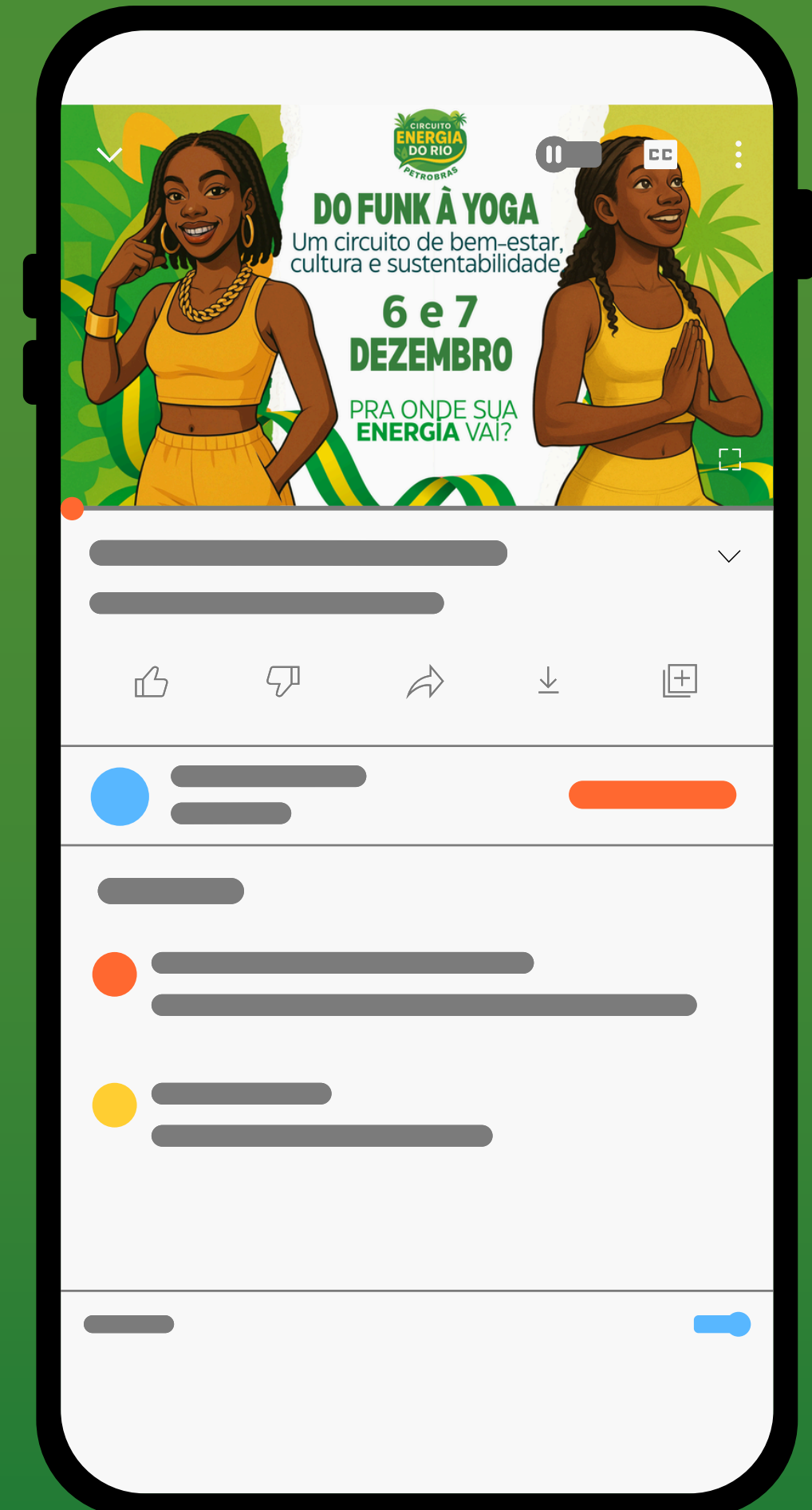




## FASE 2

Objetivo: gerar engajamento nas redes sociais

- Envio do press kit
- Série de posts “Etapas da Corrida” e explicando as oficinas → explicando os 6 compromissos até 2050.
- Mini-vídeos educativos sobre CO<sub>2</sub>, metano e neutralidade, traduzidos em linguagem simples.
- Mascote Petra lançada em reels e gifs (correndo, dançando, surfando).
- Marcas parceiras fazem posts integrados Live de aquecimento no Tik Tok com influenciadores (Manu Cit e Isadora Abrahão).





## FASE 3

# MURAL RAÍZES DO FUTURO

Dia 1 – Energia em Movimento (sexta)

Manhã:

- Recepção com cartões-semente para o Mural Raízes do Futuro.
- Abertura oficial + oficina Funk 2050 BPM.
- Oficinas (Yoga Neutralidade, Circuito CO<sub>2</sub>, Bike Watts).
- Atualizações do Painel de Energia nas redes.
- Influenciadores mostrando oficinas em tempo real.

Tarde:

- Show da Duquesa aceso pela energia gerada no painel.
- Anúncio simbólico: energia revertida para comunidades indígenas, quilombolas e tradicionais.





## FASE 3

---

Dia 2 – Energia que Corre (sábado)

Manhã:

- Largada oficial da corrida.
- Influenciadores cobrindo os primeiros quilômetros.

Percurso:

- Ativações em cada fase (2, 5, 7, 10, 12 e 15 KM).
- ONGs e atletas representando compromissos da transição.

Chegada:

- Linha de chegada Km 2050 – Onde zerar é vencer.
- Medalhas recicladas entregues aos participantes.
- Mascote Petra comemora no pódio.



## FASE 4

Objetivo: consolidar o imaginário de marca relacionado a confiança, inovação, relevância e sustentabilidade

- Vídeo oficial recap
- Divulgação dos resultados: energia gerada, km percorridos, comunidades apoiadas.
- Plantações com cartões-semente → registros compartilhados no site e redes.
- Posts de impacto: “Para onde foi a sua energia?” com dados e imagens reais.
- Relatório de metrificação dos resultados da campanha → integração no storytelling Petrobras.



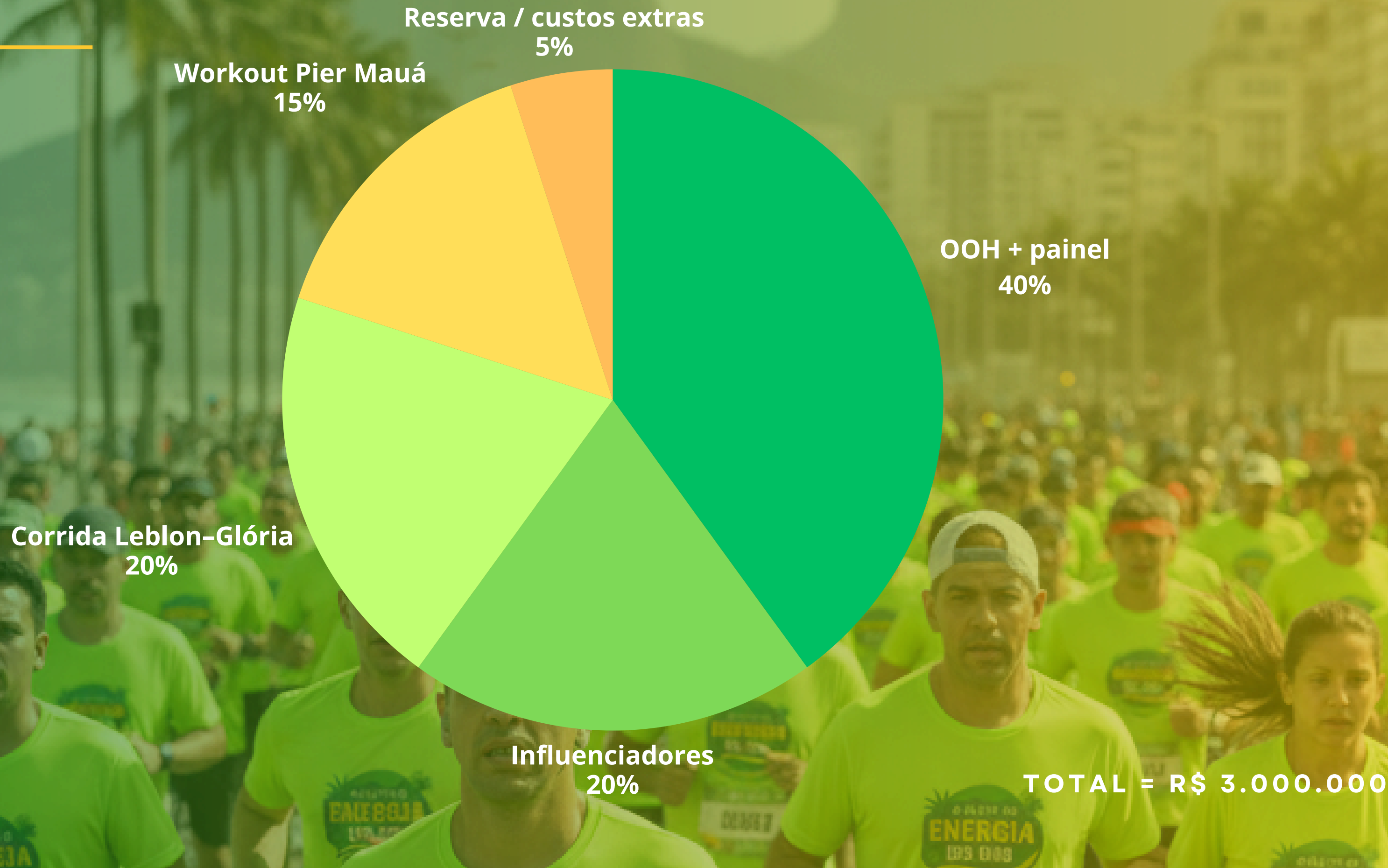


## PEÇAS





# ORÇAMENTO





## INDICADORES DE SUCESSO

---

- **Engajamento digital:** interações em TikTok, Instagram e YouTube, com foco em jovens da Geração Z.
- **Participação presencial:** número de inscritos e taxa de comparecimento nos dois dias de evento.
- **Energia gerada coletivamente:** quilowatts produzidos no Bike Watts e traduzidos em impacto real (ex.: iluminação cultural ou apoio a ONGs).
- **Alcance da mensagem:** visualizações de conteúdos de branded content e menções positivas associando Petrobras a sustentabilidade, inovação e diversidade.
- **Percepção de marca:** comparação pré e pós-evento em atributos como confiança, inovação e relevância para o público jovem.