

PORTFÓLIO DE AGÊNCIAS ASSOCIADAS



ABMRA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
MARKETING RURAL E AGRONEGÓCIO

O AGRO BRASIL PRECISA DO MARKETING

A força econômica do agronegócio brasileiro é indiscutível. A produção anual de grãos atinge 210 milhões de toneladas e a oferta de carnes supera 26 milhões de toneladas, além de 37 bilhões de litros de leite, 1,2 bilhão de dúzias de ovos... Enfim, o Brasil está entre os líderes mundiais em agropecuária, e isso nos dá muito orgulho.

Se somos tão bons em produção, o que nos falta? Falta a força da marca Brasil no mercado global. Nosso país não é reconhecido internacionalmente pela produção de alimentos em qualidade. Mesmo internamente, temos dificuldade em mostrar à população a representatividade do setor rural.

Essa responsabilidade é compartilhada por todos nós que vivemos e valorizamos o agronegócio.

A ABMRA é uma defensora do agronegócio brasileiro e, particularmente, das estratégias de marketing e de comunicação, que fortalecem o campo e dão visibilidade às dezenas de atividades produtivas que, juntas, movimentam mais de R\$ 500 bilhões somente dentro das porteiras.

Nesse sentido, a ABMRA valoriza as agências associadas à entidade, que conhecem o agronegócio e sabem, como ninguém, expressar a força do Agro Brasil em suas campanhas, peças e iniciativas.

Empresas, entidades de classe, órgãos governamentais e demais instituições públicas e privadas, prefiram as agências de marketing e de comunicação associadas à ABMRA.

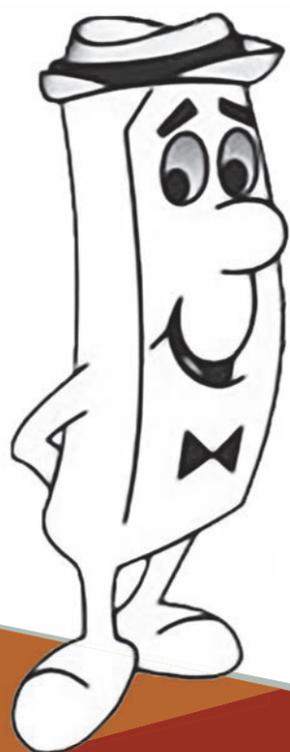
Nós assinamos embaixo.

Jorge Espanha
Presidente da ABMRA





UMA ESTRATÉGIA SIMPLES PARA AGREGAR VALOR AOS PRODUTOS DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO.



Como Diretor do Instituto Cultural ESPM, estamos preparando um livro e uma exposição de um projeto chamado “Ícones que Marcam”. Vamos publicar fotos e expor os mais famosos ícones publicitários criados no Brasil. Por ser composto de duas coleções privadas, há neles ícones americanos famosos. Dentre eles, chamou-me a atenção a quantidade criada e ligada ao agronegócio.

Mr. Peanut, um dos mais antigos, foi criado em 1916, por um estudante. O antropomórfico amendoim, de monóculo, cartola e bengala, chegou a representar toda a indústria de amendoim e hoje pertence à Kraft Foods.

Em 1893, Heinz criou o picles contendo a marca que leva o seu nome. O sucesso comercial inspirou a criação do Mr. Aristocrat Tomato Man, criado em 1930, também com cartola, monóculo e gravata.



O Green Giant, ou Gigante Verde, foi criado em 1928 para lançar uma nova variedade de ervilhas, a “Prince of Wales”, que era maior do que todas as conhecidas até aquela data. O sucesso do personagem fez com que, em 1950, a companhia adotasse o nome Green Giant.

Miss Chiquita foi criada em 1944 para dar personalidade à primeira marca de bananas do mundo. Hoje, a personagem inspirada em Carmen Miranda pertence a uma empresa do grupo brasileiro Safra-Cutrale.

O Pillsbury Doughboy, ou Menino de Massa (feito à base de farinha), foi criado em 1965 pela agência Leo Burnett.

Como esses, há muitos outros exemplos americanos, como a Menina do Morton Salt e a colhedora de uvas-passas da Sun-Maid, o colhedor de café Juan Valdez, nosso concorrente colombiano, entre outros que poderiam ser listados.

O Brasil tem seu frango veloz da Sadia, o homenzinho Arroz Brejeiro, os meninos do sal Cisne. Mas poderíamos ter muito mais.

O que tento mostrar é que a criação de ícones publicitários é uma estratégia simples, que



demanda consistência e coerência, mas que, ao longo dos tempos, permite ultrapassar as mudanças corporativas do mundo moderno.

Dos produtos mais exportados pelo Brasil em 2014, a maioria era proveniente do agronegócio.

Café, carne bovina, soja, milho, fumo, couro, carne suína. Mas há ainda a celulose, a madeira, os pescados, o algodão, o chocolate.

Sinto falta de uma vaquinha, de uma soja, de um milho, de um melão e de tantos outros personagens que poderiam ser criados com auxílio de profissionais competentes.

Estou certo de que, nas páginas a seguir, existirão agências habilitadas a conceber e executar novas estratégias que valorizem e agreguem valor ao agronegócio brasileiro.

Geraldo Alonso Filho
Presidente do Conselho Superior da ABMRA
e Diretor do Instituto Cultural ESPM

PODEMOS DEFINIR MUITO BEM O AGRONEGÓCIO COMO O ALICERCE DA ECONOMIA BRASILEIRA NESSES ÚLTIMOS ANOS.

As principais commodities têm tido desempenho crescente, com destaque para a qualidade dos produtos brasileiros.

O superávit da balança comercial do Agronegócio e a tendência de crescimento do PIB Agropecuário para 2016 confirmam a força do setor.

Boa parte desse resultado se deve aos avanços tecnológicos, que contribuem para que o produtor rural possa enfrentar as dificuldades próprias da atividade.

Para disseminar esses conhecimentos, a comunicação é ferramenta fundamental.

Com linguagem característica e hábitos bem definidos, a publicidade no Agronegócio requer estratégias bem objetivas, precisas para um mercado consumidor de produtos agropecuários em constante evolução.

A ABMRA - Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócios - desenvolve no seu Comitê de Agências diversas atividades para a comunicação do setor e conta com agências de longa experiência no atendimento às empresas Agro, propondo estratégias e soluções adequadas para cada necessidade.

Ricardo Cristian Krausz
Coordenador de Agronegócio
TV GLOBO SP

NOSSO BRASIL É RECONHECIDO COMO O PAÍS COM VOCAÇÃO PARA O AGRONEGÓCIO.

Os resultados, que falam por si, confirmam essa outorga pela alta relevância do Agronegócio para o Brasil na capacidade de geração de riqueza e responsabilidade pelo fluxo de superávit na balança de pagamentos do País ao longo dos últimos 10 anos.

A combinação perfeita da equação clima, terra, água e inovação tecnológica confere ao Brasil diferenciais competitivos imbatíveis e trouxe nosso país para uma posição de destaque no mercado mundial de commodities do Agronegócio. É inquestionável que nosso Agronegócio conquistou seu espaço de respeito, força, abrindo portas e desbravando mercados. Da mesma forma, também é inquestionável que precisamos adicionar valor global às marcas do Agronegócio Brasileiro, comunicar o diferencial dos nossos produtos, sair da vala comum das commodities e conquistar, ainda mais, a preferência das cadeias globais de abastecimento.

Rumar a esse novo patamar passa por potencializar na equação de sucesso do Agronegócio a soma do "Marketing" em toda a cadeia. A criação de valor das marcas, através da comunicação assertiva e eficiente dos seus diferenciais em cada elo da corrente, fortalecerá a cadeia do Agronegócio Brasileiro nessa construção de valor. A ABMRA é reconhecida por sua vocação em Marketing no Agronegócio, e suas agências associadas são uma extensão dessa vocação.

As Agências associadas listadas neste portfólio têm vivência, expertise, respiram Agronegócio e, com certeza, poderão contribuir muito com nossas empresas na caminhada dessa construção de marcas de valor para o Agronegócio Brasileiro.

Sucesso!

Gubio Almeida
Coordenador do Comitê ABMRA
de Produtos e Serviços

**A ABMRA estimula
o bom marketing rural.**

**O bom marketing rural
projeta o Agronegócio.**

O Agronegócio é grande.
Com o Marketing, ele fica muito maior.
A ABMRA existe há 35 anos para
estimular as boas práticas do
marketing rural e para criar boas
oportunidades de negócios para seus
Associados. Venha para a ABMRA.
Sua marca vai se projetar e crescer
no campo do Agronegócio.

NA ABMRA VOCÊ ENCONTRA: • CONGRESSO ABMRA • PESQUISA DE HÁBITOS DO PRODUTOR ABMRA
• MOSTRA DE COMUNICAÇÃO • BONS CONTATOS • NEGÓCIOS E MUITO MAIS.

NINGUÉM VAI AO CARDIOLOGISTA QUANDO ESTÁ COM PROBLEMAS NA VISÃO.

O Agronegócio tem sido - e promete continuar sendo - o segmento de mercado que mais cresce e oferece oportunidades de negócios. Na mesma proporção também cresce a concorrência.

É preciso estar preparado, ter um plano de marketing bem estruturado e desenvolver campanhas de comunicação que diferenciem e consolidem marcas. Isso tudo se torna mais eficaz se a sua empresa tiver ao lado uma Agência competente e capaz de ajudá-la com boas ideias.

**TRABALHAR COM QUEM CONHECE O NEGÓCIO
POUPA TEMPO E INVESTIMENTO.**

O Agronegócio apresenta peculiaridades que só quem tem vivência no campo sabe.

A empresa que contrata uma Agência associada à ABMRA já sai com a vantagem de trabalhar com quem entende esse mercado.

As Agências associadas à ABMRA têm a experiência e a competência necessárias para propor projetos e campanhas que ajudem as empresas a atingir seus objetivos.

Os trabalhos apresentados neste portfólio mostram um pouco do muito que essas Agências podem fazer pela sua empresa.

Faça uma experiência: em uma próxima campanha, solicite uma apresentação para as Agências associadas à ABMRA.

Ricardo Nicodemos
Coordenador do Comitê de Agências
Diretor de Pesquisa

Associe-se à ABMRA.
www.abmra.org.br - Tel.: (11) 3812 7814



ABMRA
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE
MARKETING RURAL E AGRONEGÓCIO



PARA NÃO CONFUNDIREM SUA SOJA COM FEIJÃO.

Anunciante: para comunicar o seu produto com efetividade no mundo agro, fale com as agências que entendem do negócio. Acesse abmra.org.br e consulte nossos associados.





confraria
da comunicação

NO NOSSO HORIZONTE O CAMPO É MAIS QUE A PAISAGEM

Venha para o lado de quem
conhece o campo e faz
dele sua maior paixão



AGRICULTURA



NUTRIÇÃO E
SAÚDE ANIMAL



PECUÁRIA



MÁQUINAS E
IMPLEMENTOS

www.confrariamkt.com.br - (19) 3837-4117

A Confraria da Comunicação, ao longo dos últimos dez anos, vêm construindo sua história com foco no agronegócio brasileiro.

Sempre levando a visão da comunicação, publicidade e marketing para o ambiente que impulsiona nosso país e faz dele a grande nação que é.

Ver que o agronegócio é o maior seg-

mento da produção brasileira nos faz lembrar sua importância comercial e, como principal responsável pelo volume de exportação, seu papel como alicerce da economia brasileira é reforçado.

Fazemos do nosso dia-a-dia uma luta constante para mostrar esse valor, e não só porque vivemos do campo, mas principalmente porque temos paixão pelo que fazemos e **para quem fazemos.**

ENTREGAMOS VALOR ONDE O AGRONEGÓCIO MAIS PRECISA: NO CAMPO DAS IDEIAS

**E21, A AGÊNCIA QUE MAIS
ENTENDE DE AGRO NO BRASIL.**



KEPLERWEBER

KEPLER WEBER

Valoriza sua produção. Movimenta seu negócio. Com esse novo conceito, a e21 alinhou o discurso da Kepler Weber em toda a cadeia de valor da marca. Um posicionamento que transforma positivamente a percepção da Kepler Weber como líder do setor de armazenagem, beneficiamento e movimentação de grãos no Brasil.



CHEGOU TICK GARD
MORTE RÁPIDA DO CARRAPATO
E PROTEÇÃO PROLONGADA
DO SEU GADO.

MSD
Saúde Animal

MSD

A primeira campanha nacional da e21 para o cliente MSD Saúde Animal (Merck Sharp & Dohme) foi o lançamento do carrapaticida Tick Gard. Um projeto focado no trade, que incluiu um evento de apresentação ao mercado, um hot site explicativo e didático com informações técnicas e um vídeo sobre o produto, além da comunicação para os pontos de venda.

**INOVAÇÃO
EM DOBRO:**
FLUAZURON E
FIPRONIL

LIMPA O GADO E PROTEGE POR MUITO TEMPO



SINAL VERDE
JUNTOS PELA QUALIDADE DA CARNE BOVINA COM FOCO NO CONSUMIDOR

**PARCEIROS PELA
MELHOR
CARNE BOVINA.**

JBS

A plataforma de comunicação Conexão JBS une os elos da cadeia produtiva da carne bovina, do pecuarista fornecedor ao consumidor. Ela integra ferramentas e projetos, como o pacto Sinal Verde, que tem como objetivo atender às novas demandas dos consumidores brasileiros e internacionais, e o programa Fornecedor Legal, que assessora os produtores no Cadastro Ambiental Rural. Agregar valor à comunicação da JBS Originação com pecuaristas em multicanais é atribuição da e21.



BASF
We create chemistry

BASF

Em 5 anos, com a plataforma de comunicação "Um Planeta Faminto e a Agricultura Brasileira" e a sequência "Agricultura, o maior trabalho da Terra", a e21 contou a história da nossa agricultura, valorizando a importância do produtor rural. Isso fez com que, de uma empresa conhecida como indústria de defensivos agrícolas, a BASF fosse percebida como uma parceira tecnológica do agricultor. A comunicação no agronegócio brasileiro se dividiu em antes e depois da veiculação do primeiro vídeo da campanha, tornando-se o discurso do segmento no país.



MF 7000 Dyna-6
COLHEITADEIRAS AXIAIS

MASSEY FERGUSON

AGCO/MASSEY FERGUSON

Quem tem um Massey é apaixonado, mas nem todo amor é igual. Por isso, mapeamos as diferentes *personas* em nosso público e criamos uma campanha para celebrar a força da relação entre o consumidor e a marca, com uma estratégia de ativação em pontos de contato norteados por essas *personas*, explorando todos os canais em suas distintas jornadas de consumo.



www.e21.com.br

POA | Rua 24 de Outubro, 388/5º andar | + 55 51 3092-7400

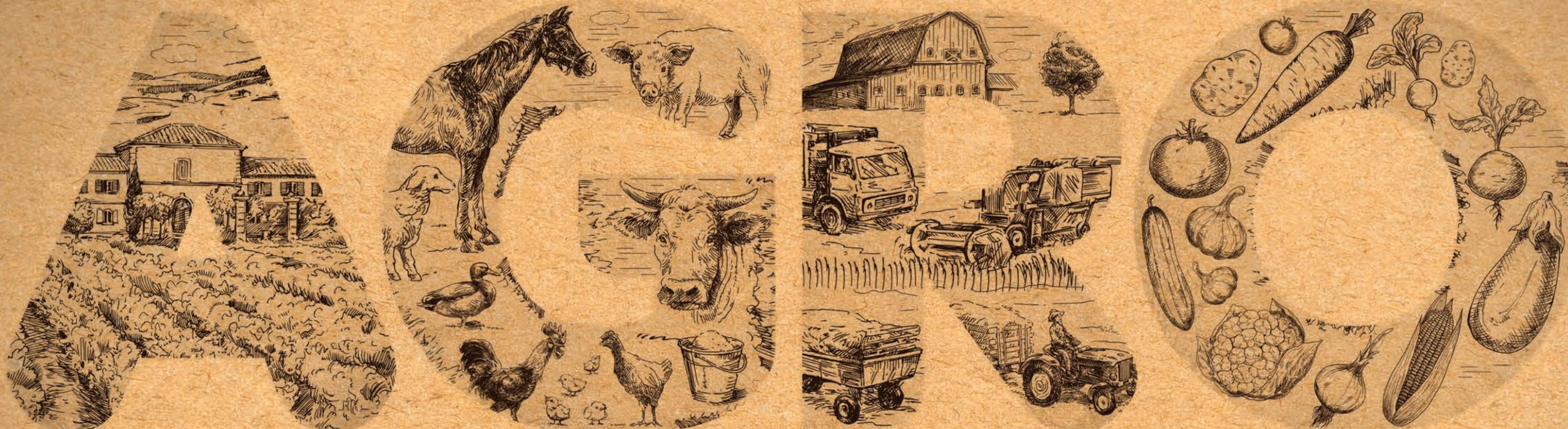
SP | Av. Nações Unidas, 14171/1515 - Rochaverá Corporate - Marble Tower | +55 11 3568-2082



**PARA O SEU TOURO
PREMIADO NÃO SER
CHAMADO DE VACA.**

Anunciante: para comunicar o seu produto com efetividade no mundo agro, fale com as agências que entendem do negócio. Acesse abmra.org.br e consulte nossos associados.





experiência

plantada e cultivada
por mais de 12 anos.

Quando o agro é trabalhado com afincos o resultado aparece. Cada informação, estratégia e ideia plantada e cultivada com conhecimento de campo, gera frutos para nossos clientes e mais histórias boas para contar. Colocamos a mão na terra, na massa e no mouse para proporcionar resultados da raiz ao cloud em um mercado que não para de crescer. Acesse o site, veja nosso portfólio e confira soluções exclusivas em comunicação para o agronegócio.

Finco
agrocomunicação

finco@finco.com.br
(19) 3014 1426
www.finco.com.br



Comunicar vai além da propaganda



A **Formato IB** é uma agência de **gestão de comunicação** focada em mercados extremamente técnicos. No agronegócio, é especialista em gerir e executar ações **nacionais** e **internacionais** de impacto para sua marca em toda a cadeia de valor.



**Especialista em
agronegócio**



**Diálogo com
toda a cadeia**



**Campanha
orientada
à venda**



Conheça alguns de nossos clientes



Cadastre-se para receber
nossas dicas.

*Comunicação se mede em resultados para seu negócio.
Entre em contato conosco e descubra como.*

+55 19 3722.5764

www.formatoib.com.br

Av. Palmital, 21 • Campinas/SP



FORMATO>IB
Comunicação Integrada ao seu Negócio

PARA O NOSSO PEÃO NÃO PASSAR POR COWBOY.

Anunciante: para comunicar o seu produto com efetividade no mundo agro, fale com as agências que entendem do negócio. Acesse abmra.org.br e consulte nossos associados.



O SETOR QUE É O MOTOR DA NOSSA ECONOMIA CONTINUA CARREGANDO O PAÍS. E CONTA COM A AJUDA DA GIG.

A GIG É MAIS DO QUE UMA AGÊNCIA DE PUBLICIDADE, ASSESSORIA DE IMPRENSA OU CONSULTORIA. POR ISSO, FAZ MAIS DO QUE CONTAR HISTÓRIAS. REUNINDO VÁRIAS INTELIGÊNCIAS, A GIG PLANEJA, CRIA ESTRATÉGIAS DE DESENVOLVIMENTO E MOSTRA AO MUNDO TODO O VALOR DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO. ANDEF, ASSOCON, CITRUSBR, ABIEC, MONSANTO, AGRO TOOLS, AGROCONSULT, ÚNICA, GRUPO RONCADOR E OUTROS GRANDES NOMES DO NOSSO AGRONEGÓCIO TÊM HISTÓRIAS DE SUCESSO COM A GIG. VENHA FAZER A SUA.

.....
CONTATO@WEAREGIG.COM | +55 11 2308.8854
WEAREGIG.COM

PIB BRASILEIRO:
QUEDA DE
3%

.....
AGRONEGÓCIO:
EXPANSÃO DE
2,4%



GIG
GLOBAL
INTELLIGENCE
GROUP

VENDER MAIS E MELHOR INTERESSA?

Vamos ser diretos: qualquer investimento em comunicação precisa gerar vendas. Mas não adianta só vender. É preciso uma estratégia que diferencie e agregue valor à sua marca e faça a sua empresa vender com maior rentabilidade. E disso a gente entende. Temos ajudado nossos clientes a aproveitar todas as oportunidades que o Agronegócio oferece e a vender mais e melhor. Ligue e agende uma apresentação. Você vai saber como podemos fazer mais por você e pela sua empresa.

SOLUTION 3,5% L.A.
DUPLA COMBINAÇÃO QUE GERA RESULTADO.

Está combinado: Solution 3,5% L.A. entra com a proteção, e você ganha na produção e nos resultados.

- Proteção L.A.V. L.A. e L.A. para proteção estendida que controla parasitas internos e externos.
- Proteção L.A.V. L.A. e L.A. para proteção estendida que controla parasitas internos e externos.
- Otimizar o tempo de aplicação que melhora a produtividade e, com isso, os resultados.
- Alta eficiência que reduz o custo operacional.
- Redução da soma de substâncias e menor carga de resíduos no solo.

Batatas McCain.
Quem vende lucro, quem não vende tá frito.

Em um mercado cada vez mais competitivo, é preciso se destacar. É a essência que dá valor que McCain oferece com seus produtos de batata, sem para a sua operação produtiva com qualidade superior e sustentabilidade destacada.

Diversifique sua carteira e abraça outros produtos McCain. Afinal, quem mais ganha você agrada, mais clientes tem.

Beleza! Pô, McCain. Crocantes por fora, macios por dentro e até mais. Experimente.

PARA COMBATER AS DOENÇAS É PRECISO USAR POTÊNCIA MÁXIMA.

Kinetimax
COM O FORTE 100

Basta de uma aplicação.

- Forte e eficaz: 100% de eficácia.
- Ativa mesmo em condições de seca.
- Ativa mesmo em condições de seca.

COM ELE NÃO TEM BRINCADEIRA.

Amiphós®

Cruel contra carrapatos e moscas.

Combate com a máxima eficiência. É a força de Amiphós. Uma única aplicação controla e previne a contaminação que reduz sua produtividade por um período longo. O Amiphós oferece uma proteção estendida que atua em condições de seca.

Amiphós®
Misturas, aplicações, resultados.

QUANDO A PROTEÇÃO AO REBANHO SE ESTENDE, A PRODUTIVIDADE TAMBÉM VAI ALÉM.

PROTEÇÃO ESTENDIDA QUE MELHORA OS SEUS NEGÓCIOS.

O futuro dos negócios está nas aplicações que você faz hoje.

LONGRANGE® É UMA APLICAÇÃO INTELIGENTE PORQUE OFERCE: TECNOLOGIA INOVADORA + PROTEÇÃO ESTENDIDA + BAIXA CARÊNCIA

BAIXA CARÊNCIA PARA O ABATE, MAIOR LUCRO PARA OS NEGÓCIOS. QUEM NÃO TEM TEMPO A PERDER, ESCOLHE UMA EXCELENTE SOLUÇÃO.

O FUTURO DOS NEGÓCIOS ESTÁ NAS APLICAÇÕES QUE VOCÊ FAZ HOJE.

LONGRANGE® É UMA APLICAÇÃO INTELIGENTE PORQUE OFERCE: TECNOLOGIA INOVADORA + PROTEÇÃO ESTENDIDA + BAIXA CARÊNCIA

PARABÉNS

Homenagem da Toyota aos 455 anos de São Bernardo do Campo.

Ao completar 50 anos de Brasil, a Toyota quer homenagear São Bernardo do Campo pelo seu aniversário e ressaltar o orgulho que sente em fazer parte desta cidade. Afinal, foi a cidade que a Toyota escolheu para instalar sua primeira fábrica fora do Japão. Assim como construiu o passado e o presente, a Toyota acredita que, juntas, podem construir o futuro e crescer amparadas por horizontes. Parabéns, São Bernardo do Campo!

TOYOTA

QUEM USA A TECNOLOGIA NO CAMPO SENTE O RESULTADO NO BOLSO.

O FUTURO DOS NEGÓCIOS ESTÁ NAS APLICAÇÕES QUE VOCÊ FAZ HOJE.

LONGRANGE® É UMA APLICAÇÃO INTELIGENTE PORQUE OFERCE: TECNOLOGIA INOVADORA + PROTEÇÃO ESTENDIDA + BAIXA CARÊNCIA

SE VOCÊ VALORIZA CADA LITRO DA SUA PRODUÇÃO, TRATE AS MASTITES COM COBACTAN E DESCARTE O PREJUÍZO.

FAÇA AS CONTAS E COMPROVE. Tratando as mastites com a linha Cobactan, o que você descarta é o prejuízo.

A molécula exclusiva de Cobactan tem alta eficácia no tratamento das mastites, gerando menor tempo de tratamento e proporcionando cura muito mais rápida. O que significa menos tempo para o retorno da vaca à linha de ordenha, menos descarte de leite e, consequentemente, maior receita.

COBACTAN

