

O AGRONEGÓCIO BRASILEIRO

COMUNICAÇÃO, OPORTUNIDADES E TENDÊNCIAS

Novembro de 2016

Agronegócio é valorizado em campanha da Rede Globo



A Campanha "**Agro é Tech, Agro é Pop, Agro é tudo**" está no ar desde **julho de 2016 e vai até junho de 2018**.

A cada 15 dias, um novo tema é apresentado ao público, todos importantes produtos do agronegócio do nosso país. O objetivo é tratar a importância dos produtos agrícolas e das coisas do campo para a sociedade brasileira. Os produtos agrícolas estão inseridos no dia-a-dia de todo cidadão urbano. Citam também quantos empregos a atividade agrícola gera e quanto ela movimenta na economia.

A campanha conta, até agora, com 2 anunciantes apoiadores que assinam os filmes: **Ford Ranger e Seara**.



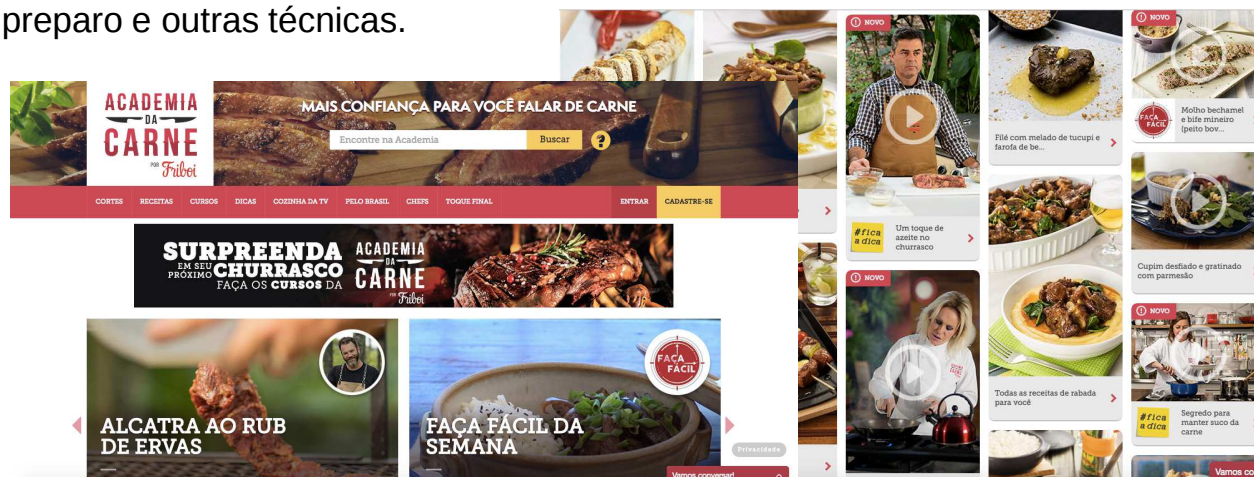
Academia da Carne | Friboi



A Friboi lançou o canal de branded content "Academia da Carne Friboi". Com Ana Maria Braga, Olivier Anquier e Guga Rocha como embaixadores, o projeto reúne dicas, cursos, técnicas e receitas que envolvem carne bovina, com a assinatura de conteúdo da Globo.

A plataforma também conta com ações de "gamificação". Ao compartilhar um conteúdo, os usuários ganham medalhas e, ao completarem os cursos e testarem seus conhecimentos, recebem certificados. Também é possível convidar amigos para a disputa.

No digital, chefs como Felipe Bronze, Carla Pernambuco, Mônica Rangel e Arthur Sauer, serão responsáveis por aulas e dicas na plataforma. O site da Academia da Carne Friboi oferece também serviço de chat online, que responde às dúvidas dos usuários. Os atendentes serão estudantes de Gastronomia, treinados pelos especialistas para dar mais detalhes sobre cortes de carne, modo de preparo e outras técnicas.



<http://academiadacarne.com.br/>

"A Academia da Carne Friboi é um serviço oferecido pela marca aos brasileiros. Os objetivos são ajudar os consumidores a fazerem melhor as suas escolhas de carne e conhecerem os mais variados cortes, além dos tradicionais, os auxiliando no momento da preparação dos pratos", ressalta Maria Eugênia Rocha, gerente executiva de marketing da divisão de Carnes da JBS.

ACADEMIA
— **DA** —
CARNE
POR *Filbói*



Conexão JBS | Juntos por um Boi de Sucesso



A plataforma Conexão JBS é um conjunto de ferramentas e projetos que unem os elos da cadeia produtiva da carne bovina, desde o pecuarista fornecedor até o consumidor. Essa iniciativa alinha a produção de carne bovina às expectativas do mercado, ativando os melhores canais de venda para a proteína vermelha, seja no mercado interno ou externo, uma vez que a companhia é de origem brasileira, mas tem presença global.

CONEXÃO JBS
JUNTOS POR UM BOI DE SUCESSO

Indústria, pecuarista e toda cadeia produtiva conectados por uma carne de qualidade superior.

A "Conexão JBS" representa um elo que conecta você pecuarista com o mundo, seus fornecedores, os consumidores e toda cadeia produtiva da carne para nutrir relacionamentos saudáveis, validar bons trabalhos e elevar a rentabilidade dos produtores e a qualidade da carne. Participe desse movimento que distribui a qualidade que vem do campo, estamos juntos por um Boi de Sucesso.

Filboi
www.jbs.com.br

Arquivo da Propaganda - 18.1.2 - JBS/Filboi - RE/DBO - 30/01/2015 - R808284

PECUARISTA E INDÚSTRIA UNIDOS PELA QUALIDADE EM PROL DO CONSUMIDOR.

Alavancar a produção pecuária e alcançar a máxima qualidade da carne que chega à mesa do consumidor. Esses são os objetivos do **Conexão JBS - Juntos por um boi de sucesso**. Todos trabalhando para estreitar o relacionamento e conectar cada elo da cadeia produtiva da carne bovina. Porque só com parceria vamos romper fronteiras e atender às expectativas do consumidor. Vamos juntos?

Faça parte do movimento **CONEXÃO JBS**.

CONEXÃO JBS
JUNTOS POR UM BOI DE SUCESSO

conexaojbs.com.br

Arquivo da Propaganda - 6.1.1 - JBS - RE/DBO - 31/03/2016 - R840151

PECUARISTAS AFIADOS COM A QUALIDADE DA CARNE!

CONECTADOS ao Portal do Pecuarista JBS e ao Farol da Qualidade, produtores alcançam regularidade nas carcaças.

O acabamento adequado é decisivo para elevar a qualidade da carne e aumentar a demanda de consumo. O Portal do Pecuarista auxilia o produtor na busca pelo padrão mais desejado pelo mercado, melhorando a sua liquidez e garantindo maior sustentabilidade econômica para toda a cadeia produtiva. Participe desse movimento que distribui a qualidade que vem do campo. Estamos Juntos por um Boi de Sucesso.

Todo fornecedor da JBS tem direito a possuir login e senha para acompanhar a evolução do desempenho dos seus abates.

CONEXÃO JBS
JUNTOS POR UM BOI DE SUCESSO

ACESSE:
pecuarista.jbs.com.br

Filboi
www.jbs.com.br

Arquivo da Propaganda - 18.1.2 - JBS/Filboi - RE/DBO - 15/05/2015 - R816546

Fonte: Arquivo da Propaganda e Site Conexão JBS.

TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES



Consciência ambiental

Vai muito além de pensar no futuro ou em soluções industriais de grande escala. Reaproveitar os resíduos de produção e reinseri-los na cadeia produtiva é um comportamento crescente nas indústrias.

Inclusão e empoderamento

As marcas precisam se preocupar cada vez mais com as pessoas.

Os consumidores valorizam marcas que os fazem se sentirem incluídos.

Presença além do campo e da mesa

As marcas têm potencial de disseminar o pensamento sobre o meio-ambiente e repensar os espaços urbanos, afim de incentivar - principalmente os consumidores das cidades grandes - a importância do agronegócio no seu dia.



Marcas com causa

A maturidade e senso de consciência crescente do consumidor privilegia marcas corajosas, que levanten causas, fujam do lugar comum e inovem em suas iniciativas, mesmo que estejam correndo riscos.

Saudabilidade

A demanda por alimentos mais saudáveis é uma realidade. Seja através de ingredientes ou novos processos de produção, demonstrar que existe uma preocupação com a saúde do consumidor virou um benefício dos produtos.

Sustentabilidade

preocupação com o impacto das ações humanas no planeta é uma realidade e uma necessidade. Há uma pressão da sociedade para que as indústrias garantam o menor impacto possível no ambiente ao seu redor e rastrear todas as consequências.



Sustentabilidade como bandeira da exportação brasileira

O Brasil tem sido um dos países centrais nas discussões sobre mudanças climáticas.

Temos oportunidade de tomar frente das discussões sobre como coordenar e equilibrar meio ambiente e a utilização dos recursos de forma sustentável. . O Brasil foi o primeiro país em desenvolvimento a ratificar o Acordo de Paris, fechado na COP-21, em 2015.

Melhorou a coordenação do governo, com a presença inédita dos ministros do Meio Ambiente e da Agricultura. Melhorou também a coordenação entre empresas, organizações da sociedade civil e institutos de pesquisa, como no caso da Coalizão Brasil, Clima, Florestas e Agricultura.



Estabelecer nossa postura frente ao mercado de energias renovaveis

Como detentor do maior estoque de biomassa da Terra (12% das florestas), o Brasil tem alto potencial de liderar um movimento para desenvolver o mercado de fontes de energias renováveis.

Reforçar os resultados de nossos investimentos em tecnologia

Historicamente implantamos técnicas agrícolas que conjugam aumentos de produtividade com maior conservação do ecossistema: o plantio direto (que eliminou a necessidade de revolver o solo antes do plantio), a integração lavoura-pecuária-floresta, o plantio de duas safras por ano na mesma área e o programa agricultura de baixo carbono.

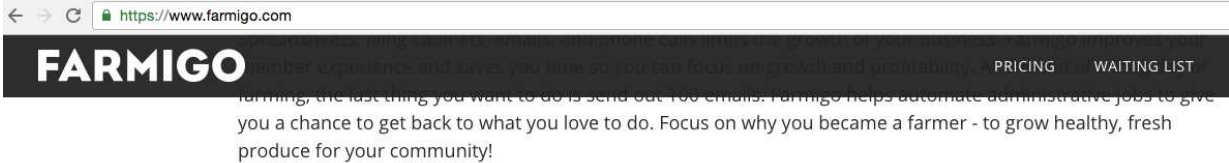
Fonte: Artigo "Brasil se destaca na COP-22 em uso da terra e energia renovável – Por Marcos Sawaya Jank

O AGRO NO MUNDO CONECTADO

FarmiGO: produtores conectados



O app FarmiGo é uma plataforma de comércio de alimentos que conecta produtores rurais locais de pequeno porte a consumidores de cidades próximas, criando um senso de pertencimento e contribuição à comunidade.



FARMIGO number experience and saves you time so you can focus on growth and profitability. [PRICING](#) [WAITING LIST](#)

farming, the last thing you want to do is send out 100 emails. Farmigo helps automate administrative jobs to give you a chance to get back to what you love to do. Focus on why you became a farmer - to grow healthy, fresh produce for your community!



Access Anytime, Anywhere

The Farmigo dashboard can be run on any device - computer, smartphone, tablet - allowing you to have the information you need when you want it, where you want it. Update member accounts, send emails, or check your orders on the go!

Fonte: Levantamentos Planejamento Lew'Lara/TBWA.

Hortas Urbanas

A comercialização e profissionalização de hortas urbanas nunca foi algo tão discutido como agora. Exemplo disso é o pedido formal do Coletivo de Hortelões da Cidade de São Paulo à Prefeitura para que as hortas urbanas sejam legalizadas e reconhecidas como uma atividade comercial. Além disso, enzimas específicas para acelerar o cultivo na cidade já estão em desenvolvimento.

Fonte: Levantamentos Planejamento Lew'Lara\TBWA.



Despedício aproveitado



A White Moustache é uma marca de iogurtes orgânicos de Nova Iorque que reaproveita os subprodutos gerados no processo de produção. O soro do iogurte é a base de uma bebida probiótica, que tem várias propriedades benéficas à saúde, além de ser um isotônico natural.



Dan Barber é um renomado chef de Nova Iorque que busca sempre a menor agressão possível ao meio ambiente em todos os ingredientes que utiliza. Para fazer uma crítica ao modelo de seleção de alimentos de grandes restaurantes, ele abriu o WastED: um restaurante pop-up que servia pratos feitos apenas de descartes de outras redes.

Produção atual



O foie gras é uma iguaria mundialmente conhecida pelo processo agressivo de alimentação forçada dos gansos. Porém, a marca espanhola Sousa & Labourdette produz um dos melhores foie gras do mundo a partir de um processo totalmente naturalista e praticamente não invasivo aos animais. A fazenda da marca cria todo um ecossistema para que os gansos possam explorar livremente e procurar alimento, tornando-os extremamente saudáveis e gerando um sabor inigualável.



Ativismo



O Tumblr vem se tornando cada vez mais relevante como um espaço de compartilhamento de ideologias. Perfis como o Garden of Vegan e o Just Burgers ilustram a diversidade de opiniões e conteúdos que a rede oferece: ambos são enciclopédias de receitas, só que um é focado em pratos veganos e o outro em hambúrgueres orgânicos. Além disso, os dois perfis advogam a favor de suas crenças em termos de culinária e interagem ativamente com outros perfis, discutindo ideologias e sugerindo ingredientes.

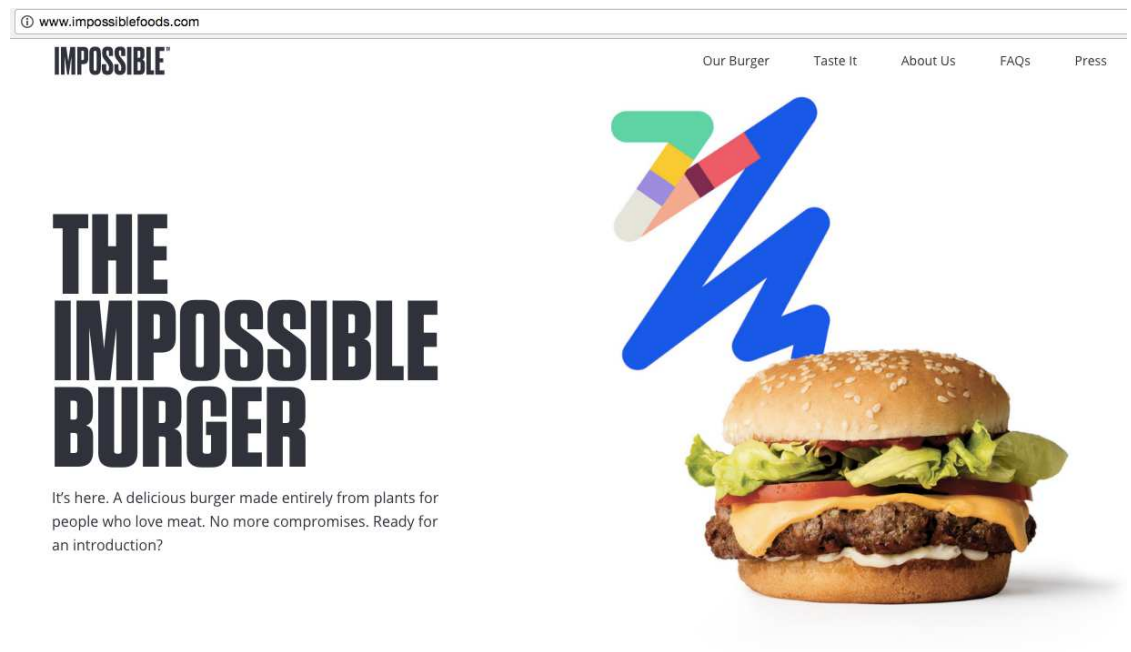
Fonte: Levantamentos Planejamento Lew'Lara\TBWA.



Proteína alternativa



Muitos consumidores passaram a repensar o consumo de carne, procurando fontes de proteína alternativas. A Impossible Foods é uma startup norte-americana que está desenvolvendo um hambúrguer baseado em vegetais e grãos que possui a mesma consistência, aparência e sabor do hambúrguer tradicional.



Super ingredientes



A Raw Gorilla é uma marca inglesa de cereais que utiliza super ingredientes como Maca e Lucuma que, antes desconhecidos pelo consumidor, hoje se destacam por terem inúmeras propriedades benéficas à saúde, desde propriedades energéticas até prevenção de osteoporose.



Dinneer: seguindo a lógica do Airbnb

Com a revolução on-line e abertura de diálogo entre os canais e as marcas, os consumidores não querem mais apenas consumir, querem participar e contribuir. Seguindo a lógica do Airbnb, o Dinneer é um aplicativo brasileiro que conecta cozinheiros amadores a pessoas ávidas por novas experiências gastronômicas. Os jantares ocorrem na casa dos cozinheiros, criando praticamente um restaurante informal.



Fonte: Levantamentos Planejamento Lew'Lara\TBWA.

Transparência



O McDonald's do Canadá deu um exemplo de transparência quando, após o questionamento de uma consumidora, mostrou todo o processo por trás das fotos de divulgação dos lanches da rede, explicando diferenças e semelhanças em relação a o que é vendido nas lojas.

Em seguida, lançou a campanha: **Our Food. Your Questions.**



