



Palavra do Presidente

Jorge Possato Teixeira



Caros sócios, parceiros e clientes,

Iniciamos este editorial com um olhar atento e esperançoso para os últimos dias do ano. Faltam pouco mais de 60 dias para encerrarmos 2024, um ano que, sem dúvida, foi repleto de desafios e turbulências.

Atualmente, aguardamos as movimentações no Senado em relação à **Reforma Tributária**. É importante destacar que o texto ainda está em tramitação, com a votação prevista para ocorrer após o 2º turno das eleições. Este é um tema que nos preocupa, e nossa equipe está vigilante sobre os desdobramentos.

Em relação ao ICMS em São Paulo, tivemos uma reunião crucial na Secretaria da Agricultura, onde discutimos a manutenção da isenção desse imposto para o nosso setor. Na próxima página, no Radar Jurídico, vocês encontrarão todos os detalhes e contextos pertinentes.

Sobre o Mercado

Chorar não resolve, e reclamar, muito menos. O que nosso mercado realmente precisa, na maioria das vezes, é de um choque de otimismo. O fator “pessoas” é fundamental; ele pode construir ou destruir qualquer negócio. Por isso, devemos sempre lembrar do impacto que flores e plantas têm na vida das pessoas. A beleza natural que elas proporcionam é uma fonte inesgotável de inspiração, e sempre há espaço para inovação e reinvenção. Precisamos levar, de maneira simples e acessível, os benefícios que essas belezas naturais trazem ao nosso cotidiano.

Com a chegada dos últimos dois meses de 2024, é essencial que nossa energia esteja renovada e positiva, pois temos um grande trabalho pela frente. Se a dinâmica entre demanda e oferta rege qualquer mercado, nosso desafio é não apenas aumentar a demanda, mas também buscar melhores preços para as flores e plantas. Vamos unir forças e transformar esse cenário, lembrando sempre que o nosso entusiasmo e criatividade são as chaves para o sucesso.

Sobre nossas ações

Em nossas últimas reuniões, revisamos nosso **Planejamento Estratégico**, desenvolvido em novembro de 2021 para o período de 2022 a 2025. É com satisfação que compartilho que já concluímos cerca de 80% das ações previstas. As pendências que restam foram, em grande parte, impactadas pela Reforma Tributária, que ocupou uma parte significativa de nossa agenda e orçamento.



O próximo passo deste processo será nossa **reunião no dia 26 de novembro**. Nesse encontro, teremos a oportunidade de avaliar as ações pendentes do Planejamento, organizar nossa agenda de trabalho e identificar novas iniciativas que possam ser necessárias. Informamos que **essa reunião será exclusiva para a Diretoria**. Os associados terão a oportunidade de participar da próxima reunião administrativa (na primeira semana de dezembro), onde apresentaremos o Planejamento alinhado para o ano de 2025.

Gostaria de chamar a atenção para um aspecto crucial de nosso Planejamento Estratégico: **a adesão de novos associados**. Desde que assumi a presidência em junho deste ano, essa tem sido uma de minhas prioridades. Atualmente, 90% da nossa base associativa é composta por produtores. O IBRAFLOR, com seus 30 anos de atuação, tem lutado incansavelmente em defesa de todo o setor, e é fundamental que todos os elos da cadeia reconheçam e valorizem esse trabalho, unindo forças em nosso Instituto.

Desde o início de nosso Planejamento, conseguimos a adesão de apenas 22 novos associados, dos quais 90% ingressaram neste ano. É imprescindível que o papel do IBRAFLOR seja compreendido na sua totalidade: somos um Instituto que, na prática, defende os interesses de toda a cadeia, não apenas da produção, mas também dos setores de suprimento e mercado. A atual diretoria está comprometida em fortalecer essa comunicação, para que o Instituto se torne ainda mais robusto e representativo. Juntos, podemos construir um futuro ainda mais promissor para o nosso setor.

Agradeço a todos pelo apoio contínuo e pela confiança depositada em nosso trabalho.

Grande abraço e uma boa leitura,



Jorge Possato Teixeira
Presidente IBRAFLOR

Ibraflor
DESDE 1994
TRABALHANDO
EM PROL DO
SETOR.



www.ibraflor.com.br



@ibraflor



A Manutenção da Isenção de ICMS para Hortigranjeiros

O Presidente, Jorge Possato Teixeira, e a Assessora Jurídica, Dra. Lilian Toso, estiveram no dia 1º de outubro de 2024, reunidos com o grupo Fresh Brasil e outros representantes do setor de horticultura. Eles foram recebidos pelo Dr. Edson Fernandes, Secretário Executivo da Agricultura do Estado de São Paulo, Sr. Alberto Amorim, Dirigente da Assessoria Técnica, e Sr. José Carlos de Farias, Coordenador das Câmaras Setoriais.

O objetivo do encontro foi discutir a manutenção da isenção de ICMS para hortifrutigranjeiros, conforme estabelecido pelo Convênio 44/75 do CONFAZ e pela Lei Estadual nº 16.887/2018. O Governo do Estado de São Paulo, por meio do plano “São Paulo na Direção Certa”, está revisando todos os benefícios fiscais concedidos aos setores econômicos.

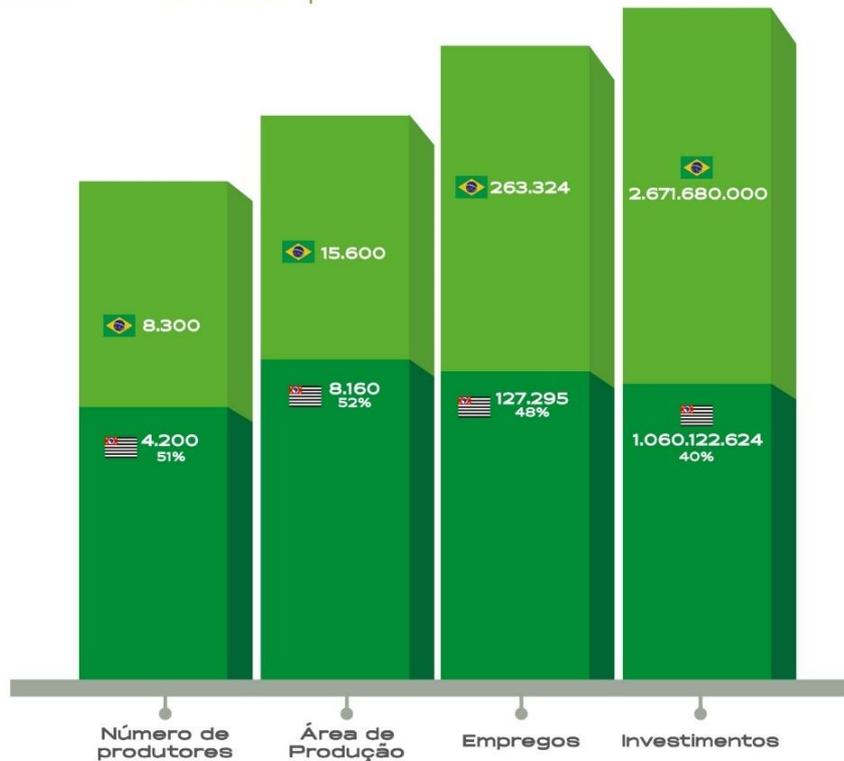
Com a informação de que o Decreto nº 67.383, de dezembro de 2022, determina que a isenção para hortifrutigranjeiros permanecerá válida até dezembro de 2024, o Ibraflor tomou a iniciativa de pleitear a continuidade desse benefício junto à Secretaria da Agricultura. Essa isenção é essencial, pois já está prevista no Convênio CONFAZ nº 44/75 e reforçada pela Lei Estadual nº 16.887/2018.



É importante destacar que São Paulo é o principal produtor de flores e plantas ornamentais do Brasil, concentrando 51% dos produtores, 52% da área cultivada, 48% dos empregos e 40% dos investimentos do setor.



Dados da Cadeia 2023
São Paulo x Total Nacional



Crescimento em % engloba todo o setor de flores e plantas ornamentais.

Fonte: CEPEA Esalq/USP

A Secretaria da Agricultura reconheceu a importância dos setores da horticultura e manifestou apoio à nossa solicitação de manutenção da isenção. Além disso, comprometeu-se a intermediar a comunicação com o Governador Tarcísio de Freitas, o que representa um passo crucial para a defesa dos interesses da horticultura no estado.

O Ibraflor continuará a representar seus associados e a lutar pelos interesses de toda a cadeia produtiva. Juntos, seguiremos firmes na defesa do nosso setor!

Jorge Possato Teixeira
Presidente Ibraflor

Lilian Toso
Assessora Jurídica

O IBRAFLORE foi um dos Apoiadores da Copa das Américas



O IBRAFLORE foi um dos apoiadores da Equipe Brasil, que competiu na Copa das Américas de Arte Floral, realizada no Panamá! Este evento, reconhecido internacionalmente, é uma vitrine para os melhores profissionais da arte floral, promovendo a troca de experiências e técnicas entre os competidores de diversos países. Participar dessa competição não apenas eleva o nível da arte floral no Brasil, mas também fortalece laços entre os profissionais da área e amplia as oportunidades de networking.

A EQUIPE BRASIL contou com três competidores nesta edição da Copa das Américas, que se destacou pela diversidade de talentos:

1. **Jonathan Medeiros** (SP) – Campeão da Copa Brasileira de Arte Floral (@jonathan_medeiros);
2. **Jessica Campos** (SC) – Vice-campeã da Copa Brasileira de Arte Floral (@jess_ccampos);
3. **Francisco Jean Mazieiro** (PR) – 3º Lugar na Copa Brasileira de Arte Floral (@francisco_floraldesigner).

Esses competidores contaram com uma equipe de assistentes, fundamentais para o sucesso das criações, que incluiu **Paulo Perissoto** - SP (@pauloperissoto), **Tânia Nagai Yano** – AM (@floratropical) e **Juliana Hames** – SC (@julianahames). A coordenação da equipe foi realizada pela **ABAF e Flortec**, que garantiram uma preparação adequada e suporte logístico.



A competição reuniu 33 participantes de países das Américas e Europa, evidenciando a alta qualidade e diversidade de talentos presentes. A Jessica e o Francisco se destacaram, conquistando o segundo lugar em dois trabalhos, um resultado notável! Jonathan e Francisco também se posicionaram entre os 10 melhores, demonstrando a força e o potencial da nossa equipe.

Vale ressaltar que nossos três competidores eram os mais jovens, tanto em idade quanto em experiência em competições. Essa participação não só proporcionou um aprendizado valioso, mas também serviu como um incentivo para a nova geração de floristas brasileiros.

Participar da Copa das Américas de Arte Floral é uma experiência transformadora, que engrandece a carreira dos profissionais e valoriza ainda mais a arte floral no Brasil. Valeu, Brasil!

Abaixo algumas imagens da competição:



Flores Cooperflora são Destaques no Quadro Verde do Bom Dia SP



Em uma das edições do **Quadro Verde** do programa **Bom Dia SP**, apresentado por Ananda Apple, o **Enflor & Garden Fair 2024** foi o grande tema, e a **Cooperflora** esteve presente com **flores** que refletem a **qualidade e exclusividade**, marcas registradas da **Cooperflora**.

Entre as **flores** que ganharam **destaque**, a **Anêmona** foi a grande surpresa. Muito famosa fora do Brasil, essa **flor** deslumbrante agora faz sua estreia no **mercado brasileiro** com previsão de **lançamento oficial para 2025**. É uma **flor delicada e sofisticada**, perfeita para agregar elegância a qualquer arranjo.

Os nobres **ranúnculos italianos** também chamaram atenção pela beleza e pela variedade de cores que oferece. Conhecidos por sua **textura macia e aparência exuberante**, são ideais para composições que exigem um **toque de sofisticação**. Outro destaque foi a **Rosa Garden Madagascar**, uma novidade que vem ganhando espaço entre os floristas devido ao seu degradê marcante de amarelo e vermelho, tamanho de botão e quantidade impressionante de pétalas.



As **tulipas** também tiveram seu momento especial, com as variedades lançamento **Flamingo** e **Algodão Doce** roubando a cena por suas cores.

Além disso, outras variedades da **Cooperflora** mencionadas na reportagem incluíram os **cravos** e **cravos sprays**, que combinam **durabilidade e beleza**, e a **celósia neo**, conhecida por suas cores intensas e texturas únicas.



A participação da **Cooperflora** no **Quadro Verde** reforça nossa posição como **referência no mercado de flores de alta qualidade**.

Se você ainda não conferiu a reportagem, vale a pena assistir e se inspirar com essas maravilhas da natureza. Acesse o link da reportagem completa e veja todos os detalhes:

<https://globoplay.globo.com/v/12846765/>



Flores da Cooperflora Brilham no Encontro com Patrícia Poeta na TV Globo

Em setembro, para celebrar o início da primavera, o programa **Encontro com Patrícia Poeta** da TV Globo realizou uma edição especial diretamente da **fazenda do nosso cooperado Macena Flores**, em Holambra, SP. Nada melhor do que dar as boas-vindas para a temporada mais florida do ano na cidade das flores, não é mesmo?



O lindo cenário do sítio Macena foi o escolhido para o programa ao vivo. Além dos campos e estufas que embelezaram a transmissão, as flores Cooperflora estavam em cada detalhe da cenografia.

Durante o programa, nosso cooperado Rene foi entrevistado por Patrícia Poeta em meio a um campo de girassóis, onde conversaram sobre a rica história da imigração holandesa e, claro, sobre o universo das flores. O momento ainda contou com a presen-

ça da famosa dupla sertaneja Fernando e Sorocaba, que trouxe música e descontração para a manhã especial.

No dia seguinte, as flores da Cooperflora brilharam mais uma vez na telinha, com uma mesa de flores que destacou produtos, como Rosas Gardens e Lírios Dobrados, encantando ainda mais os telespectadores.

Essa participação marcou o início da primavera em grande estilo, conectando a beleza das nossas flores ao público de todo o Brasil!



Chegamos em Vitória – Espírito Santo para a 1ª edição do Cooperflora Conecta!



Antes, a região que só contava com um atacado para distribuição, agora opera com **broker autorizado Cooperflora** e o cliente pode comprar diretamente pela plataforma do **SINC** 24 horas por dia, 7 dias por semana.

O início da atuação da **cooperativa** na região foi marcado com um **evento especial** com a conhecida **exposição de produtos Cooperflora**, onde os visitantes puderam conhecer de perto nosso mix, tirar dúvidas, e aprender

muito com a **palestra de tendências e demonstração floral** da **Gabriela Nora**, colunista da **revista Vogue** e idealizadora da **Galeria Botânica**.

O evento também foi uma ótima **oportunidade** para a **troca de experiências** com nossa equipe do núcleo de produtos e produtores. Esse momento de diálogo foi fundamental para apresentar nossa proposta para a região e as vantagens de ser um cliente Cooperflora.

Agradecemos todos que fizeram parte desse momento conosco: visitantes, colaboradores, cooperados, nossos **brokers Fabiana e Jota da Real Garten** e parceiros.



Patrocinando Floristas Brasileiros e Incentivando a Arte Floral Brasileira no Cenário Mundial

O último mês foi cheio de destaque para a arte floral brasileira. O Brasil brilhou na Copa das Américas de Arte Floral e na final do WorldSkills 2024 em Lyon – Paris.



Na Copa das Américas de Arte Floral nossos representantes: Jessica Campos, Jonathan Medeiros e Francisco Jean Mazieiro competiram entre 33 floristas do mundo todo, onde Francisco e Jonathan chegaram ao top 10 melhores competidores e Jéssica conquistou o segundo lugar na prova do Buquê de Noiva, enquanto Francisco levou para casa o segundo lugar na categoria Mesa Romântica.

No WorldSkills, Maria Olívia Fronza, de 18 anos, nos representou na categoria floristas e voltou para o Brasil com a Medalha de Excelência, enchendo de orgulho todos os brasileiros do setor.

Durante toda essa trajetória, a Cooperflora participou apoiando Maria enviando flores para seus treinamentos e patrocinou a viagem dos competidores na Copa das Américas 2024.



Estamos muito felizes por fazer parte desse processo e por apoiar talentos tão promissores. Parabenizamos pelas conquistas e desejamos muito sucesso a todos.



Exemplo de empreendedorismo, Ceaflor é uma ideia que deu certo



Quem hoje vê o Ceaflor, com uma estrutura que reúne 450 empresas dedicadas à comercialização de flores, plantas e acessórios para a floricultura, paisagismo e decoração, certamente não imagina que o projeto Ceaflor começou do zero, oito anos antes de abrir as portas. Isto se deu a partir de uma grande visão empreendedora, recheada de desafios. Essa história é contada exatamente por quem vislumbrou esse empreendimento e reuniu pessoas para ajudar a colocá-lo em prática: Antonio Carlos Rodrigues, o Toninho, empresário da área de acessórios e empreendedor nato, hoje presidente do Ceaflor.

1. Como começou sua carreira profissional e em que momento você ingressou no setor de flores e plantas ornamentais?

Tudo começou em 1968, quando eu tinha 13 anos e vim com meus pais da cidade de Clementina, no interior de São Paulo, para a capital. Com 13 anos e meio comecei a trabalhar em uma empresa do segmento de floricultura onde fiquei por 10 anos. Quando eu tinha 23 para 24 anos comecei a trabalhar por conta própria e fundei a minha empresa, a Rizzo Embalagens. Aos poucos fui trazendo a família e começamos a trabalhar no segmento de forma mais ostensiva. Hoje somos em cinco irmãos que trabalham na fábrica e nas seis lojas da empresa.

2. Quais foram os principais desafios que você enfrentou no início da sua trajetória profissional?

O maior desafio de quem quer empreender é a falta de capital. Comecei a Rizzo apenas com cara, coragem e o conhecimento que adquiri nos 10 anos que trabalhei no setor. Então, o começo foi muito difícil, porque tudo o que ganhávamos tinha que ser reinvestido no negócio, para atender as demandas e necessidades do dia a dia.

3. O que te motivou a pensar em criar do zero um mercado do porte do Ceaflor?



A motivação veio da minha experiência trabalhando em mercados como o Ceagesp e a Ceasa Campinas. Sempre fiz parte de comissões de locatários e ouvia as demandas apresentadas por todos para melhorar o mercado e o ambiente de trabalho, mas pouco era feito. Houve, inclusive, duas iniciativas para construir um mercado em São Paulo, porque diziam que o Ceagesp iria “sair dali”, mas a ideia não foi para frente. Então, até

vendo tudo aquilo que havia sido feito, eu criei um projeto já eliminando alguns gargalos que vi acontecer em iniciativas anteriores. O projeto do novo mercado tinha que ser diferente.

4. Foi difícil convencer o grupo de empresários que você reuniu, da necessidade de criar um “mega” mercado?

Quando imaginamos o projeto, procuramos ser o mais objetivo possível. Então, chamamos algumas pessoas do segmento para apresentar a ideia e a viabilidade de execução. O maior argumento foi que teríamos o controle da gestão no mercado e poderíamos direcioná-lo para, de fato, atender as demandas e reivindicações do setor. Além disso, seria um espaço exclusivo para floricultura, paisagismo e decoração, sem ter que compartilhá-lo com outros setores, como hortifruti, por exemplo.

5. No período entre a idealização do Ceaflor e sua inauguração, 8 anos depois, quais foram os maiores desafios e como foram enfrentados?

Começamos o projeto em maio de 2011, panfletando a ideia nos mercados, e fizemos a primeira reunião no Posto Deoclécio, na entrada de Holambra. Neste momento, ainda nem tínhamos a empresa constituída. Mas o setor acolheu a ideia e estabelecemos os pilares para o desenvolvimento do projeto. Criamos uma empresa - uma sociedade anônima de capital fechado -, começamos a vender os espaços comerciais (boxes) e oferecemos ações da empresa para investidores a partir da projeção de dividendos que seriam alcançados com locações. Procuramos, também, financiamento junto ao Desenvolve SP, órgão de fomento do governo do Estado de São Paulo.

À medida em que o projeto caminhava, mais pessoas acreditavam que realmente o Ceaflor nasceria. Um ponto fundamental foi trabalhar com muita transparência durante todo o processo, fazendo muitas reuniões e posicionando os envolvidos sobre cada etapa, nunca prometendo o que não poderíamos cumprir. Para divulgar o projeto, começamos a participar de eventos do setor, como Hortitec e Enflor/Garden Fair, onde conversávamos pessoalmente com os produtores, atacadistas e profissionais do segmento. Quando conseguimos o financiamento do Desenvolve SP, o projeto avançou e conseguimos mais investidores de peso. Neste momento, aqueles que ainda tinham dúvidas foram convencidos que daria certo. Quando inauguramos o Ceaflor estávamos com 70% dos espaços ocupados.



6. O CEAFLOOR acaba de completar 5 anos. O que, na sua opinião, contribuiu para que ele crescesse tanto, em tão pouco tempo?

O primeiro ponto foi a localização privilegiada, junto a outros *players* do mercado de flores. Para o setor atacadista não havia lugar melhor, porque eles já vinham para a região comprar no Veiling, na Cooperflora, mas tinham que ir até Campinas e São Paulo para completar a carga. O que a gente fez foi reunir em um só lugar os produtores e comerciantes de acessórios que faltavam na região. Agora o atacadista compra tudo no mesmo dia e segue para sua região, ganhando até um dia de viagem.

Outra questão importante é a segurança. O pavilhão do Ceaflor é apropriado para o nosso setor, com corredores amplos, banheiros limpos e equipados inclusive com chuveiros, estacionamento coberto para carros menores e, para os caminhões, 400 vagas em docas com um avance de três metros na cobertura. Hoje o cliente se sente satisfeito comercializando no Ceaflor, tanto o produtor como o comprador.

7. Como você enxerga a evolução do CEAFLOOR daqui para frente? Quais são os planos para o futuro?

Nestes cinco anos o Ceaflor já passou por duas ampliações. A primeira começou logo no primeiro ano de funcionamento, em plena pandemia, aumentando o número de boxes, estacionamentos e docas de carregamento. Em seguida, construímos também um depósito de produtos. Hoje, o Ceaflor está de um bom tamanho para atender a demanda atual, mas estamos sempre pensando em melhorar. Estamos começando a usar a nossa estrutura para fazer cursos, investindo em capacitação, pois uma coisa de bom que o nosso segmento tem é que precisamos da mão de obra humana. Não podemos dispensar as pessoas, substituindo-as por tecnologia. Sim, a tecnologia nos ajuda muito, principalmente na comercialização, mas as pessoas são indispensáveis. Então, o futuro é sempre pensar em procedimentos que aprimorem a experiência do cliente em nosso mercado.

8. Que inovações foram implementadas no CEAFLOOR, no sentido de melhorar a experiência dos clientes?

A inovação aplicada no Ceaflor está na própria estrutura do empreendimento, pois colocamos em prática tudo o que almejávamos nos outros mercados, e que está relacionado à tranquilidade para trabalhar em um espaço só nosso, em dias e horários que atendam às nossas necessidades. O Ceaflor funciona totalmente em consonância com as demandas do segmento de flores e plantas. Por exemplo, em datas especiais como Dia das Mães, Finados etc., podemos trabalhar nos finais de semana e atender os compradores com mais tranquilidade, o que não era possível nos outros mercados.

9. Que conselho você daria para novos empreendedores que desejam entrar no mercado de flores e plantas ornamentais?

A recomendação mais importante para o novo empreendedor é que, antes de abrir o seu negócio, faça pesquisa para saber se há demanda para aquele produto ou serviço que você quer oferecer, naquela região especificamente. No caso do produtor, antes de plantar é preciso saber se o mercado já não está saturado daquele produto, por exemplo. E sempre buscar oferecer algo diferente, um produto ou serviço que só você tenha, poque assim vai atrair o comprador.

10. Como você gostaria de ser lembrado na sua trajetória profissional?

Espero que lembrem de mim como uma pessoa que pensou no segmento, que teve coragem de fazer as coisas, independentemente de opiniões, se iria dar certo ou não. Consegui trazer pessoas para perto de mim que são parceiras, que praticam a mesma ideia e gostam de fazer juntos. Hoje, gosto de pensar que eu ou o nosso grupo ajudou uma série de pessoas a melhorar sua comercialização, seus produtos e sua distribuição. Ver os clientes se adaptando e gostando do nosso mercado. Dá uma alegria e uma satisfação enorme ter participado de tudo isso.

Palestra com Carol Costa marca os cinco anos do Ceaflor

Para celebrar o quinto aniversário do Ceaflor e dar continuidade ao programa de capacitação permanente que vem sendo estruturado pela Administração do mercado, a jornalista, *influencer* e professora de jardinagem, Carol Costa, realizou palestra sobre “Como vender nas redes sociais sem surtar”. O evento aconteceu no dia 25 de setembro, dia em que há exatos cinco anos o Ceaflor deu início às suas atividades comerciais.

Durante quase duas horas, Carol conversou com produtores, comerciantes e clientes e apresentou, com muita didática e bom humor, o passo a passo para a estruturação do Instagram voltado para relacionamentos e vendas de produtos e serviços



Palestra atraiu o interesse de produtores, comerciantes e clientes

Escola Brasileira de Arte Floral Promove Encontro Inspirador com o Renomado Artista Floral Internacional Gregor Lersch



A Escola Brasileira de Arte Floral recebeu, entre os dias 08 e 10 de outubro de 2024, o renomado designer floral alemão Gregor Lersch, reconhecido internacionalmente por suas criações inovadoras. Com uma carreira marcada pela dedicação ao ensino e à comunicação, Lersch é considerado uma referência para amantes da arte floral em todo o mundo.

Ao ser questionado sobre sua fama global, Lersch destaca: “Não se trata de um nome, mas de um objetivo. Meu plano é compartilhar conhecimento floral com designers em todas as partes do mundo.” Para ele, a comunicação eficaz é a chave para o sucesso na profissão. *“É extremamente motivador conectar as diferenças culturais por meio do design puro. Minha maior motivação é fazer com que as pessoas sintam que projetar com flores é a coisa mais natural do mundo e trazer entusiasmo a essa prática.”*

Durante sua visita, Lersch ministrou um curso que abordou as últimas tendências da arte floral, em parceria com a Escola Iberoamericana de Arte Floral (EIAF). **O curso de três dias incluiu tópicos relevantes como:**

Buquê Garden Style: apresentou formas e ideias utilizando materiais artesanais, aliando técnica e profissionalismo para criar modelos versáteis para diversos ambientes, como praias, campos, parques e jardins. Lersch enfatizou a simplicidade dos elementos campestres, mostrando que há muito a aprender não apenas com técnicas complexas, mas também com a pureza dos elementos que encontramos na natureza.

Design com Plantas: O artista compartilhou técnicas e passos práticos que podem ser explorados por floristas modernos, ajudando-os a criar negócios e influenciar positivamente a vida das pessoas em suas casas e locais de trabalho.

Estilo Vegetativo: Este estilo, desenvolvido para criar ambientes mais naturais e integrados ao cotidiano das pessoas, valoriza a pureza da vegetação, buscando uma estética que reflete a beleza da natureza. Lersch promoveu um novo aprendizado, encorajando os participantes a treinarem seus olhos e mãos para serem mais “leves” e a pensarem de maneira mais vegetativa, aumentando a apreciação do público pela profissão.

A presença de **Gregor Lersch** na Escola Brasileira de Arte Floral foi um marco significativo, deixando um legado de inspiração e inovação para todos os envolvidos.



Antecipando os Negócios do Amanhã, Veiling Holambra Inova a Partir da Prospecção de Tendências



Reunião de Mentoria de Tendências. Da esquerda para a direita: Marcia Peetz e Hélio Junqueira, da Hórtica Consultoria Tendências e Inteligência de Mercado (mentores), Roberto Hideyuki Okubo, vice-presidente do Conselho de Administração da Cooperativa Veiling Holambra (CVH) e produtor de plantas ornamentais e Denis Martins, especialista na área de Marketing e Produto da CVH.

Atender às demandas presentes e futuras dos clientes – muitas vezes até mesmo inconscientes –, surpreendendo-os com a oferta de produtos melhores, inovadores e com as mais vantajosas relações custo x benefício torna-se capacidade vital não apenas para o crescimento e desenvolvimento das empresas e organizações, se não mesmo para a sua própria sobrevivência.

Nesse contexto, a **cultura da inovação permanente** e focada no atendimento dos movimentos de mudança dos gostos e preferências do mercado consumidor torna os estudos do futuro – especialmente materializados nas pesquisas de tendência e de antecipação dos fenômenos socioculturais –, muito mais do que uma ferramenta útil e adequada, um verdadeiro instrumental imprescindível para o sucesso empresarial.

Os estudos de tendências nos dias de hoje já contam com importante e legitimado conjunto de métodos, técnicas e abordagens científicas de pesquisa, que os configuram como poderosos auxiliares na tomada de decisões estratégicas em negócios. Os achados e os *insights* de pesquisa de tendências vêm a constituir base sólida para a inovação permanente em produtos, serviços e processos, permitindo e viabilizando novos posicionamentos e liderança das empresas que os conquistam e utilizam rotineiramente em seus negócios.

A Cooperativa Veiling Holambra, vem, desde 2021, investindo na criação e desenvolvimento de uma cultura permanentemente de inovação, impulsionada pelo estudo e pesquisa em tendências socioculturais e dos movimentos de mudança nos gostos, práticas, hábitos e preferências do consumidor brasileiro. Essa iniciativa se materializa, especialmente a partir de 2023, no **Núcleo de Estudos e Pesquisas em Tendências Aplicadas à Inovação em Flores e Plantas Ornamentais**, enquanto grupo de caráter orientativo e consultivo do corpo de dirigentes da instituição e, principalmente, de seus cooperados.



O referido **Núcleo** não implicou a criação de novos cargos ou posições técnicas ou administrativas, operando, em realidade, a partir da cooperação dos órgãos, quadros e expertises já existentes na CVH, contando com o apoio de consultoria e assessoria profissional externa da Hórtica Consultoria Tendências e Inteligência de Mercado, e envolvendo agentes ofertantes de produtos e serviços inovadores no mercado, quer ativos ou ainda potenciais.



Vitrine de Tendências, 28º Veiling Market, 12 e 13 de setembro de 2024.



Vitrine de Tendências, Veiling Market, 27ª edição, que aconteceu nos dias 21 e 22 de março de 2024.

Além da apresentação pública dos resultados de estudos e pesquisas em palestras, eventos internos e externos, o trabalho do **Núcleo**, a partir de 2023, passou a incluir um conjunto de **Mentorias Individuais**, inicialmente direcionadas a cooperados e, depois, estendidas à clientela atacadista e varejista da CVH. Trata-se de reuniões exclusivas, com duração média de 1,5 hora – que podem acontecer quantas vezes necessário –, na qual produtores e clientes têm a oportunidade de interagir livre e abertamente com as consultorias técnicas para manifestar suas inquietações, projetos, expectativas e prospecções em relação ao futuro de seu empreendimento.

As discussões e seus resultados são tratados com absoluta confidencialidade entre as partes e se consolidam em relatórios individuais detalhados, nos quais constam sugestões apontadas para o encaminhamento futuro de decisões. Muitos resultados já são plenamente palpáveis, contabilizáveis e satisfatórios, conforme registrados em depoimentos espontaneamente obtidos junto a muitos dos beneficiários.

Veiling Holambra promove 28ª edição de Veiling Market



Nos dias 12 e 13 de setembro, o Veiling Holambra promoveu a 28ª edição do Veiling Market, a mais completa feira de flores e plantas. O evento recebeu 1.513 pessoas e contou com 144 cooperados expositores.

Vitrine de Tendências

Destaque na edição anterior, a Vitrine de Tendências celebrou as cores, vibrações e a alegria da chegada da primavera ao ar livre com produtos resistentes às novas condições climáticas, folhas e folhagens nostálgicas e a experiência sensorial, inclusive para crianças. Área dedicada à exposição de produtos que detêm efetivos potenciais de inovação para o futuro do mercado de flores e plantas ornamentais brasileiro.



Espaço Veiling



O espaço Veiling traz as novidades dos departamentos da cooperativa e suas importantes ferramentas no atendimento ao cliente e cooperado. Para inspirar e mostrar o potencial das flores e plantas em datas comemorativas, a artista floral Karina Saab decorou espaços de Natal, Finados e Outubro Rosa. A Linha Kids – Meu 1º Vasinho de Flor – também teve destaque em uma área que mostrou o mix disponível até o momento e o potencial de vendas no PDV.



Univeiling 5 anos

Para ampliar a visão de mercado e agregar valor ao segmento, a Univeiling, educação corporativa, preparou uma programação especial, que contou com a palestras sobre tecnologias e inovações nos negócios. Além das tradicionais palestras, essa edição foi marcada pela celebração dos 5 anos da educação corporativa da cooperativa Veiling Holambra com a exibição de um vídeo que traz dados dessa trajetória de desenvolvimento e algumas pessoas que fazem parte dessa história:



Visita Ministerial

O evento também contou com a visita do ministro Paulo Teixeira e membros da Diretoria do Banco do Brasil. O prefeito de Holambra, Fernando Capato, membros do Ibraflor e o prefeito de Santo Antônio de Posse, João Leandro Lollí, também estiveram presentes. Além de conhecer o evento e os principais pontos da nossa operação, os visitantes subiram ao palco Univeiling para falar de temas importantes para a horticultura.



Leilão Beneficente



Além dos estandes e de todo o conteúdo, o Veiling Market tradicionalmente é marcado pelo leilão beneficente. O valor arrecadado é revertido em doações para instituições da região, e cooperados e clientes se unem por essa causa. Esta edição celebrou uma arrecadação de R\$ 161 mil.

CD Veiling em Uberlândia oferece curso de arranjos

Em parceria com o Gran Flora Uberlândia, o Centro de Distribuição Veiling Holambra promoveu mais um curso gratuito para clientes e profissionais do segmento. O paisagista e decorador Paulo Perissoto ministrou um workshop sobre “Arranjos para Floriculturas” para mais de 50 pessoas.



Veiling Holambra apresenta novo vídeo institucional

Há quase um ano, o Veiling Holambra modernizou sua marca para celebrar os 35 anos de história. Para apoiar esse processo de *rebranding*, a cooperativa produziu um novo vídeo institucional, refletindo essa nova identidade e uma nova fase dessa trajetória de conquistas. O vídeo fala sobre a história, missão, visão e valores do Veiling Holambra enquanto mostramos uma parte da estrutura tornou a cooperativa referência no segmento de flores e plantas.



veiling.
market
UBERLÂNDIA

04 e 05/11
das 8h às 17h

FAÇA JÁ SUA INSCRIÇÃO:
www.veiling.com.br/vmkt

 C.D. UBERLÂNDIA

R. Odorico Luiz de Oliveira, 300
Distrito Industrial - Uberlândia - MG



Mônica Cannaval é uma vendedora apaixonada, cuja jornada no mundo das vendas começou aos sete anos. Com mais de 27 anos de experiência, principalmente no setor de vestuário, ela não apenas desenvolveu uma expertise excepcional, mas também descobriu o impacto transformador que as vendas podem ter na vida de pessoas e empresas.

Nos últimos quatro anos, Mônica tem se dedicado a capacitar vendedores e equipes comerciais, utilizando sua vasta experiência para ajudar profissionais a alcançarem seus objetivos. Embora atenda a diversos nichos, sua atuação no setor de flores, plantas e acessórios começou em janeiro de 2023, e rapidamente se expandiu por meio de indicações de clientes satisfeitos.

Além de seu trabalho como treinadora e mentora, Mônica está prestes a lançar sua formação de líderes comerciais, uma iniciativa que promete preparar a próxima geração de líderes no setor.

Ibraflor: Como você começou sua carreira de vendedora aos sete anos e o que a motivou a continuar nesse caminho?

M.C.: Enfrentávamos muitas dificuldades financeiras em casa. Minha mãe costurava chinelos de quarto, mas não conseguia fazer e vender por conta própria. Foi então que ela me disse que eu precisaria assumir essa tarefa. Comecei a vender os chinelos de porta em porta na cidade de Mogi-Mirim, SP, com o objetivo de ajudar a trazer comida para nossa mesa. Embora eu fosse apenas uma criança e não tivesse plena consciência da situação, aquele foi o ponto de partida que me fez entender a relação entre o que eu entregava, o dinheiro que recebia e a comida que chegava à nossa mesa. Esse aprendizado se enraizou em mim e nunca mais parei de vender. Tudo o que conquistei na vida, a partir desse momento, foi por meio das vendas; não exerci outra profissão além da de vendedora.

Ibraflor: Quais lições valiosas você aprendeu após 27 anos no setor de vestuário?

M.C.: Aprendi milhares de lições, dá um livro, vou citar algumas: coragem na vida é tudo, um vendedor com credibilidade, de palavra, pontual e disposto a servir o cliente é imbatível e inesquecível, a ambição é o que te faz acordar todos os dias para ser melhor e dar o melhor para si mesmo e para as pessoas que você ama, o cliente é o maior patrimônio de um vendedor, entender de pessoas é um dos maiores poderes de um bom vendedor, networking te leva em lugares onde você sozinho não iria, desde que não seja interesseiro e sim interessante, vendedor medíocre não tem destaque, vendedor preguiçoso nem merece ser chamado de vendedor porque vendas é pura ação, vender é o que traz prosperidade, sangue nos olhos e habilidades de vendas é o que diferencia vendedores comuns de vendedores extraordinários, ser um eterno aprendiz e estudar sobre vendas é fundamental, um vendedor é um agente de crescimento para seus clientes, vendas é a única profissão do mundo e saber vender transforma a vida de qualquer pessoa, transformou a minha.



Ibraflor: Como a mentalidade comportamental influencia o desempenho de um vendedor?

M.C.: Em tudo, um vendedor que não sabe quem é, não conhece seus pontos fortes e fracos, não olha para sua história e decide se livrar de pensamentos que o paralisam não consegue o máximo de potencial em vendas que poderia ter. Em vendas você enfrenta desafios e comportamentos diferentes o tempo todo, você lida com emoções de pessoas (clientes) na hora da compra e as suas na hora da venda, portanto ter autoconhecimento e gerir as emoções é fundamental. Não adianta ensinar técnicas de vendas para quem não está preparado emocionalmente e nem tem autoconfiança para aplicar. Vende mais quem tem uma mentalidade ajustada para crescer, vencer, enfrentar desafios e é antifrágil.

Ibraflor: Quais são algumas estratégias de comunicação que você recomenda para melhorar as vendas?

M.C.: Falar com segurança e autoconfiança sobre o produto ou serviço que você vende, olhar nos olhos do seu cliente é poderoso, fale menos e ouça mais o seu cliente, comunicar-se bem também é fazer silêncio estratégico, seja um vendedor inteligente, com repertório variados para que você seja interessante e tenha assuntos que vão agregar na vida dos seus cli-



entes, procure saber o seu estilo de comunicação através da ferramenta de perfil comportamental para que você conheça o perfil de comunicação do seu cliente e assim se conecte melhor com ele, sorria, fale as palavras de forma bem articulada e tenha postura confiante.

Ibraflor: O que você considera essencial na capacitação de vendedores, especialmente em nichos diversos?

M.C.: A resposta dessa pergunta é exatamente o método que criei baseado em mais de 30 anos de vendas na prática e formações profissionais, que consiste em uma tríade: Mentalidade, Comunicação Persuasiva e Técnicas de Vendas, através desses pilares vendedores são capacitados para o alto desempenho e resultados.

Ibraflor: O que a fez entrar no setor de flores e como foi sua experiência até agora?

M.C.: Fui convidada para dar uma aula de vendas na turma de marketing e logística da Unifaj em Jaguariúna e nessa turma tinha uma aluna que trabalhava na Alog Flores uma empresa cooperada do Veiling, conversei com ela, ela me apresentou ao dono e em seguida prestei serviços para eles, nesse mesmo ano eles bateram a meta comercial traçada e a partir daí foram acontecendo indicações do meu trabalho no setor de flores, plantas e acessórios. Desde janeiro de 2023 tenho tido a honra como profissional de prestar serviços como treinadora, mentora e palestrante em empresas e eventos de referência no setor.

A prática constante me proporcionou um aprendizado profundo sobre o setor. O Ibraflor sempre foi um aliado nas minhas pesquisas. Vivenciando o cotidiano das empresas, percebi que este é um setor com um potencial gigantesco, repleto de oportunidades a serem exploradas, especialmente por meio de marketing (comunicação de atração) e vendas. Para que produtos e serviços cheguem ao consumidor com impacto, é fundamental investir em desenvolvimento, treinamentos contínuos e capacitação dos vendedores. Como bem afirma José Luiz Tejon, o setor de flores e plantas é a joia do agronegócio brasileiro, e são as vendas que levarão essa joia ao seu devido destaque. Entendo que flores, plantas e acessórios vão além do simples comércio; eles representam um hábito que deve ser incorporado pelo poder dos seus benefícios, enriquecendo cada lar e espaço corporativo em nossa nação.

Como sempre finalizo minhas palestras no setor “Bóra florir o Brasil”

Ibraflor: Que tipo de feedback você recebeu dos clientes no setor de flores e como isso impactou seu trabalho?

M.C.: Peço feedbacks constantes, eles ajudam a melhorar o meu trabalho. No setor de flores especificamente, já ouvi que ensino vendas de forma simples, com uma comunicação acessível e de fácil aplicabilidade, tornando o que é complexo de fácil entendimento. Em empresas metas foram alcançadas através de mudança de comportamento dos vendedores e implantação de um passo a passo para esse objetivo.

Houve melhoria na comunicação entre diretoria e equipe comercial promovendo mudanças, sintonias internas e maiores resultados.



Ibraflor: O que você espera alcançar com sua nova formação em liderança comercial?

M.C.: Essa formação será lançada no início de 2025 para complementar meu trabalho, que atualmente é voltado para vendedores e equipes comerciais. Meu objetivo central é desenvolver habilidades em comunicação, ação, comportamento e alta performance, visando resultados concretos. Um líder comercial é como um maestro à frente de uma orquestra: se ele não sabe reger, a harmonia se perde e o som sai desafinado. Da mesma forma, se um líder comercial não está preparado e alinhado com sua equipe, os resultados de vendas ficam aquém do esperado. Meu intuito é capacitar líderes comerciais para que as empresas disponham de equipes que atuem em sintonia, com uma visão clara de seus objetivos e um foco inabalável em resultados.



Mônica Cannaval
@monicacannaval

“Vendedores de sucesso não nascem prontos, eles se desenvolvem ao longo da trajetória!”

Ibraflor: Como você vê o futuro das vendas e as mudanças nas expectativas dos clientes?

M.C.: As vendas se tornarão ainda mais robustas, pois elas são o coração de toda empresa. Onde há pessoas, há vendas, seja de forma presencial ou online. O mercado está cada vez mais competitivo, e estamos vivendo uma revolução tecnológica que traz constantes mudanças no comportamento de consumo.

O modo como um vendedor atuava no passado não é mais suficiente na atualidade. Aqueles que não entendem de pessoas, não desenvolvem habilidades de vendas, não recebem treinamento contínuo, não se atualizam e não dominam a tecno-

logia já estão em desvantagem. Os clientes exigem cada vez mais facilidade, conforto, agilidade e antecipação de tendências em suas compras. Para atender a essas demandas, equipes comerciais e vendedores precisam estar cada vez mais preparados.

Sempre acreditei na conexão entre vendedor e cliente, e essa relação deve se intensificar. Em um mundo tecnológico que tende ao distanciamento humano, é a capacidade de criar laços, parcerias genuínas e relacionamentos sólidos que se destacará.

As vendas devem ser o principal foco de uma empresa. Tenho plena certeza de que continuarei sendo vendedora!

Mônica Cannaval
@monicacannaval.vendas



Um bom profissional precisa estar em constante aprendizado - por Jordi Castan

Formado na Escola de Parcs i Jardins, de Barcelona, Jordi realiza projetos de paisagismo no Brasil e no exterior há mais de 45 anos.

Tive o privilégio de trabalhar ao lado de Roberto Burle Marx, colaborando em projetos no exterior que enriqueceram minha trajetória profissional e me marcaram para sempre. Roberto era tremendamente curioso, tudo lhe interessava, era um eterno aprendiz, constantemente em busca de novos conhecimentos. Sua curiosidade inata e paixão por aprender contagiavam a todos a sua volta. Essa ânsia por aprender se refletia em cada um de seus projetos, obras de arte que impressionam pelo conhecimento que refletia em cada um de seus trabalhos.



Na época, um paisagista recém-formado, fiquei completamente contaminado pela força avassaladora da sua capacidade de trabalho e sua intensa paixão. Fiquei especialmente impressionado com a variedade e a riqueza botânica que incluía em seus projetos, o que só era possível pelo profundo conhecimento botânico que detinha, resultado de anos de estudos, de dezenas de viagens de coleta e pesquisa e sua capacidade para gerenciar um acervo tão diversificado e complexo.

O princípio de “a planta certa para o lugar certo” ganhou um novo significado em sua abordagem. Um paisagista deve não apenas



Sítio Roberto Burle Marx - Rio de Janeiro

conhecer o vocabulário botânico, mas também dominá-lo com maestria, assim como um escritor precisa dominar a língua na qual se expressa. Reduzir o repertório a uma dúzia de plantas recorrentes é uma limitante a criatividade e arrastra para mesmice.

A diversidade da nossa flora e a riqueza dos diversos biomas que nos cercam não pode ser reduzida a jardins monocromáticos, repetitivos, pobres em todos os sentidos. A exuberante beleza de nossas plantas nativas, somada à imensa gama de espécies introduzidas, nos proporciona a oportunidade de criar jardins que refletem nosso conhecimento e habilidade como profissionais, elevando o padrão do paisagismo brasileiro tanto nacional quanto internacionalmente.





Recordo-me com saudade das listas de plantas meticulosamente elaboradas nos projetos de Roberto Burle Marx e sua equipe. Eram combinações perfeitas, nas quais cada planta ocupava seu lugar adequado, desenhadas em escala correta e considerando os espaços e distâncias ideais para o desenvolvimento futuro. Para alguns, hoje, essas listas podem parecer um preciosismo, um exagero. Para que usar tantas espécies? Parece quase um jardim botânico.

Enquanto há paisagistas que mal conseguem se expressar profissionalmente, que apenas articulam frases que vão além de monossílabos e onomatopeias, utilizando um vocabulário restrito e superficial. Projetos repetitivos, pobres, medíocres.

Por sorte há profissionais que, em contrapartida, se esforçam para projetar jardins com a exuberância barroca de um manoelino tropical, utilizando em toda a sua plenitude a flora disponível, com conhecimento e sabedoria. Sem exageros, com equilíbrio e conhecimento é essencial que todos nós, como profissionais, busquemos a excelência e a diversidade em nossos projetos, enriquecendo o nosso conhecimento e, conseqüentemente, a paisagem que deixamos para as futuras gerações.



Como a Agricultura Irrigada Contribui para a Produtividade no Brasil – por Lygia Pimentel

A tecnologia pode minimizar extremos climáticos e reduzir a pressão de desmatamento, já que a irrigação aumenta o potencial produtivo das áreas agricultáveis



Na semana passada eu recebi um material que afirma que a agricultura brasileira gasta 70% da água do país em irrigação. Vamos explicar isso em partes? Primeiro, é importante a gente entender que a irrigação, ou seja, a tecnologia que fornece água de maneira artificial para plantas, minimiza extremos climáticos, aumentando o potencial produtivo das áreas agricultáveis quando bem manejada.

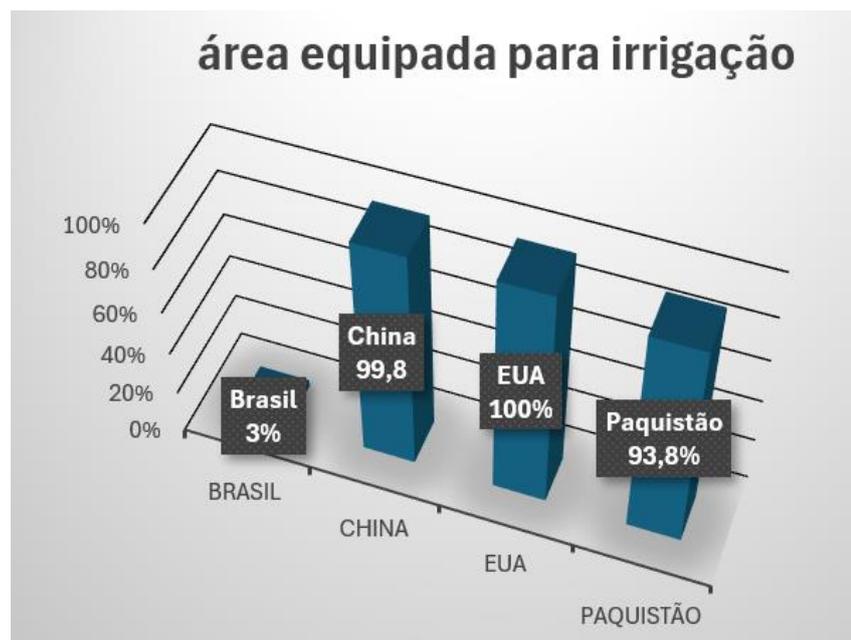
Em seguida, é importante analisar o quanto o mundo e os outros países utilizam a agricultura irrigada e em que pé o Brasil está neste contexto. Um estudo publicado

da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa) sobre o tema mostra que a agricultura irrigada ocupa 20% das terras cultiváveis no mundo, enquanto no Brasil essa proporção é de apenas 3%.

Na China, por exemplo, o país que detém o maior volume de áreas irrigadas do mundo, a área potencial já equipada para irrigação é de 99,8%. Os Estados Unidos já chegaram a 100%, enquanto o Paquistão já ocupa 93,8% de sua área potencial equipada para irrigação.

Esses países fazem amplo uso dessa tecnologia para favorecer o seu abastecimento e segurança alimentar de produtos domésticos. Não por acaso, a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO), aponta o Brasil como a região onde há maior potencial de crescimento produtivo no mundo.

Outro ponto a se observar é que áreas irrigadas têm maior produtividade, ou seja, maior produção de alimentos por hectare, o que reduz a pressão de desmatamento, visto que a área produz mais graças à tecnologia. Não é à toa que 40% dos alimentos produzidos no planeta sejam originados desses 20% de áreas irrigadas apontadas pela Embrapa.



Precisamos compreender o volume utilizado pela agricultura e o que o país possui em recurso hídrico disponível. O Brasil capta menos de 1% do volume de águas de superfície disponível, de acordo com a Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico (ANA). O relatório Conjuntura dos Recursos Hídricos no Brasil mostra que do potencial médio de 2.035 m³/s retirados para consumos setoriais no Brasil, 1.027 m³/s são destinados à irrigação agrícola ou 50,5% de tudo que é consumido e retirado.

Ocorre que o escoamento médio do território brasileiro é de 255 mil m³/s, ou seja, utiliza-se menos de 1% do escoamento disponível e, do que é utilizado, metade vai para a agricultura irrigada.

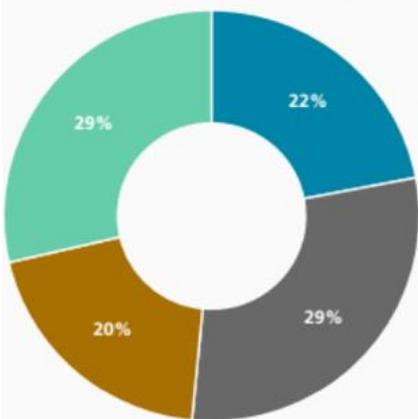
Vale considerar também que 85% da população brasileira vive em centros urbanos, ou seja, nada mais natural e nobre do que a utilização dos recursos hídricos para produzir os alimentos que abastecem as cidades. Por fim, mas não menos importante, é bom lembrarmos que a água possui um ciclo ao qual as produções agropecuárias se integram sempre e que devem ser analisadas caso a caso.

Leia mais em: <https://forbes.com.br/coluna/2024/10/o-papel-da-agricultura-irrigada-na-productividade-do-brasil/>

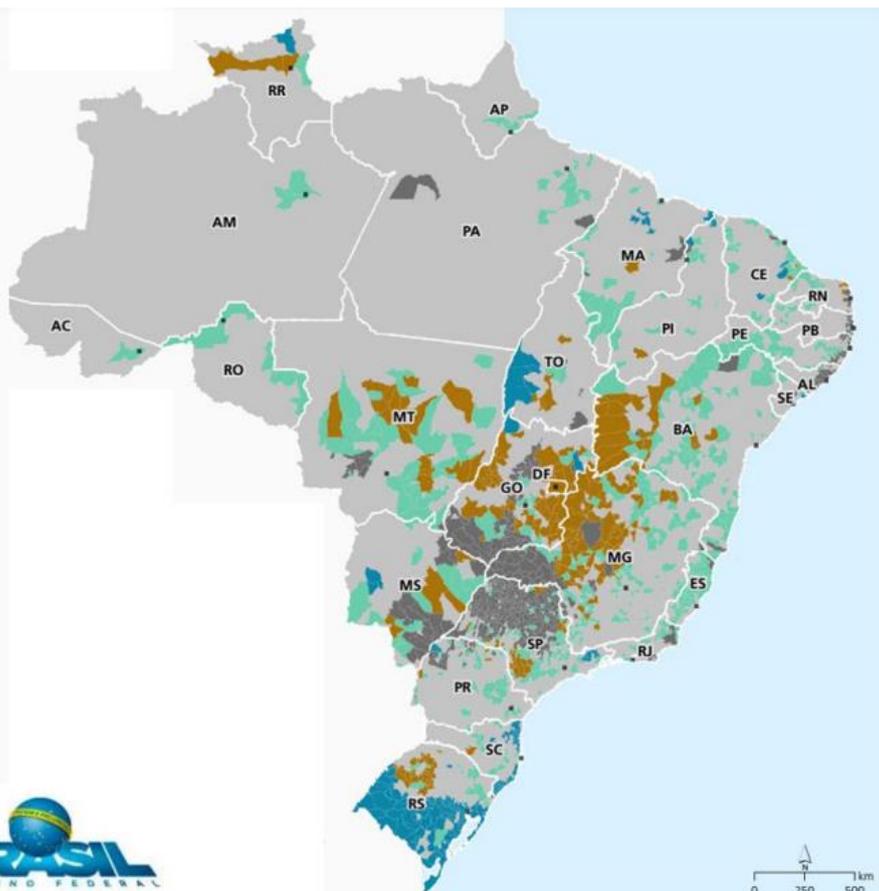
Lygia Pimentel é médica veterinária, economista e consultora para o mercado de commodities. Atualmente é CEO da AgriFatto. Desde 2007 atua no setor do agronegócio ocupando cargos como analista de mercado na Scot Consultoria, gerente de operação de commodities na XP Investimentos e chefe de análise de mercado de gado de corte na INTL FCStone.



Distribuição por tipologia



- Arroz inundado
- Cana-de-açúcar
- Pivôs centrais
- Outras culturas e sistemas



Arroz inundado



Cana-de-açúcar



Pivôs centrais



Outros





**EMPRESAS DO AGRO
ADOTAM IA PARA REDUZIR
RISCOS NA LOGÍSTICA**

IA NA LOGÍSTICA - A inteligência artificial vem se tornando uma ferramenta importante para as operações de transporte de empresas do agronegócio. Sistemas com inteligência artificial ajudam a monitorar o cumprimento do percurso, a segurança no tráfego e a conduta e o bem-estar do motorista.

Executivos de companhias que aderiram aos “caminhões inteligentes” afirmam que eles dão resultados. “É um tipo de solução que veio para ficar. Só de saber que é monitorado, o motorista fica mais prudente”, afirma Leandro Ferraz, gerente de riscos da TRS, empresa de transporte que integra a divisão de Novos Negócios da JBS, gigante do setor de carne.

Leia a reportagem completa em www.globorural.com.br

Italianos lançarão a feira Myplant & Garden em Dubai no próximo ano

A Myplant & Garden está expandindo e solidificando sua presença internacional. O mais importante evento comercial italiano para profissionais da indústria verde apresentou oficialmente a Myplant & Garden Middle East, anunciada como "a primeira feira italiana B2B da indústria verde em Dubai e o único evento dedicado à indústria verde ornamental no Oriente Médio".

A nova feira é o resultado de uma estreita colaboração entre os organizadores da Myplant e os escritórios do IEG no Oriente Médio, um grande nome no setor de feiras de negócios de Dubai.

Os organizadores pretendem explorar novos canais comerciais e entrar em um mercado com potencial crescente, impulsionado por uma clientela particularmente atenta ao desenvolvimento sustentável e à valorização da biodiversidade em nível local.

O produto italiano tem grande potencial crescente, impulsionado por uma clientela particularmente atenta ao desenvolvimento sustentável e à valorização da biodiversidade em nível local. O produto italiano tem grande potencial para penetrar nos mercados dos Emirados, em linha com as necessidades ditadas pelas estratégias de desenvolvimento em andamento nesses territórios.

Leia mais: https://aiph-org.translate.goog/floraculture/news/italians-to-launch-myplant-garden-trade-show-in-dubai-next-year/?x_tr_sl=en&x_tr_tl=pt&x_tr_hl=pt-BR&x_tr_pto=sc



21º ENCONTRO DE VIVEIRISTAS



24/10

Quinta-feira



IBS MUDAS

PIRACICABA / SP



DAS 8H30 ÀS 17H

**INSCRIÇÕES
ABERTAS**

Programação:

Ciclo de palestras sobre dois grandes temas:

- 1. Gestão de processos:** Foco na experiência prática.
- 2. Tecnologia:** Diferentes substratos na produção de mudas de hortaliças.

Visita Técnica ao Viveiro IBS Mudas:



Experiência prática com demonstração de tecnologia em produção de mudas de hortaliças em bandejas e enxertos.

Patrocinadores Prata:



Patrocinadores Bronze:



ENZA ZADEN



Realização:



veiling market
UBERLÂNDIA

Participe da melhor feira do segmento de flores e plantas do Brasil.

Segunda 04/11 das 8h às 17h
Terça 05/11 das 8h às 17h

FAÇA JÁ SUA INSCRIÇÃO:
www.veiling.com.br/vmkt

C.D. UBERLÂNDIA R. Odorico Luiz de Oliveira, 300
Distrito Industrial - Uberlândia - MG

Veiling Holambra
RECONHECIDO EM
FLORICULTURA
NO BRASIL

35 ANOS

somosccap

CALENDÁRIO ABCASA FAIR 2025

AB CASA .FAIR **FEVEREIRO**
09 a 12
DOMINGO a QUARTA
EXPO CENTER NORTE

AB CASA .FAIR **AGOSTO**
13 a 16
QUARTA a SÁBADO
EXPO CENTER NORTE

IFTF[®]
International Floriculture Trade Fair

November 2024
5-7
Expo Greater Amsterdam
Vijfhuizen
Netherlands

NOS VEMOS EM 2025

o futuro do **agro** de **a a z**

28 DE ABRIL A 02 DE MAIO
8H ÀS 18H
RIBEIRÃO PRETO - SP - BRASIL

AGRI SHOW

30ª HORTITEC
Exposição Técnica de Horticultura, Cultivo Protegido e Culturas Intensivas

25 A 27 JUNHO 2025
RESERVE ESSA DATA

RBB
PRODUTORES E INVENTORES





TAKII SEED



VAN DER HOEVEN
— Estufas Agrícolas —



PINDSTRUP



inspire and create



Escola Brasileira
de Arte Floral

SAVE THE DATE

14 DE AGOSTO
2025

SEMINÁRIO
14º Ibraflor

ONDE AS IDEIAS
FLORESCEM 



O **Boletim Informativo IBRAFLOR** é uma publicação digital do **Instituto Brasileiro de Floricultura**, voltada para a divulgação de informações sobre o mercado de flores, destinada a nossos associados e demais interessados. Esta comunicação é mensal, com acesso gratuito e ampla circulação na web. Vale ressaltar que as opiniões expressas neste boletim não representam necessariamente a visão oficial do IBRAFLOR.

Boletim Informativo IBRAFLOR - Publicação IBRAFLOR

Projeto Gráfico: Renan Diniz @renandinizlife

Diagramação e editoração: Adriana Rosa

Assessoria de Imprensa - Jornalista Vera Longuini

□ ○ ▶ www.ibraflor.com.br

seja um
associado
Ibraflor
INSTITUTO BRASILEIRO DE FLORICULTURA

#SOMOSIBRAFLOR