



## PRESS RELEASE

### **ABMR&A anuncia vencedores da Mostra de Comunicação e Marketing do Agronegócio**

*Associação concedeu 49 prêmios entre os quase 300 inscritos. UNICA, Rede Globo, Agência Borghi/Lowe, Campanha Sou Agro e presidente da Basf, foram os grandes vencedores. Destaque também para Syngenta, com dois prêmios ouro, e Basf com seis premiações em doze categorias concorrentes.*

Em uma recepção para 400 convidados, foram anunciados na noite de ontem, em São Paulo, os vencedores da XVII Mostra de Comunicação em Marketing Rural e Agronegócio, promovida pela ABMR&A - Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócio, a maior premiação do gênero do setor Agro. O júri selecionou as ideias mais criativas da propaganda do agronegócio, veiculadas entre 2010 e 2013, além de conceder prêmios especiais a agências, anunciantes, veículos e profissionais do setor.

“A Mostra tem grande importância por reconhecer o ineditismo e a inovação das ações de marketing em um setor que responde por mais de 22% do PIB brasileiro”, afirmou o presidente da ABMRA, Maurício Mendes, em seu discurso. “O desafio é ir além das commodities, e criar marcas que possam traduzir para a sociedade em geral a importância do homem do campo e daquilo que ele produz. E isso só se faz com comunicação e marketing” concluiu Mendes.

### **VENCEDORES**

A grande vencedora da noite foi a UNICA – União da Indústria de Cana de Açúcar: a contabilização dos prêmios em diversas categorias deu à entidade o título de anunciante do período. Igualmente, coube o prêmio de agência do período à Borghi/Lowe, agência da própria UNICA e da CAIXA. A Rede Globo, foi reconhecida pelos jurados como veículo do período, e o prêmio de profissional destaque do período ficou para o vice-presidente senior da BASF para America Latina, Eduardo Leduc. A campanha institucional Sou Agro recebeu prêmio especial.

"Para a UNICA esta noite foi particularmente gratificante, já que a entidade estava fora da mídia desde 2008, sem produzir uma campanha do porte do Etanol, o combustível completão" explica o diretor de Comunicação Corporativa da União da Indústria de Cana-de-Açúcar, Adhemar Altieri. "A agência Borghi/Lowe fez um excelente trabalho nesta campanha e estudos posteriores nos mostraram o grande impacto positivo que a campanha teve para a cadeia sucroalcooleira" enfatizou Altieri.

As peças inscritas concorriam aos prêmios ouro, prata e bronze, nas categorias Campanha Institucional, Campanha de Propaganda, Promocional/Varejo, Programa de Incentivo, Eventos, Comercial de TV e Cinema, Anúncio de Mídia Impressa, Fonograma (spot e jingle para rádio), Mídia Externa, Projetos de Internet, Propaganda Online e Material PDV.

Eis alguns dos principais prêmios concedidos. A lista completa está disponível no site da ABMR&A:  
<http://www.abmra.org.br>

Categoria Fonograma

Ouro – Jingle Caixa Crédito Rural

Agência Borghi/Lowe para Caixa Econômica Federal

Categoria Campanha de Propaganda

Ouro – Lançamento do Avicta Completo

Agência Moma Propaganda para Syngenta

Categoria Mídia Externa

Ouro – Outdoor Brotado

Agência Talent Comunicação para Banco Santander

Categoria Programa de Incentivo

Ouro – Super Expresso – Universidade MSD

Agência RN Comunicação para MSD Saúde Animal

Categoria Campanha Institucional

Ouro – Planeta Faminto

Agência E21 para Basf Agro

Categoria Comercial de TV e Cinema

Ouro – Avicta Completo – Os Nematoides estão entre nós

Agência Moma Propaganda para Syngenta

Categoria Campanha Promocional/Varejo

Ouro – Etanol, o combustível completão

Agência Borghi/Lowe para UNICA

## **SOBRE A ABMR&A**

*A Associação Brasileira de Marketing Rural e Agronegócio foi fundada em 1979 para reunir os profissionais de toda a cadeia produtiva do agronegócio envolvidos com ações de comunicação e marketing. Hoje, a entidade tem como proposta de valor criar sinergias e relacionamentos; aglutinar, organizar e distribuir informações e conhecimento relacionados ao marketing do agronegócio, além de contribuir para aumentar a percepção da importância do agronegócio na sociedade; reconhecer e difundir boas práticas do marketing para o segmento. [www.abmra.org.br](http://www.abmra.org.br)*

Grato,

Marcelo Toledo

+11 2966 8497 // +11 9 6492 2530 // +11 9 6315 2742

[www.toledocom.com](http://www.toledocom.com)