



Jatobá

2024

Case Baldoni

*Descomoditizando o mel:
Da colmeia à mesa do consumidor*



Resumo do case

Troféu Jatobá 2024

Descomoditizando o mel: da colmeia à mesa do consumidor

Categoria: Comunicação Integrada

Empresa: Baldoni

Agência: Press à Porter (boutique)

Mote: Descomoditizando o mel: das abelhas até a mesa do consumidor

Timing: Jan/23 a jul/24





Jatobá

2024

Briefing



A marca

- ✓ **A marca Baldoni** é líder do mercado nacional de mel e derivados, e **pioneira no gerenciamento desta categoria no país.**
- ✓ Baldoni foi **eleita por cinco vezes como o melhor mel do Brasil**, no Congresso Brasileiro de Apicultura, e coleciona **conquistas de prêmios nacionais e internacionais pela qualidade de seus produtos.**
- ✓ Além dos mais variados tipos de mel e de própolis, **a empresa inovou ao lançar geleias e doces variados**, e que tem o mel como ingrediente de base.
- ✓ Desde 2016, Baldoni desenvolve uma visão inovadora e sustentável da apicultura. A empresa tem como missão **incentivar a produção apícola, sustentável e responsável**, promovendo a inclusão social por meio de **programas de formação de jovens apicultores** e atuando na preservação do meio-ambiente e do bem-estar das abelhas.



Os desafios

- ✓ O mel, até algum tempo atrás, era considerado uma **categoria commoditizada**, encontrado principalmente nas farmácias, **como um produto medicinal**, ou comercializado de forma amadora, em pequenos comércios e em bancas de beira de estrada, **sem qualquer controle de qualidade ou procedência**.
- ✓ Criar a **categoria mel nos supermercados**, como um alimento saudável saboroso e nutritivo, foi o desafio que a Baldoni decidiu enfrentar, afirmando ao mesmo tempo sua liderança no mercado.
- ✓ Um dos grandes elementos para a consolidação da marca foi o **envolvimento da comunicação** desde o início do projeto de descomoditização do mel. A **comunicação integrada** envolveu diversas frentes, como imprensa, social media, audiovisual e ação com influenciadores, que, trabalhadas de forma conectada, **contribuíram para a reputação da marca e conquista de mercado**.





Jatobá

2024

Plano de ação



Estratégia

- ✓ A **estratégia de comunicação integrada** da marca Baldoni, menos do que fazer o *advocacy* do mel, atraindo novos consumidores, foi **reforçar a exposição e o posicionamento da marca** de forma a tornar Baldoni referência para aqueles que já são consumidores de mel, mas que nunca levaram em conta a marca, a **qualidade e a procedência do produto** que chega a sua mesa.
- ✓ Valorizar os produtos de cada uma das linhas da empresa, com destaque para seus **atributos e diferenciações**, demonstrar a **qualidade e a pureza**, atestada pelas premiações recebidas e transformar Baldoni **em protagonista na cozinha** por meio de receitas produzidas e materiais educativos, são elementos que nortearam o plano de ação que será descrito a seguir.



Plano de Ação – Posicionamento de marca

Curadoria e produção de conteúdos com foco em saúde, sustentabilidade, gastronomia e serviços direcionados para imprensa e redes sociais.

✓ A partir de *rebranding* da Baldoni, a agência trabalha com planejamento voltado para tornar a marca especialista em mel. Alinhada à proposta do cliente de **“mel não é tudo igual”**, os materiais foram desenvolvidos para destacar os benefícios dos produtos da Baldoni e as diferenças de cada uma de suas floradas, do momento da produção até chegar na mesa das famílias.



Plano de Ação – Posicionamento de marca

A agência apostou na comunicação de materiais educativos aos consumidores, como, por exemplo, as propriedades do alimento, diversas utilizações do mel e dicas práticas sobre a melhor forma de consumo do mel, todos de cunho prático e informativo, ao mesmo tempo, associados à marca da Baldoni.

Exemplos de temas trabalhados: atributos do mel, utilização do produto no dia a dia, dicas de harmonizações, diferenças entre as floradas e benefícios do uso do mel para o sono, como a polinização é essencial para a biodiversidade etc.



Plano de Ação – Posicionamento de marca

✓ Outras ações implementadas:

- **Divulgação de materiais em veículos estratégicos**, especialmente nas regiões Sul e Sudeste, focos prioritários da Baldoni;
- **Relacionamento ativo com jornalistas e influenciadores;**
- **Curadoria de conteúdo e pesquisas;**
- **Produção de receitas** com utilizações diversas do mel;
- **Trabalho institucional** valorizando empresa e marca.



Clipping em destaque

CBN



CBN – rádio e on-line (SP)

ELLE



1ª edição da Revista ELLE à Table (SP) -
Impresso



Clipping em destaque

A Lavoura

Apicultura é aliada na preservação da população de abelhas



[A Lavoura \(SP\)](#)

cliente**sa**

Varejo alimentar: Rebranding e inovação para estimular gosto do brasileiro

8 de novembro de 2023 / ClienteSA Play, Entrevistas / Deixe um comentário / Baldoni / 1 minuto de leitura



[Cliente SA \(SP\)](#)

ISTOÉ

Meio Ambiente

Polinização: entenda a importância das abelhas para o ecossistema do planeta



[Planeta \(SP\)](#)



Clipping em destaque

AnaMaria



Mousse de mel

INGREDIENTES

- 3 folhas de gelatina sem sabor
- 1 xícara (chá) de leite
- 1 xícara (chá) de leite condensado
- 6 gemas
- 1/2 xícara (chá) de mel de laranjeira
- 2/3 de xícara (chá) de creme de leite fresco

MODO DE PREPARO

Coloque as folhas de gelatina em água fria. Leve ao fogo brando o leite e o leite condensado, e deixe levantar fervura, mexendo sempre. Na batedeira, bata as gemas com o mel até obter um creme esbranquiçado e fofo. Sem parar de bater adicione, aos poucos, a mistura dos leites. Transfira a mistura para uma panela e volte ao fogo. Deixe ferver em fogo brando, mexendo sempre até engrossar um pouco. Retire do fogo e adicione a gelatina amolecida na água. Deixe esfriar e, quando estiver quase frio, envolva delicadamente com o creme de leite batido em ponto de chantilly. Transfira para potes e leve para gelar.

AnaMaria 11

Revista Ana Maria (SP) - Impresso

Menu Revista Menu

Três sobremesas rápidas para surpreender no Dia das Mães



[Portal MSN \(SP\)](#)

boa forma



Boa Forma

3 d ·

Profissional esclarece as principais dúvidas sobre o consumo do alimento, como benefícios e forma de armazenar, por exemplo



[Boa Forma \(SP\)](#)



Clipping em destaque

superVarejo



Super Varejo São Paulo (SP) - Impresso

terra

Dúvidas sobre o mel: confira mitos e verdades

Profissional esclarece as principais dúvidas sobre o consumo do alimento, como benefícios e forma de armazenar, por exemplo

[Portal Terra \(SP\)](#)

press
a partir

Baldoni

Plano de Ação – Novas embalagens

- ✓ Para garantir melhor identificação das diferentes floradas, visando facilitar a escolha e ocasiões de consumo do consumidor, Baldoni levou ao varejo a linha de méis em **uma nova apresentação**.
- ✓ Para isso, desenvolveu embalagens com rótulos compostos por diferentes cores, todas inspiradas das flores cujo néctar deu origem a cada variedade: **Flor de Eucalipto, Flor de Laranjeira, Flores de Cipó Uva, Flores de Assa-peixe, Flores Silvestres e Orgânico**;
- ✓ Para dar efetividade à divulgação, a agência apostou em um planejamento de comunicação que alcançasse todo o trade e veículos voltados ao consumidor final. Com isso, jornalistas foram impactados com material, que trazia, além da apresentação das novas embalagens, a utilização ideal para cada mel, ensinando/reforçando a existência das floradas.



Clippings em destaque

FOLHA DE S.PAULO

Novas embalagens e rótulos tentam elevar consumo local de mel

Setor exporta 75% da produção; técnicas de manejo e marketing renovado começam a mudar a apicultura

Elvira C. Pinho

SÃO PAULO Quem tem hábito de comprar mel já deve ter notado que as gôndolas estão diferentes. Onde antes imperavam os potes de vidro e as bisnagas com bicos amarelos, todas parecidas, estão aparecendo novas marcas, embalagens modernas e rótulos que informam, além da florada, o local de origem do mel.

Disposta a elevar o baixíssimo consumo per capita no país — cerca de duas colheres por ano —, uma nova leva de empreendedores está combinando investimentos em tec-

compravam mel como commodity, quase sempre em farmácias, como medicamento", diz Daniel Cavalcanti, presidente da Abelha (Associação Brasileira de Estudo das Abelhas) e da Baldoni.

Lançada em 2017, a marca é uma das maiores do país e ajudou a sacudir o setor. A última novidade do portfólio, apresentada ao público na feira Apas Show 2024, em maio, é a linha Biomas, com meias da Mata Atlântica, do Cerrado, da Caatinga e do Pampa.

Em termos de volume, o Brasil não está mal na foto. Segundo a Abemel (Associação Brasileira de Exportadores de Mel), o país produziu 42 mil toneladas no ano passado, o que garantiu a 1ª posição no ranking dos maiores

Argentina — problema que tem sido combatido com investimento na capacitação dos apicultores.

O manual de boas práticas apícolas demanda atenção constante às colmeias e manejo adaptado às estações do

ano. Proprietário de uma consultoria especializada em apicultura, Carlos Behder afirma que anotar a produtividade de cada caixa e selecionar apenas as mais produtivas é um bom começo.

Também recomendo reforçar a alimentação de dois a três meses antes de cada florada, para que as abelhas estejam fortes", diz Bebalier.

Bem mais complexa, a técnica de colmeias migratórias, que está por trás da altíssima produtividade dos apícolas em países como Estados Unidos e Austrália — entre 30 e 100 quilos por caixa, por ano —, também começa a ser usada por aqui.

"Os apicultores transferem as colmeias de lugar em busca de floradas. Aqui mesmo, em São Paulo, já vi produtores conseguindo três safras de mel por ano", diz o consultor. Para os apicultores que se-

Empresas de menor porte, como a Casa Roncador, de Barra do Garças (MT), também

trabalham com pequenos produtores — a marca chegou ao mercado em 2016, vendendo apenas mel de florada de acácias, oriundo de apicultura própria, mas estabeleceu parcerias para crescer.

Quando desenvolvemos um novo produto, buscamos apicultores que tivessem o mesmo compromisso de produzir mel de origem, assegurando o sabor de cada terra.

Quanto maior o alinhamento aos conceitos de sustentabilidade, mais oportunidades. O casal Eugênio e Mircia Basile, proprietário da paulista Mbee, só assina contrato com produtores pequenos, que tenham menos de 100 colmeias, e valorizam a diversidade de floradas na produção de

“Tenho parceiros em todo o Brasil, mas o requisito é que não trabalhem com monocultura. Se quero expressar o terroir, qual a graça de oferecer mel de uma única florada? Abelhas precisam de di-

Fundador da BeeCo, de Corumbá (MS), o casal Deborah e Marcelo Julião faz diferente. Os dois têm quatro apilários próprios, que somam 400 colmeias, mas firmam parcerias com donos de terras para implantá-las.

“O consumidor só valoriza mel claro,

embora os escuros tenham sabor mais complexo. E ainda pensa que o produto cristalizado é adulteração. Pelo

De acordo com Renato Azevedo, presidente da Abemel, muitos perderam as suas colmeias e todos sentirão o impacto. "Mesmo quem não perdeu a produção terá dificuldades, porque a vegetação foi devastada. Sem flores, as abelhas não têm onde buscar

Os dados oficiais vão demonstrar a salar, mas estatísticas referentes às exportações são um

Segundo a Abemel, o volume total de mel exportado pelo Brasil, em maio, foi de 2,83 toneladas — 845 toneladas a menos do que em abril.

As abelhas europeias, trazidas de navio por imigrantes europeus que se dedicavam à

Nos anos 90, porém, o geneticista paulista Warwick Kerr importou abelhas africanas que, por acidente, escaparam e se miscigenaram com as europeias, dando or-

"Elas eram ainda mais perigosas, mas se acalmaram nos últimos 10 anos", explic

Folha de S.Paulo (SP) - Impresso

Clippings em destaque

superVarejo



[Super Varejo \(SP\)](#)

 **PERNAMBUCO TEM**

BALDONI APRESENTA NOVO POSICIONAMENTO DA MARCA E SE CONSOLIDA COMO REFERÊNCIA NO MERCADO DE MEL

BY: RAFAEL MELO / ON: 31/07/2023



[Pernambuco Tem \(PE\)](#)

press
a partir


Baldoni

Clippings em destaque



Baldoni apresenta posicionamento da marca e se consolida como referência no mercado

terça-feira, 25 julho 2023 16:53 Written by Beatriz



Com nova identidade, empresa adota postura de protagonismo e inovação, convidando fãs da marca e novos consumidores a adoçar a vida

[Food Innovation \(SP\)](#)



Nova Identidade dos Méis Baldoni anuncia novo posicionamento da marca

21/07/2023



A Baldoni, empresa de produtos apícolas, apresenta com exclusividade ao Jornal Giro News seu novo posicionamento de marca e identidade visual, começando pela linha de méis. Cada variedade de mel da marca terá rótulos compostos por diferentes cores, todas inspiradas nas flores onde o néctar deu origem a cada variedade, como: Flor de Eucalipto, Flor de Laranjeira, Flores de Cipó Uva, Flores de Assa-peixe, Flores Silvestres e Orgânico. De acordo com a empresa, o objetivo é fazer com que os consumidores notem que há diferença entre os tipos de mel já na gôndola do supermercado.

"Queremos ajudar os consumidores a conhecer os benefícios do mel e saber reconhecer as diferenças entre cada florada, escolhendo a mais adequada para cada ocasião de consumo. Afinal, mel não é tudo igual", explica Daniel Cavalcante, CEO da Baldoni.

[Giro News \(SP\)](#)



Mel Baldoni com novas embalagens chega ao varejo farmacêutico

LANÇAMENTOS POR REVISTA DA FARMÁCIA 28/10/2022 880 CONTEÚDOS

Extratos de própolis verde e silvestre, os sprays Propco nos sabores Mel e Romã e Mel e Gengibre, e o Propion são alguns dos produtos.



Foto: Divulgação

No ano em que completa 40 anos de fundação, a Baldoni, empresa brasileira de produtos apícolas e de categoria em mel e derivados, anuncia seu novo posicionamento da marca e identidade visual. O objetivo é consolidar sua posição em diferentes segmentos do varejo brasileiro, incluindo o farmacêutico. Os principais produtos são à base de própolis, como os extratos de própolis verde e silvestre, os sprays Propco nos sabores Mel e Romã e Mel e Gengibre, e o Propion, disponível nas opções cápsulas, gotas e spray.

[Revista da Farmácia \(SP\)](#)



Plano de Ação – Novos produtos

- ✓ Baldoni apostou na expansão do portfólio com geleias e doces caseiros. Os produtos já chegaram ao mercado premiados internacionalmente, tendo sido escolhidos como o **melhor produto à base de mel do mundo** no World Beekeeping Awards, realizado pela Apimondia, no Canadá.
- ✓ Foram trabalhadas *key-messages*, destacando os atributos das geleias Baldoni enquanto opções mais saudáveis adoçadas com mel no lugar do açúcar refinado e sendo produzidas com frutas em pedaços, preservando suas características naturais.
- ✓ Ao mesmo tempo, como conteúdo inspiracional, a versatilidade dos produtos ganhou destaque em receitas compartilhadas com influenciadores digitais.



Clippings em destaque

Valor

Agro

POR
GLOBORURAL

Líder em mel, Baldoni entra no mercado de geleias

Depois de lançar marca própria, companhia vai construir fábrica para se fortalecer no segmento

Por **Cleyton Vilarino** — De São Paulo

03/06/2024 05h03 - Atualizado há 4 semanas



[Valor Econômico - SP](#)



Clippings em destaque

GLOBORURAL

Negócios

Por que a líder no mercado nacional de mel entrou no segmento de geleias

Baldoni lançou marca própria para atuar no novo ramo e agora vai construir fábrica



Daniel Cavalcanti, da Baldoni: investimento de R\$ 5 milhões em fábrica própria de geleias — Foto: Divulgação

[Globo Rural \(SP\)](#)

press
a pensar

Baldoni

Clippings em destaque

A revista de negócios dos atacadistas distribuidores

DISTRIBUIÇÃO

Baldoni lança linha de geleias e doces adoçados com mel



[Revista Distribuição \(SP\)](#)

Gironews

Baldoni aumenta linha de geleias e doces

Novidades para 2023

18/05/2023

A Baldoni Agroindústria, empresa nacional de mel e derivados, lança a extensão da sua linha de geleias e doces caseiros adoçados com o puro Mel Baldoni. A geleia de Frutas Amarelas retorna ao portfólio junto com o lançamento no novo sabor, geleia de Damasco, em embalagens de vidro com 270. No portfólio de doces caseiros, agora estão: Bananada Cremosa, Cocada Cremosa e Goiabada Cremosa, em embalagens de vidro de 400 g. Além disso, o visual da linha foi remodelado, e agora leva o nome da Baldoni como marca principal. O relançamento das geleias e doces caseiros ajuda a marcar o seu posicionamento em inovar com produtos feitos com mel.

Tags: Baldoni, doces caseiros, geleias, mel

Compartilhar



[Giro News \(SP\)](#)

press
a partir

Baldoni

Plano de Ação - Mídias sociais

Foram objetivos da estratégia desenvolvida para as redes sociais:

- ✓ Reforçar a exposição e o posicionamento da marca, estimulando os consumidores de mel, seja para alimentação ou fármaco, a preferirem os produtos Baldoni;
- ✓ Estreitar o relacionamento com público, aumentando a identificação com a marca e seus atributos, proporcionando experiências;
- ✓ Valorizar os produtos de cada uma das linhas, com destaque para seus atributos e diferenciações;
- ✓ Gerar tráfego no site e no e-commerce, resultando em aumento de vendas;
- ✓ Transformar o mel em protagonista na cozinha por meio de receitas produzidas em vídeo, seguindo o conceito de que o mel pode fazer parte do dia a dia do consumidor;
- ✓ Introdução do público no mundo das abelhas e da apicultura, com postagens didáticas em linguagem informal e de fácil entendimento;
- ✓ Gerar leads.



Plano de Ação - Mídias sociais

Para viabilizar os objetivos, criamos um mix de seis editorias reunindo as principais linhas de publicação:

- ✓ **Produtos Baldoni** - Atributos, diferenciação, experiências de consumo;
- ✓ **Uso do Mel** – Receitas, dicas de harmonização e uso do mel no dia a dia;
- ✓ **Saúde / Estilo de vida** – O mel e a vida saudável;
- ✓ **Apicultura** – Temas ligados às abelhas e sua cultura; cristalização;
- ✓ **Institucional** - Ações da Baldoni, premiações, certificações;
- ✓ **Datas comemorativas afetivas e do segmento** – Dia da Criança, Dia das Mães, Dia do Amigo, Dia da Abelha, Dia do Meio Ambiente, como exemplo.



Clippings em destaque



baldoni.br 16 sem

Final de semana chegando, que tal se deliciar com uma sobremesa saborosa? A Panacota com geleia de frutas amarelas é a escolha perfeita para surpreender a família. ♥

Confira o passo a passo e depois conta pra gente se gostou:

- 4 colheres de sopa de água
- 4 gramas de gelatina em pó sem sabor
- 2 xícaras de creme de leite fresco



Clippings em destaque



baldoni.br Editado • 24 sem

Você sabe como acender e qual a função do fumegador? Não? Confira o vídeo que os nossos apicultores prepararam para você.

Encaminha pro seu amigo que precisa conhecer mais sobre as etapas da produção do nosso mel.

#Produção #Mel #Fyp #Baldoni

#Abelhas #Cuidado

Ver tradução



Clippings em destaque



baldoni.br 9 sem

Você conhece os benefícios da Própolis para o nosso corpo?

A própolis é uma substância poderosa com propriedades antibacterianas, antivirais e anti-inflamatórias. Ela fortalece o sistema imunológico e promove a saúde geral.

Quer saber mais? Assista o reels e descubra todos os benefícios da Própolis Baldoni!



Plano de Ação – Press kits

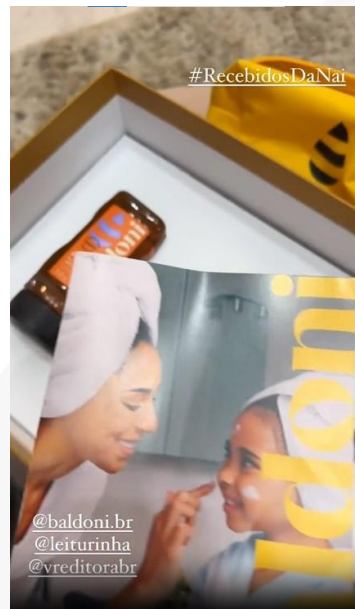
- ✓ O envio de **press kits** para influenciadores e jornalistas em períodos estratégicos foi uma das ferramentas usadas pela agência para apresentar a marca organicamente nos mais variados perfis.
- ✓ Alguns press kits envolveram temas como Dia do Amigo (compartilhe um presente Baldoni), Dia das Mães (kit autocuidado) e Dia do Consumidor (kit de agradecimento pela confiança nos produtos da marca).
- ✓ **Perfis contemplados:** *lifestyle*, chefs, maternidade, profissionais da saúde etc.
- ✓ Com essa estratégia, a marca conseguiu alcançar engajamento e reforçar a sua *expertise* no mercado melífero.



Clippings em destaque



[Cozinha da Tata](#)
Seguidores: 1.492.282

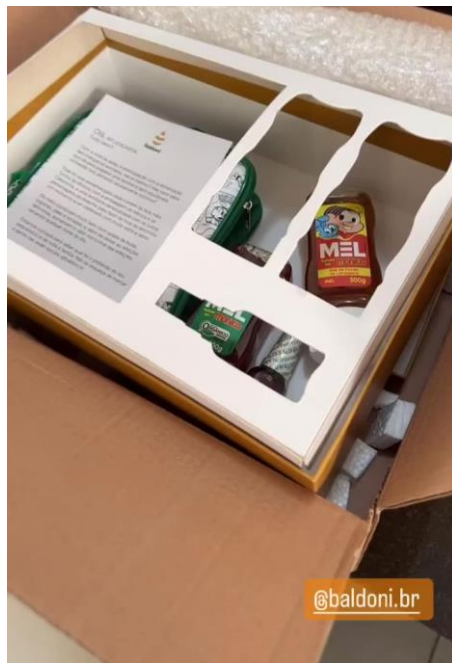


[Naiumi Goldoni](#)
Seguidores: 1.761.044



[Camilla Camargo](#)
Seguidores: 1.860.471

Clippings em destaque



[Amanda Françoze](#)
Seguidores: 1.017.754



[Tamara de Freitas](#)
Seguidores: 176 mil



[Agradável cozinha](#)
Seguidores: 227.196



Plano de Ação - Eventos

✓ APAS Show 2024

A **Baldoni** destacou a versatilidade de seu portfólio na APAS SHOW, o maior evento de alimentos e bebidas das Américas e a maior feira de supermercados do mundo.

Na ocasião, a agência trabalhou como jornalistas e influenciadores presentes, ativando a marca, por meio de entrevistas e *awareness*.

APAS SHOW

superVarejo



[Super Varejo \(SP\)](#)



Plano de Ação - Eventos

✓ Naturaltech 2024

Baldoni divulgou sua nova linha de **méis Biomás** durante evento focado no consumidor final. O público foi convidado a extrair o mel, envasado na hora, no próprio estande da marca.

Para divulgar a participação e convidar o público a visitar o estande da Baldoni, a agência desenvolveu material reforçando a presença da marca, além de recepcionar jornalistas e influenciadores, que puderam degustar de méis e geleias da Baldoni, gerando repercussão digital.

Baldoni

Geleias: lançadas em 2023, as geleias estão disponíveis nos sabores Frutas Vermelhas, Morango, Abacaxi com Pimenta, Frutas Amarelas e Damasco, em embalagens de vidro de 270g. **Doces caseiros:** podem ser encontrados nos sabores Bananada Cremosa e Goiabada Cremosa, em potes de 400g. Os produtos podem ser consumidos a colheradas ou utilizados em receitas. *Capazes de despertar memórias afetivas, você continua se mantendo saudável ao lado de quem ama.*



Mês dos namorados não acabou: conheça gostosuras alternativas para manter a dieta na temporada do amor (Divulgação)

[Metronews \(SP\)](#)



Plano de Ação – Responsabilidade social

- ✓ O **Projeto Alveare** foi criado pela Baldoni para promover a formação profissional de jovens apicultores do ensino médio, que recebem informações técnico-científicas teóricas e vivenciam atividades práticas em um apiário escola. Um de seus diferenciais é que todos os alunos formados se tornam apicultores juniores contratados pela Baldoni imediatamente, gerando renda e inclusão social, alinhado com a Agenda 2030, da ONU, atendendo a oito dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS).



Plano de Ação – Responsabilidade social

O Projeto Alveare, por seu ineditismo e importância institucional, gerou grande expectativa de divulgação ao cliente, especialmente depois de ter rendido à marca o **Selo Mais Integridade de 2023-2024** promovido pelo Ministério da Agricultura e Pecuária.

Os materiais preparados para disseminar a informação renderam entrevistas na imprensa e conhecimento do projeto, o que gerou a conquista do **Prêmio ClienteSA 2024, na categoria “líder em projeto de inclusão e diversidade”**.



clienteSA



[ClienteSA \(SP\)](#)





Jatobá

2024

Resultados



Imprensa e Press kits

Acumulado de 01/2023 a 07/2024

Resultados imprensa

Total de citações da marca

942

Audiência estimada

126.549.382

Retorno de Mídia

21.336.149,40

Conteúdos trabalhados na imprensa

79

Resultados press kits

Total de Press-kits enviados

9

Influenciadores alcançados

281

Audiência estimada

35.917.565

Taxa de conversão média

60%



Resultados – Redes sociais

Período de 01/2023 a 07/2024

Resultados Instagram

Seguidores: **38.588 (em 01/08)**

Crescimento ano: **40%**

Impressões: **8.279.401**

Alcance Total: **3.816.204**

Interações: **48.291**

Resultados LinkedIn

Seguidores: **22.722 (em 01/08)**

Crescimento: **+ 25%**

Impressões: **43.529**

Interações: 1.722



Premiações

- ✓ Em 2019, a Baldoni ganhou o prêmio de Melhor produto a base de mel do mundo e segundo melhor em design de embalagem, no **World Beekeeping Awards da Apimondia realizada em Montreal, Canadá**;
- ✓ A marca possui certificações reconhecidas mundialmente, tais como IFS Global Markets e Certificação Orgânica Kosher, além de ser fiscalizada e auditada pelo Serviço de Inspeção Federal no Ministério da Agricultura.
- ✓ Além de ter sido eleito por cinco vezes o Melhor Mel do Brasil no Congresso Brasileiro de Apicultura, o produto da Baldoni tem notórios prêmios internacionais da cadeira de Apicultura recebidos na Inglaterra, França e Bélgica.



Premiações

- ✓ O **Mel da Baldoni** é o único mel da América Latina a ganhar o **London Honey Awards em 2022**, uma das competições mais conceituadas da apicultura que ocorre na Inglaterra. O Mel Baldoni de Flores Silvestres garantiu a medalha ouro nas categorias Qualidade e Embalagem, destacando a marca frente ao mercado internacional;
- ✓ É a única empresa do segmento a receber o prêmio Agro+ Integridade, que reconhece boas práticas de *compliance*, governança e responsabilidade social;



Premiações

- ✓ **Baldoni conquista bronze em Prêmio ClienteSA de 2024 com Projeto Alveare.** Com reconhecimento na categoria Empresa líder em projeto de diversidade e inclusão, marca é destaque por seu projeto de formação de jovens apicultores.
- ✓ Daniel Cavalcante, CEO da Baldoni, foi agraciado como um dos **100 MAIS INFLUENTES DO AGRONEGÓCIO BRASILEIRO** na categoria ESG, que tem como objetivo homenagear os profissionais que mais se destacaram nos últimos 12 meses, reconhecendo seus trabalhos perante o setor para desenvolvimento do país;

