

Futuros possíveis

A jornada de transformação do Movimento One Agro 2025: de um evento no concorrido calendário do setor a um ecossistema de inovação e protagonismo para definir os rumos do agronegócio



Índice

1. [Contexto: conexões que transformam o agronegócio](#)
2. [Estratégia escolhida: de evento a movimento](#)
 - 2.1. [One Agro Summit](#)
 - 2.2. [One Agro The Customer](#)
 - 2.3. [One Agro Setorial](#)
3. [Período do projeto: planejando uma transformação](#)
4. [Ações de relacionamento e resultados](#)
 - 4.1. [Comunicação Interna: cultivando o Movimento One Agro 2025 dentro de casa](#)
 - 4.2. [Comunicação Externa: plantando a ideia de um movimento](#)
 - 4.3. [Redes sociais: gerando conversas sobre o One Agro](#)
5. [Conclusão: construindo o futuro coletivamente](#)

Contexto: conexões que transformam o agronegócio

No agronegócio, feiras, encontros, reuniões e os mais variados formatos de eventos deixam claro algo que nem sempre aparece em relatórios, slides e notícias: **particularidades regionais, diferenças culturais, especificidades de ciclos de produção e a importância da troca de conhecimento**. Nesse setor, cada conversa é uma oportunidade de construir parcerias duradouras e relações de confiança, além de garantia de aprendizado.

Essas trocas são valiosas para o agronegócio e, conseqüentemente, para a economia. Segundo a Associação Brasileira dos Promotores de Eventos (Abrape), os [eventos agrícolas no Brasil geram cerca de R\\$ 25,4 bilhões anualmente](#). Além disso, são importantes vitrines para inovações. Uma pesquisa da Associação Brasileira de Marketing Rural e Agro (ABMRA) apontou, por exemplo, que mais de 90% dos agricultores [consideram feiras e eventos como suas principais fontes de atualização técnica e acesso a novas soluções para o campo](#).

Foi nesse contexto que, assumindo o protagonismo característico da empresa, a Syngenta enxergou a oportunidade de criar um marco para o agronegócio brasileiro. Líder no setor agrícola mundial e presente nas vidas de centenas de milhares de produtores rurais, a empresa atua nas principais regiões produtivas e em diversos ecossistemas e locais do Brasil – entre unidades comerciais, lojas próprias, centros de distribuição, centros de pesquisa e desenvolvimento, estações experimentais, unidades de beneficiamento de sementes, fábricas e escritórios.

Como seus principais clientes são revendas e cooperativas, que compram e revendem os produtos e serviços agrícolas Syngenta aos médios e pequenos produtores, a multinacional sempre sentiu a **necessidade de integrar** produtores, pesquisadores, autoridades públicas e privadas para gerar um impacto no debate público e na imprensa especializada do agronegócio.

Assim nasceu o **One Agro**, com propósito de debater os principais temas que impactam o setor e **construir coletivamente o futuro** da produção agrícola. Um espaço de **diálogo plural e aberto**, com foco em soluções inovadoras, sustentáveis e economicamente viáveis para o campo.

The Syngenta logo is positioned at the top center of the image. It features the word "syngenta" in a white, lowercase, sans-serif font, with a small registered trademark symbol (®) to its upper right. The background of the entire top section is a high-resolution image of the Earth's horizon from space, showing the blue curve of the planet and the black void of space with scattered stars.

UM MOVIMENTO POR UM ÚNICO AGRO

O evento refletiu, desde o início, o papel da Syngenta como expoente da **inovação agrícola**, estabelecendo um novo formato de relacionamento com os diferentes elos da cadeia produtiva. E, naturalmente, se consolidou como um dos principais eventos do setor.

A **pandemia global de Covid-19** impôs que a edição do One Agro de 2020 fosse cancelada e que a de 2021 ocorresse em formato virtual. Mas as limitações físicas não impediram que o evento mantivesse a sua relevância, se beneficiando do alcance digital. E a volta ao formato presencial, em 2022, trouxe junto a riqueza do contato interpessoal que já havia marcado a primeira edição do evento, mas também uma reflexão: como tornarmos cada encontro ainda mais **significativo, estratégico e transformador**?

Os anos seguintes e a retomada dos eventos presenciais marcaram uma nova era para o agronegócio, que deixou ainda mais clara uma necessidade: em um setor cada vez mais global, é preciso auxiliar a cadeia de produção no enfrentamento dos principais desafios da agricultura, **conectando tecnologia, ciência e pessoas** em prol da segurança alimentar e da sustentabilidade do planeta. Mas, para chegar nesse futuro possível, era preciso mais que um evento.

Estratégia escolhida: de evento a movimento

Em 2025, notando essa demanda crescente por **impacto real** para todos e com o objetivo de ser percebido cada vez mais como um **ecossistema de inovação** para o agronegócio, o One Agro se dividiu para conquistar e se transformou em três frentes distintas que compõem o **Movimento One Agro 2025**:

One Agro Summit

syngenta. Um encontro mais exclusivo, para reunir as lideranças da cadeia produtiva global e discutir temas estratégicos ao agronegócio, como tendências do mercado, os desafios da globalização, finanças, sustentabilidade e os rumos do setor.



A primeira edição foi realizada em Brasília (DF), em 2 de abril de 2025, para cerca de **100 pessoas**, incluindo líderes do agronegócio de Brasil, Estados Unidos, Ucrânia, Canadá, Emirados Árabes, China, Austrália e Argentina, como o ministro da Agricultura, Pecuária e Abastecimento brasileiro, Carlos Fávaro, e a senadora e ex-ministra da Agricultura Tereza Cristina, além de painelistas como o economista e ex-presidente do Novo Banco de Desenvolvimento Marcos Troyjo e o diretor de Agronegócio do Itaú BBA, Pedro Barros.

O One Agro Summit promoveu conexões e discussões que convergiram para uma questão central: como **acelerar a inovação** e **impulsionar a agricultura** rumo a um patamar de maior produtividade e sustentabilidade? A resposta veio da **colaboração**: compartilhar experiências e boas práticas, ultrapassando fronteiras e fomentando soluções globais para desafios comuns.

One Agro The Customer

syngenta. “Um encontro de trocas genuínas e conversas profundas entre agricultores, especialistas, autoridades e nossas lideranças do Brasil e do mundo”, as palavras de André Savino, presidente da Syngenta Proteção de Cultivos no Brasil traduzem o sentimento de quem esteve no One Agro The Customer. “A partir desse diálogo, nos aprofundamos em temas como **educação e inovação**”, explica



Savino. “Falamos sobre o impacto das novas tecnologias e da Inteligência Artificial no nosso dia a dia e de como essas ferramentas são indispensáveis para a tomada de decisão no campo. E sobre o foco no acesso à informação, para que seja possível conhecer os avanços da realidade da produção agrícola, que gera riqueza para o nosso País”.

O encontro ocorreu em Campinas (SP), em 10 de junho de 2025, com a presença de Savino e de líderes globais da Syngenta, além de agricultores, autoridades, pesquisadores, empresários, influenciadores e jornalistas.

Uma amostra que representa cerca de **40% do PIB do agronegócio nacional**, contendo os responsáveis por, aproximadamente, 1/3 de toda área cultivada no Brasil.

Esse público de **mais de 500 pessoas** pôde conferir palestras como **“A educação como motor do agronegócio do futuro”**, em que foram debatidos o preparo dos agricultores para a era da agricultura 4.0, o papel da educação na promoção de práticas agrícolas sustentáveis, aprendizados para a preparação da força de trabalho para atuar com IA, drones e outras tecnologias avançadas, entre outros temas; e **“A inovação como catalisadora da transformação do agro”**, que abordou as barreiras culturais e geracionais na adoção tecnológica, o papel da liderança do agro para difusão tecnológica, como a IA está redefinindo a tomada de decisão de safra e a gestão de risco no campo, além de como ocorre a conexão entre o campo e as cidades por meio da tecnologia de rastreabilidade que dá mais transparência à operação.

One Agro Setorial



Planejado para 2026, o One Agro Setorial surgiu para inovar o calendário do agronegócio, posicionando a Syngenta um passo à frente na forma como o setor se articula, ampliando seu alcance e acelerando o crescimento sustentável do agro. Para isso, os dois tópicos escolhidos para a construção do conceito do encontro: **energia e fibra** – elementos inerentes ao setor, ligados à bioenergia e ao algodão. Alguns dos temas a serem debatidos, definidos na intersecção entre os dois principais polos do evento, são: agroclima do futuro; o papel da fibra e da bioenergia em uma economia mais verde; boas práticas que transformam produção em reputação; desafios logísticos das cadeias de fibra e energia; novos modelos de negócio que estão redesenhando o agro; como a convergência entre fibra e energia cria valor, inovação e impacto; e o carbono como ativo.

Período do projeto: planejando uma transformação

Esse novo momento do One Agro foi definido por Savino como “um movimento que representa a união de forças para **moldar o futuro da agricultura**”. Steven Hawkins, presidente global da Syngenta Crop Protection, foi na mesma linha:

“O One Agro não é mais um evento pontual, mas um movimento contínuo que visa criar uma plataforma global para a troca de ideias e soluções sustentáveis. Hoje, não estamos apenas conduzindo um evento, estamos iniciando um movimento que une as principais forças do agronegócio.”

Steven Hawkins, presidente global da Syngenta Crop Protection

Seja como movimento contínuo, plataforma ou ecossistema, as falas dos presidentes mostram que a estratégia para consolidar o One Agro como um dos principais fóruns para a discussão do futuro do agronegócio passou por deixar claro seu papel de **reunir protagonistas** do setor para refletir sobre as pautas atuais e, de certa forma, **definir o futuro do agronegócio**.

Por isso, a escolha lógica por **aumentar a presença** da Syngenta ao longo de um calendário já repleto de feiras, eventos e encontros de grande importância para o setor.

Mês	Evento	Objetivo	Público aproximado	Impacto esperado em comunicação
Abril	One Agro Summit	Grandes lideranças discutem os rumos do agronegócio.	100 pessoas	Conscientização interna sobre o novo momento do One Agro.
Junho	Onde Agro The Customer	Networking e troca de conhecimento entre agentes do agronegócio e clientes estratégicos.	500 pessoas	Capacidade de reunir grandes protagonistas do agro e influenciar tomadores de decisão.
2026	One Agro Setorial	Encontro de especialistas e empresas de diversas áreas do agro.	250 pessoas	Ampliar o alcance estratégico e impulsionar o crescimento do agro.

E, para consolidar essa decisão, **comunicar essa mudança** trabalhando com três mensagens-chave:

1. **Apresentar o ecossistema** do One Agro como um movimento que fortalece o agronegócio;

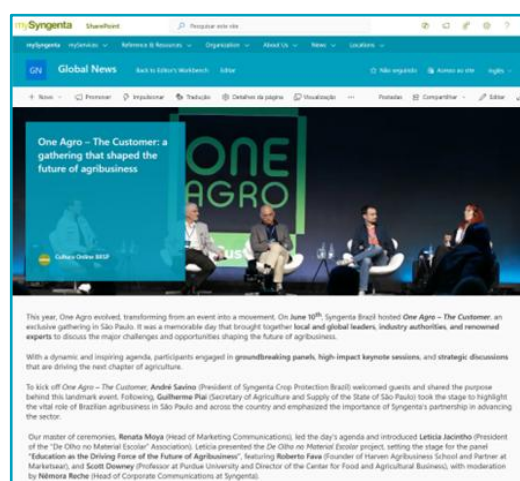
2. **Destacar a importância** dos encontros como promotores da inovação e de discussões sobre temas atuais e relevantes para o setor;
3. **Fortalecer a imagem** da empresa como grande expoente na construção de conexões com líderes, protagonistas e tomadores de decisão do agro.

Assim, foi colocado em prática um **plano de comunicação integrada** com ações destinadas a colaboradores Syngenta, imprensa, formadores de opinião e stakeholders estratégicos.

Ações de relacionamento e resultados

Comunicação Interna: o Movimento One Agro 2025 dentro de casa

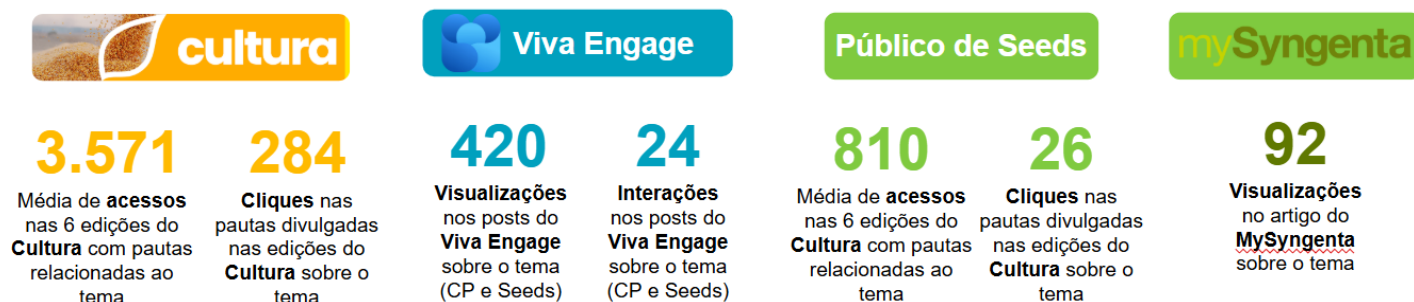
Nos canais internos, a chegada do **Movimento One Agro** foi trabalhada de acordo com as mensagens principais, nos diferentes canais da Syngenta:



- Pílulas no **Cultura** (newsletter direcionada a todos os colaboradores da Syngenta, enviada às segundas-feiras e quintas-feiras) sobre o Movimento One Agro, replicando o que está sendo divulgado nas redes sociais;
- Pauta no Cultura e publicação no **Viva Engage** (rede social interna da Syngenta, em que os colaboradores podem publicar conteúdos diversos), com uma cobertura completa e vídeos de “Repórter por um dia”, iniciativa em que algum colaborador apresenta o evento para seus pares;
- Artigos no **MySyngenta** (site em inglês para visibilidade global de iniciativas da Syngenta);

- Recomendações de leitura das matérias publicadas na imprensa na seção **#SaiuNaMídia** do Cultura;
- Conteúdos das redes sociais da Syngenta replicados na seção **#DeixeOSeuLike** – da newsletter ao longo de todo o ano.

Ao todo, estes esforços de comunicação interna renderam mais de **4 mil acessos e visualizações** nos diferentes canais e formatos.



Comunicação Externa: plantando a ideia de um movimento

Os conteúdos dos próprios eventos ajudaram a levar adiante essas mensagens também para fora da Syngenta. Com coberturas *in loco* e grande repercussão do Summit e The Customer deixaram claro o que é o Movimento One Agro 2025 para a imprensa especializada e o universo agro nas redes sociais.

Enquanto o Summit foi um evento exclusivo, com apenas uma saída estratégica na mídia por meio da revista Forbes, o One Agro The Customer rendeu uma coletiva de imprensa, com resultados surpreendentes, quase **50 milhões de visualizações** e mais de **55 matérias publicadas**. Para que a cobertura da imprensa fosse efetiva e garantir que os jornalistas conseguiriam conversar com os porta-vozes da Syngenta, marcamos um bate-papo pela manhã, antes da abertura oficial.

Assim, Steven Hawkins, Presidente da Syngenta Proteção de Cultivos (global) e André Savino, Presidente da Syngenta Proteção de Cultivos Brasil **receberam 10 jornalistas** de veículos como Reuters, Bloomberg, Globo Rural, Valor Econômico, IstoÉ Dinheiro, AgFeed, Agrolink, Agência Safras, Revista Cultivar, Revista Rural, além do time da Rádio CBN, que produziu um branded content durante o evento.

A Syngenta ofereceu um transfer, saindo de São Paulo (SP) com destino a Campinas (SP) para que no dia do evento, os convidados de imprensa que desejassem, pudessem se organizar para participar da conversa com a liderança e posteriormente da cobertura do One Agro The Customer.

14

Entrevistas

55

Clippings em veículos do setor e em suas redes sociais

49.3MM

Audiência (Visualizações nas matérias publicadas)

10

Jornalistas realizaram a cobertura do evento



Redes sociais: gerando conversas sobre o One Agro

Nas redes sociais, a estratégia foi usar a autoridade dos perfis da Syngenta e de André Savino, presidente da companhia, no **LinkedIn**. Além de um vídeo com um resumo dos principais acontecimentos, também foram publicados os resultados da cobertura realizada pela imprensa presente no evento.



*Somente LinkedIn Syngenta

Mas, para além do LinkedIn, o trabalho de *social listening* também identificou **mais de 20 publicações** nos perfis dos veículos de comunicação presentes no evento.



LinkedIn: 1 publicação



LinkedIn: 1 publicação
Facebook: 1 publicação
Instagram: 1 publicação



IG Story: 1 publicação
Facebook: 1 publicação
Instagram: 1 publicação



IG Story: 1 publicação
LinkedIn: 1 publicação



IG Story: 7 publicações
Instagram: 1 publicação
Facebook: 1 publicação



IG Story: 5 publicações

Conclusão: construindo o futuro coletivamente

A trajetória do One Agro mostra que o projeto acompanhou e refletiu as **mudanças nas relações** e na dinâmica do agronegócio. Desde a sua criação, seu propósito foi conectar vozes e realidades distintas, espelhando a essência do agro brasileiro:

um mosaico de culturas, desafios e oportunidades, que exige diálogo próximo, escuta ativa e troca de experiências significativas.

Transformar o One Agro em um **movimento contínuo** foi, portanto, uma resposta às demandas do mercado por iniciativas que estimulem o debate de forma constante e diversificada. E também uma oportunidade de liderar essa mudança, **promovendo conexões** entre diferentes agentes e construindo para eles contexto, conteúdo e relevância. Seu objetivo segue o mesmo desde que surgiu: estabelecer, no agronegócio brasileiro, um **espaço permanente para pensar o futuro e discutir soluções sustentáveis**.

Em 2025, os primeiros resultados dessa evolução já foram percebidos: o One Agro ampliou sua abrangência, fortaleceu o vínculo com públicos estratégicos e aumentou a presença da Syngenta no calendário do agro brasileiro, criando um **ecossistema de conexão e diálogo constantes**. A repercussão na mídia foi ampla, com destaque nas redes sociais, conteúdos em grandes veículos e impacto nas principais revistas e colunas da imprensa especializada.

Ao dividir o One Agro em **Summit, The Customer, Setorial**, a Syngenta, mais do que acompanhar o ritmo das transformações, se posicionou como **protagonista** de um novo momento para o setor: um tempo de escuta, de troca e de construção coletiva, entregando resultados concretos para o agronegócio brasileiro e global. Talvez uma síntese deste movimento seja a declaração de Savino, presidente da empresa no Brasil, [à CBN durante o The Customer](#), lembrando do desafio de alimentar uma população que só cresce e que em 2050, ultrapassará os 10 bilhões de habitantes:

“Quem vai alimentar essas pessoas? O setor que fará este milagre será o agronegócio. E o One Agro é o movimento para que entendamos que essa responsabilidade não pertence a uma empresa ou pessoa específica, pertence a todos. Então, é preciso unir as pessoas que tenham ideias e vontade para desenhar o futuro para enfrentar esse desafio.”

André Savino, presidente da Syngenta Proteção de Cultivos no Brasil