

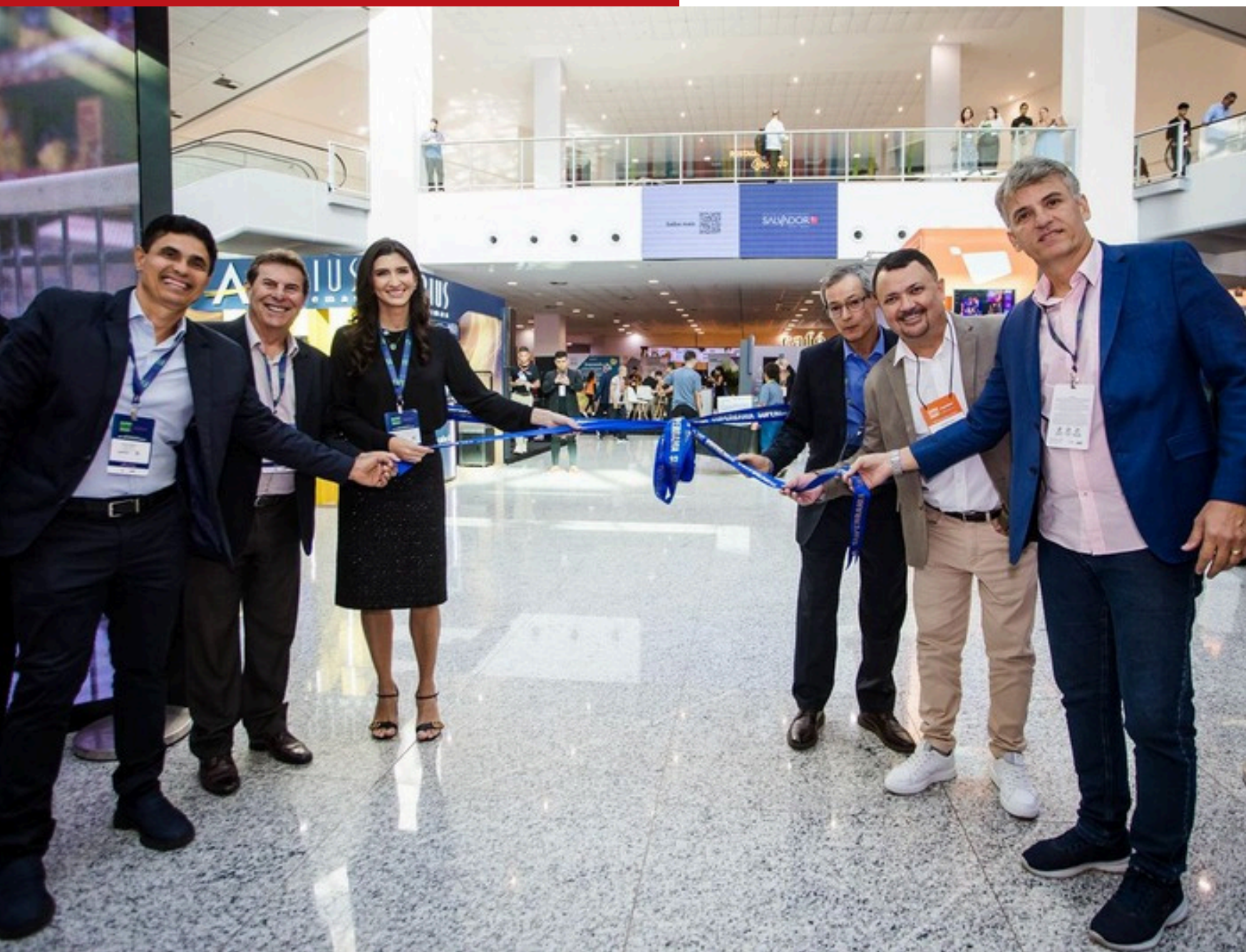
Case

COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA E INTERIORIZAÇÃO DA SUPERBAHIA 2025

Categoria: Agência-Butique

Assessoria de Imprensa/Relacionamento com a Mídia





APRESENTAÇÃO

Há 14 anos a **Associação de Supermercados da Bahia (Abase)** promove a **Superbahia**, considerada a maior feira do varejo de alimentos de todo o Norte/Nordeste. Em 2025, a feira reuniu mais de 200 expositores de marcas internacionais, nacionais e regionais, com destaque também para a agricultura familiar.

Durante três dias, **mais de 25 mil pessoas** do segmento passaram pelos corredores do evento, realizado no Centro de Convenções de Salvador, gerando negócios da ordem de R\$ 690 milhões.

Um dos maiores desafios da entidade, compartilhado com a agência ATcom, foi interiorizar a informação e atrair para o evento um número significativo de mercadistas distribuídos pelos 417 municípios da Bahia, um dos maiores estados do país em dimensão territorial.

GRANDES NÚMEROS

491

**matérias
publicadas**

R\$ 690

**milhões em
negócios**

R\$ 2.688.539,07

**valoração
de mídia**

25

**mil
visitantes**

13

**entrevistas prévias
concedidas pela organização**

34

**municípios-polo
alcançados**

28

**conteúdos jornalísticos
exclusivos pela ATcom**

8

**estados e o Distrito
Federal impactados**

O DESAFIO ERA GRANDE

A maioria desses varejistas possui mercados com até cinco check-outs, e a **missão da Abase é capacitá-los para as melhores práticas do setor**, além de viabilizar a negociação direta com expositores, aumentando a competitividade em toda a região.

Diante desse cenário, **a ATcom desenvolveu uma estratégia de relações públicas e relacionamento com a mídia para levar as informações do evento aos principais municípios do estado e incentivar a participação.** A comunicação atuou em sinergia com o Projeto Caravanas, promovido pela Abase, que subsidiava a vinda desses empresários para a Superbahia.

Em apenas 40 dias, foram conquistadas:

- **Inserções espontâneas** em jornais, sites e entrevistas em rádios de 34 municípios considerados polos, garantindo amplo alcance do público-alvo.
- Para refletir a diversidade e a realidade dessas regiões, **foram produzidos e distribuídos 28 releases** com diferentes enfoques, entre eles agricultura familiar, comitiva argentina, tecnologia no varejo, participação do interior baiano na feira, presença do governador Jerônimo Rodrigues, expectativa de geração de negócios, entre outros.
- Como resultado, foram obtidas **491 matérias publicadas** e valorização de mídia espontânea de R\$ 2.688.539,07.





CONTEXTO E CENÁRIO



O setor do varejo de alimentos é uma das engrenagens mais relevantes da **economia brasileira**, representando cerca de 9,12% do PIB Nacional, segundo a Associação Brasileira de Supermercados (Abras) 2025, em parceria com a NielsenIQ.

Além do impacto financeiro, o setor é também **um dos maiores empregadores formais do país**, com mais de 3 milhões de trabalhadores diretos e indiretos.

Com grande capilaridade, o varejo alimentar sustenta uma **vasta cadeia produtiva** que inclui fornecedores, distribuidores, transportadoras, prestadores de serviços, agricultura familiar e o agronegócio.

CONTEXTO E CENÁRIO



Na Bahia, esse cenário acompanha e até supera a tendência nacional. **O estado é o quinto maior do Brasil em território**, com cerca de 14,85 milhões de habitantes distribuídos em 417 municípios, o que torna o desafio de comunicação ainda mais complexo.

O setor mercadista baiano é um dos protagonistas do mercado nordestino, com redes regionais consolidadas e forte expansão no interior. Registrou crescimento acima de 12% em 2024, superando a média nacional, e movimenta anualmente cerca de R\$ 60 bilhões, empregando diretamente mais de 150 mil pessoas.

Esse crescimento está ligado à **capacidade de adaptação do setor** às mudanças no consumo, ao investimento em inovação e à inauguração de novas lojas, inclusive em municípios de pequeno e médio porte.

CONTEXTO E CENÁRIO

Nesse contexto, a Superbahia 2025 se firma como **a maior feira de varejo de alimentos do Norte e Nordeste** e uma das mais importantes do calendário nacional.

A 14ª edição, realizada no Centro de Convenções de Salvador, reuniu

200

expositores
nacionais,
internacionais
e regionais.

25 mil

visitantes.

R\$ 690
milhões

em negócios.

Mais do que negócios, a feira promoveu **a valorização da agricultura familiar**, a integração de 24 municípios baianos por meio do Projeto Caravanas, que subsidiava a vinda de empresários do interior para o evento e reforçou o papel da Abase como protagonista no desenvolvimento do setor de varejo de alimentos.





O DESAFIO

O principal desafio da ATcom foi ampliar a cobertura para além da capital, garantindo que o evento ganhasse visibilidade também nos veículos do interior, destacando a relevância do encontro em todo o estado. Para isso, era necessário:

01

Fortalecer o relacionamento com os veículos locais por meio de visitas presenciais para apresentar a Superbahia.

02

Atrair pequenos e médios supermercadistas do interior, público majoritário do setor, reforçando os benefícios de participar da feira.

03

Valorizar a agricultura familiar, segmento responsável por abastecer com produtos saudáveis, de identidade local, destacando o protagonismo dos cooperados e a diversidade dos produtos regionais.

04

Divulgar as palestras e conteúdos de capacitação, reforçando a feira não apenas como vitrine de negócios, mas como plataforma de conhecimento e atualização para os mercadistas.

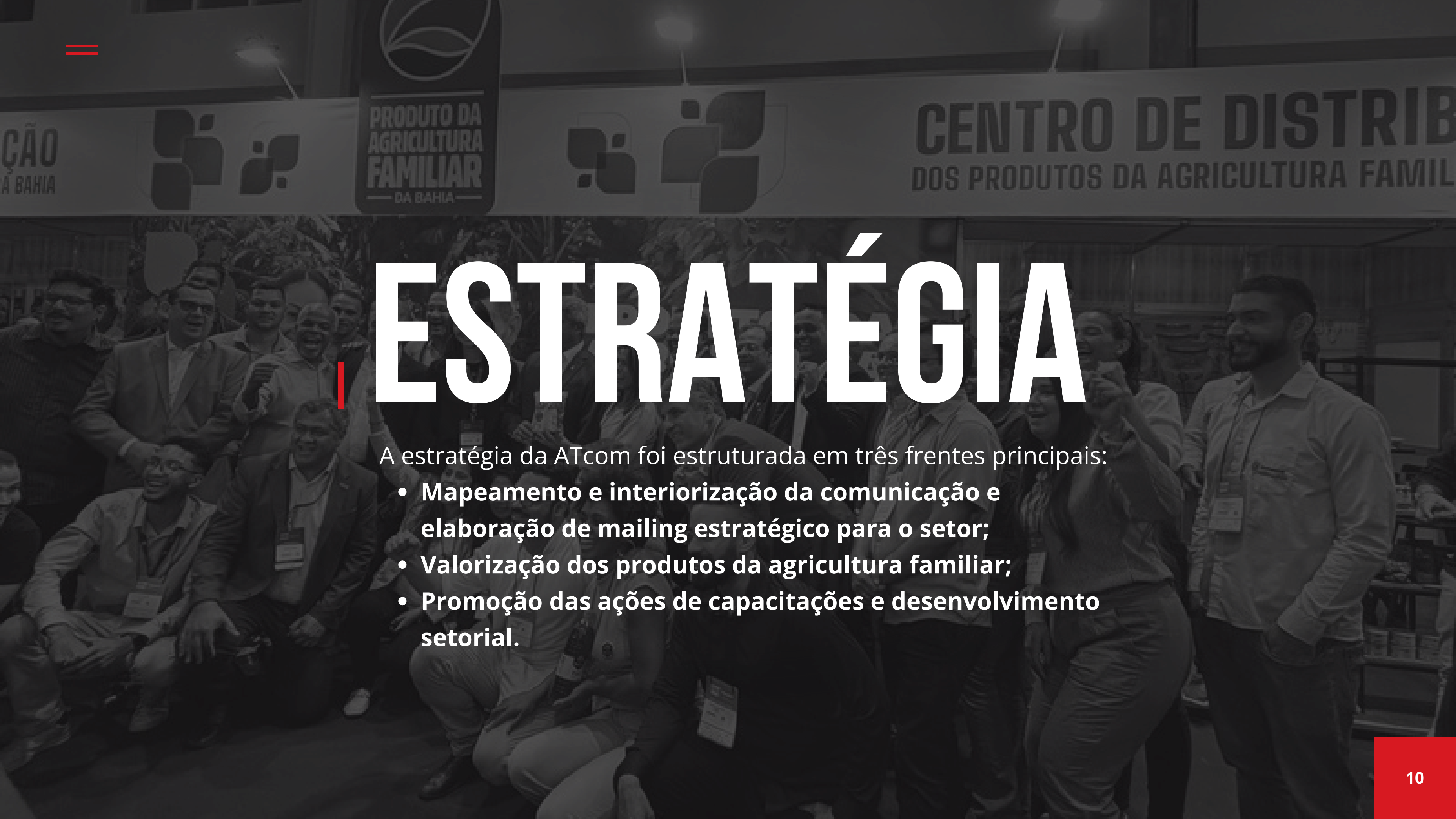
05

Superar as barreiras de alcance da mídia tradicional, garantindo espaço em rádios locais, portais e veículos regionais para expandir a cobertura. Além disso, foi preciso enfrentar a falta de estrutura de parte dos veículos de comunicação do interior, onde a dificuldade de contato muitas vezes se torna um limitador para a divulgação.

OBJETIVOS

- **Garantir cobertura qualificada** do evento com veículos de comunicação de Salvador e do interior.
- **Gerar valor de marca** para a Abase como referência no setor de varejo de alimentos.
- **Reforçar a imagem da Superbahia** como um evento que integra todo o varejo baiano, do pequeno comerciante local às grandes redes.





ESTRATÉGIA

A estratégia da ATcom foi estruturada em três frentes principais:

- **Mapeamento e interiorização da comunicação e elaboração de mailing estratégico para o setor;**
- **Valorização dos produtos da agricultura familiar;**
- **Promoção das ações de capacitações e desenvolvimento setorial.**

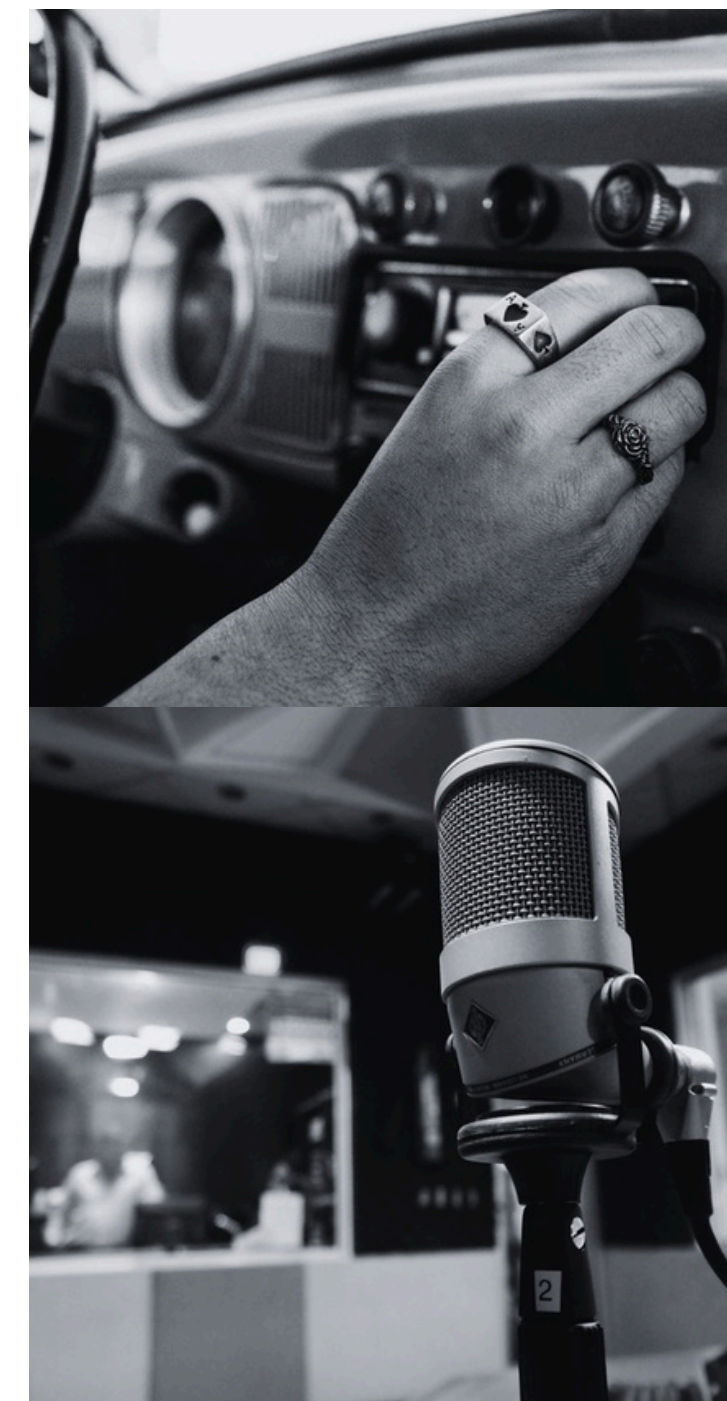
MAPEAMENTO E INTERIORIZAÇÃO DA COMUNICAÇÃO

Segundo pesquisas recentes (Inside Audio 2024, Credibilidade das Mídias 2025 e estudos regionais no interior do Brasil), o rádio continua sendo um dos meios de comunicação mais ouvidos e confiáveis no país.

Ele atinge cerca de **79% da população**, com média diária de quase quatro horas de escuta, e possui forte apelo local: **69% dos ouvintes valorizam o rádio por trazer informações sobre suas próprias cidades.**

Nos municípios do interior, onde acesso à internet ou outros veículos pode ser mais limitado, o rádio é frequentemente o meio principal para notícias, cultura e informação. Nesse contexto, priorizar o rádio no plano de comunicação foi decisivo no trabalho da ATcom, pois permitiu que **o case da Superbahia 2025 gerasse repercussão direta em comunidades locais, fortalecendo o vínculo com pequenos e médios mercadistas, além de cooperativas de agricultura familiar.**

- Entrevistas em rádios como Rádio Diamantina (Itaberaba), Vale FM (Barreiras), Bahia Sul (Itabuna), Rádio Sociedade (Feira de Santana) e Band FM (Alagoinhas), além de rádios da capital.



VALORIZAÇÃO DO INTERIOR E DA AGRICULTURA FAMILIAR

Produção e divulgação do release **“Agricultura Familiar ganha protagonismo com produtos saudáveis e sabor baiano na Superbahia 2025”**, que reforçou o papel dos cooperados e a importância de conectar produtores locais e mercadistas de todo o estado.

Ação durante a feira, levando a imprensa ao estande da Agricultura Familiar, o que resultou em ampla cobertura e valorização dos cooperativos.

Posicionamento da agricultura familiar como vetor de desenvolvimento econômico e fortalecimento do interior.



CAPACITAÇÃO E DESENVOLVIMENTO SETORIAL

Houve uma divulgação intensiva da programação de palestras e painéis, destacando a capacitação como um dos pilares centrais da Superbahia 2025. Entre os temas abordados, ganharam destaque assuntos estratégicos para o futuro do setor, como **Alta Performance, Marketing Digital para o Varejo, Layout de Gôndolas, Inovação, Inteligência Artificial e Tecnologia.**

Posicionamento da Abase como entidade que promove não apenas negócios, mas também **conhecimento para fortalecer o setor de varejo de alimentos.**

Releases segmentados: envio de conteúdos sobre caravanas do interior, agricultura familiar e participação de empresas regionais.

Notas exclusivas: direcionadas a colunistas e veículos locais, conectando a relevância estadual do evento.





PRÉ-EVENTO

PRÉ-EVENTO

Produção e distribuição de releases temáticos como:

1. "Superbahia 2025 abre inscrições e aposta em tecnologia para impulsionar o futuro do varejo de alimentos"
2. "Superbahia deve gerar R\$650 milhões em negócios"
3. "Comitiva Argentina marca presença estratégica na Superbahia 2025 com sete empresas expositoras"
4. "Interior baiano marca presença na Superbahia 2025 com caravanas de 24 municípios"
5. "Agricultura Familiar ganha protagonismo com produtos saudáveis e sabor baiano na Superbahia 2025"
6. "Superbahia 2025 aposta em conteúdo de alto impacto para transformar varejo de alimentos"
7. "Superbahia 2025 contará com a presença do governador Jerônimo Rodrigues e do prefeito Bruno Reis na abertura"
8. Artigo para o jornal A Tarde "A força do varejo de alimentos do país"
9. "Tecnologia Transforma o varejo de alimentos e eleva a experiência do cliente"
10. "Varejo inteligente em destaque: Superbahia 2025 começa nesta quarta-feira em Salvador"



PRÉ-EVENTO

Entrevistas exclusivas em rádios estratégicas no interior e capital (Rádio Sociedade, Rádio Diamantina, Band FM, Nova Brasil FM, entre outras).

Notas exclusivas para colunistas como:

1. Expectativa de geração de negócios para Donaldson Gomes, coluna Farol Econômico, jornal Correio*.
2. Seleção exclusiva dos produtos argentinos na Superbahia para o colunista de gastronomia Ronaldo Jacobina, do jornal Correio*.
3. Presença do governador Jerônimo Rodrigues no jantar da abertura para o jornal A Tarde.
4. Entrevista Ping Pong com Amanda Vasconcelos, presidente da Abase, para a coluna da July, no jornal A Tarde.
5. Entrevista de Amanda Vasconcelos para o portal Aratu On.
6. Entrevista de Amanda Vasconcelos para a CAR (Companhia de Desenvolvimento e Ação Regional).
7. Nota exclusiva para o site Alô Alô Bahia “Com expectativa de R\$ 650 milhões em negócios, Superbahia 2025 reunirá mais de 200 expositores sob o tema "Varejo Inteligente: Conectando Tecnologia e Consumo".





COBERTURA EM TEMPO REAL

DURANTE O EVENTO

1. Cobertura presencial com veículos de TV, rádio, impresso e online (TV Bahia, TV Record, TV Aratu, TVE, Band News, Rádio Sociedade, entre outros).
2. Condução de entrevistas e atendimento à imprensa.
3. Entrevista com expositores para elaboração de conteúdo pós evento para a imprensa.
4. Envio diário de conteúdos e notas como:
5. "Evento estratégico para o varejo alimentar: Superbahia 2025 é oficialmente aberta com grande público"
6. "Tecnologia de ponta impulsiona o futuro do varejo na Superbahia 2025"
7. "Superbahia 2025 firma parcerias para a capacitação profissional e valorização da agricultura familiar"





PÓS-EVENTO

PÓS-EVENTO

- Produção de conteúdo especial para veículos impressos (Correio* e Tribuna da Bahia).
- Divulgação de release de encerramento com recorde de público e volume de negócios: “Superbahia 2025 encerra edição histórica com record de público, negócios e inovação no varejo alimentar”





RESULTADOS CONQUISTADOS

O impacto foi potencializado pelo aumento exponencial na repercussão: **440 matérias somente em agosto**, mês da realização da feira, **consolidando a Superbahia como pauta prioritária na imprensa baiana.**



RESULTADOS CONQUISTADOS

01

491 matérias publicadas (online, TV, rádio e impresso).

02

Valoração de mídia espontânea:
R\$ 2.688.539,07.

03

Interiorização garantida nos municípios polos da Bahia com destaques para Barreiras, Camaçari, Candeias, Eunápolis, Jacobina, Jequié, Juazeiro, Santo Antônio de Jesus, Senhor do Bonfim, Itaberaba, Itabuna, Feira de Santana, Vitória da Conquista, Alagoinhas, entre outros.

04

Visibilidade ampliada para a agricultura familiar, com destaque em veículos locais e estaduais.



05

Presença em 430 matérias online, 28 audiovisuais e 33 impressos.

06

13 entrevistas prévias concedidas pela organização.

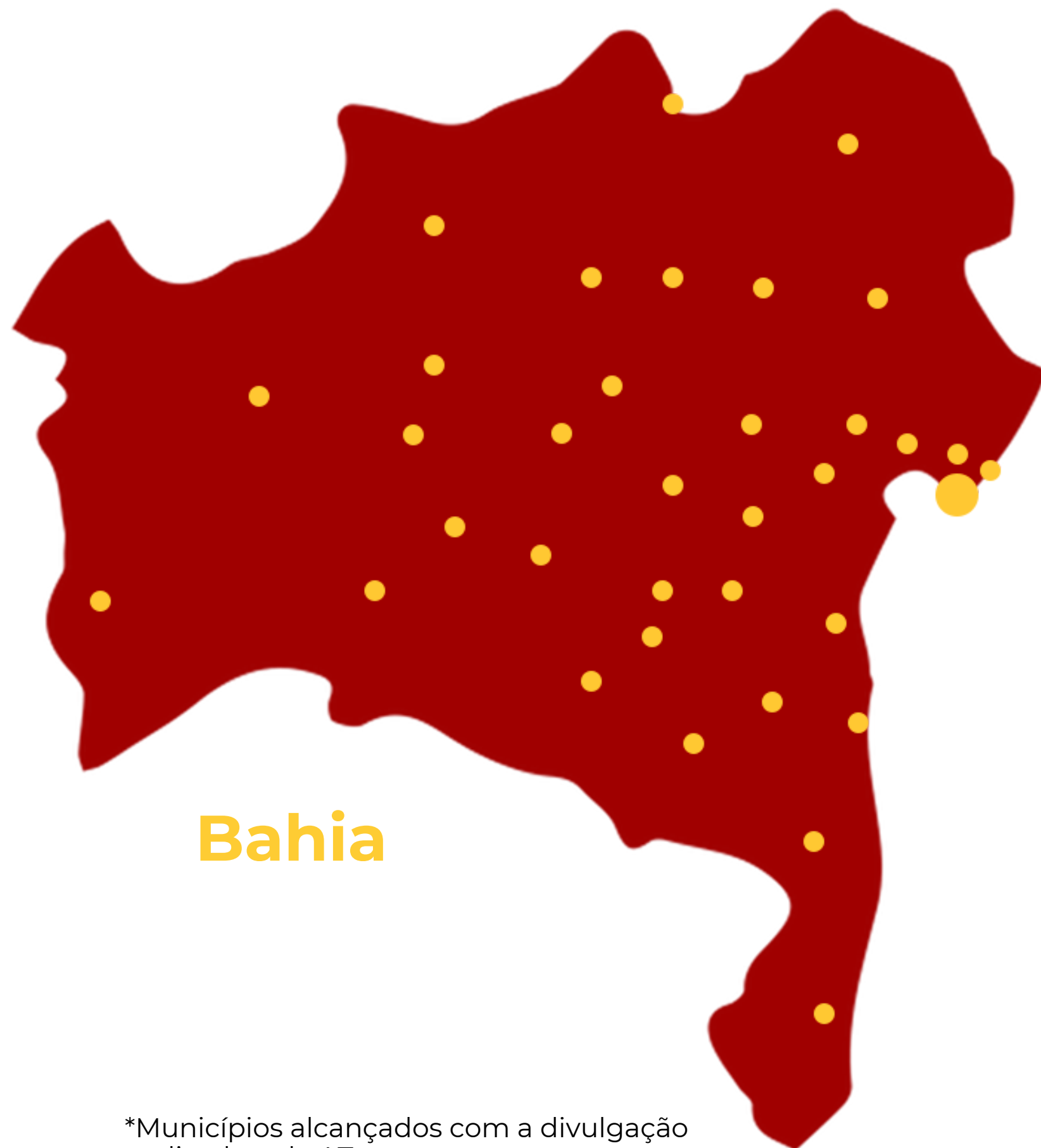
07

28 conteúdos jornalísticos exclusivos produzidos pela ATcom.

08

Como resultado do conjunto de ações de comunicação e da força do evento, **a Superbahia 2025 gerou R\$ 690 milhões** em negócios e **recebeu 25 mil visitantes**, consolidando-se como um marco para o setor de varejo de alimentos da Bahia.

RESULTADOS CONQUISTADOS



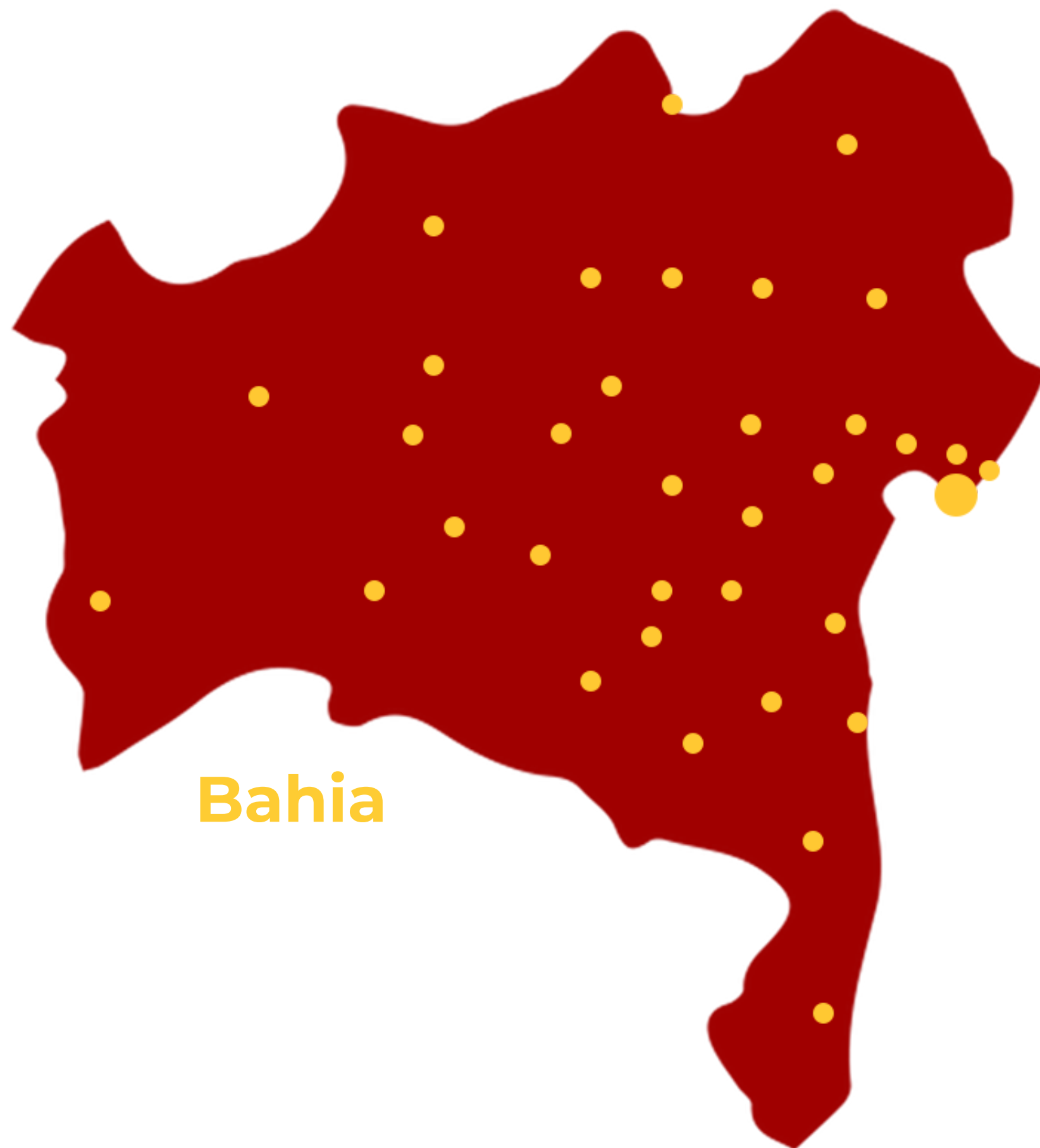
Bahia

*Municípios alcançados com a divulgação realizada pela ATcom

VEÍCULOS X CIDADES ALCANÇADOS

A repercussão do trabalho **alcançou diretamente 34 municípios baianos**, considerados polos, garantindo amplo alcance do público-alvo.

Entre eles importantes polos regionais como Alagoinhas, Araci, Cachoeira, Camaçari, Candeias, Catu, Dias D'Ávila, Eunápolis, Feira de Santana, Gandu, Ilheús, Itaberaba, Itabuna, Jacobina, Jequié, Jeremoabo, Juazeiro, Lauro de Freitas, Luis Eduardo Magalhães, Mata de São João, Nazaré das Farinhas, Paulo Afonso, Poções, Riachão do Jacuípe, Salvador, Santo Antônio de Jesus, São Desidério, São Gonçalo dos Campos, São Miguel das Matas, Seabra, Senhor do Bonfim, Teixeira de Freitas, Valença e Vitória da Conquista.



CAPITAL E ESTADO

- Entrevistas em veículos de Salvador (Rádio Sociedade, Band News FM, Nova Brasil FM, TV Band, TV Aratu, TV Record).
- Envio de pautas exclusivas a jornais de grande circulação estadual (Correio, A Tarde e Tribuna da Bahia).
- A equipe da ATcom desenvolveu um plano de comunicação baseado em três pilares: pré-evento, cobertura em tempo real e pós-evento.

VEÍCULOS X ESTADOS ALCANÇADOS

Além da forte presença na Bahia, o trabalho de comunicação também **conquistou repercussão nacional**, com inserções em veículos de estados como São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Paraná, Piauí, Mato Grosso do Sul, Pará e no Distrito Federal.

Esse alcance interestadual **ampliou a visibilidade da Superbahia 2025**, projetando o evento para além das fronteiras regionais e reforçando sua relevância no cenário do varejo brasileiro.



Highlights CLIPPINGS



Highlights CLIPPINGS

& NEGÓCIOS ECONOMIA

economia@grupotarde.com.br

TARIFAÇÃO Chegada de mosca carnívora nos EUA pode mudar destino do Brasil

www.atarde.com.br/economia

FÁBIO BITTENCOURT

Com a expectativa de gerar R\$ 650 milhões em negócios, começa na próxima quarta-feira e segue até sexta, a 14ª edição da Superbahia. Considerada a maior feira de varejo de alimentos do Norte e Nordeste, o evento, voltado a gestores do setor supermercadista, e também atacado, hotel, bar, restaurante, padaria, entre outras áreas, vai reunir 200 expositores de marcas nacionais e internacionais, no Centro de Convenções de Salvador.

Durante os três dias da mostra, são esperados mais de 25 mil visitantes. Os interessados devem se inscrever por meio do endereço eletrônico aba-se-ba.org.br/super-bahia, ou através do telefone (71) 3444-2888.

Com o tema "Varejo Inteligente: Conectando Tecnologia e Consumo", a Superbahia 2025, realizada pela Associação Baiana de Supermercados (Abase), conta com apoio do governo do estado, por meio da Secretaria de Turismo, do Banco do Nordeste e Sicoob. Este ano, a exposição vai ocupar dois pavilhões e dez mil m² de área, segundo os organizadores.

Ainda segundo a organização, confirmaram presença na abertura do encontro, o governador Jerônimo Rodrigues, e o prefeito de Salvador, Bruno Reis.

De acordo com o superintendente da Abase, Mauro Rocha, a programação da feira contará ainda com "mais de 20 palestras", de temas variados como, "melhor visão", marketing digital, novas tecnologias, e "mix de vendas".

"É uma grande oportunidade para que empresários do varejo, do atacado, dono de padaria, hotel visitem a

COMÉRCIO Maior feira de varejo de alimentos do Norte-Nordeste abrirá na quarta e irá até sexta

Superbahia 2025 reúne 200 empresas e deve gerar R\$ 650 mi em negócios



Denisse Salazar / Ag. A TARDE / 12.3.2025

Feira tem recebido bom público em edições recentes; em 2025, o tema aborda importância da tecnologia para o consumo

Durante os três dias da mostra, são esperados mais de 25 mil visitantes no Centro de Convenções

exposição, melhorem o relacionamento, possam fazer negócios. O ambiente é de muita informação, é indispensável a participação de gestores da área", disse Mauro Rocha, em entrevista por telefone.

Posição de destaque

Ainda segundo o superintendente da Abase, o estado ocupa posição de destaque

no mercado nordestino, com redes regionais consolidadas, estrutura varejista em expansão, "e uma rede completa de distribuição, especialmente nas cidades do interior".

Dados da Associação Brasileira de Supermercados (Abas) apontam que o setor supermercadista baiano registrou crescimento de mais de 12% em 2024,

resultado acima da média nacional. Estima-se que, no estado, o segmento seja responsável pela criação de mais de 150 mil empregos diretos, e movimento cerca de R\$ 100 bilhões de reais anualmente, sendo um dos principais motores da economia baiana.

Este ano, a Superbahia irá mais uma vez apoiar o Programa Bahia sem Fome, por

meio do Programa Bahia Solidária, no qual os expositores doam os produtos expostos ao final da feira; e da "entrada solidária", onde cada visitante colabora com 1 Kg de alimento não perecível.

'Tarifaço'

Ainda de acordo com o superintendente da Abase, Mauro Rocha, o tema do tarifaço americano tem sido "acompanhado de perto" pela entidade. Segundo ele, a taxa de afeta principalmente empresas exportadoras com foco nos Estados Unidos, e "ligadas ao agronegócio, como suco de laranja, pescados e carne bovina".

"No primeiro momento (o esforço) é direcionar (a produção) para outros países. Isso não acontecendo, (essa mercadoria) vem para o mercado interno, e o preço final deve cair na gôndola para o consumidor", falou.

"Mas isso em um primeiro momento, porque devido à lei da oferta e procura, há o risco de, lá na frente, o preço voltar a subir", complementou.

Mauro Rocha afirmou que espera que as empresas "façam o dever de casa", e não fiquem mais dependentes de apenas um grande mercado consumidor externo. Segundo ele, 10 mil negócios que geram 3,2 milhões de empregos devem ser impactados pela tributação aplicada por Donald Trump nessa área.

Highlights CLIPPINGS

FEIRA DO VAREJO

Superbahia destaca a agricultura familiar do estado

A força da agricultura familiar do estado terá destaque em espaço de 80m² na Superbahia, maior feira de varejo de alimentos do Norte-Nordeste, que começa hoje e vai até sexta, no Centro de Convenções. No local, será mostrado o trabalho de 400 agroindústrias. **B4**

Superbahia vai reunir 200 empresas e movimentar R\$ 650 milhões

EM SALVADOR O maior evento de varejo de alimentos do Norte e Nordeste acontece de amanhã até sexta (8), no Centro de Convenções de Salvador, na Boca do Rio. A Superbahia 2025 reunirá 200 empresas nacionais e internacionais, superando os 180 expositores da edição anterior.

A expectativa é de que o evento movimente R\$ 650 milhões em negócios, um crescimento de mais de 20% em relação ao que foi feito no ano anterior. Para a sua 14ª edição, o tema escolhido é “Varejo Inteligente: Conectando Tecnologia e Consumo”, trazendo como foco tecnologias como inteligência artificial, big data e Internet das Coisas (IoT), que estão revolucionando tanto a operação de lojas físicas e virtuais quanto a experiência de compra dos consumidores.

O evento tem entrada gratuita mediante a doação de 1 kg de alimento



DIVULGAÇÃO

tando Tecnologia e Consumo”, trazendo como foco tecnologias como inteligência artificial, big data e Internet das Coisas (IoT), que estão revolucionando tanto a operação de lojas físicas e virtuais quanto a experiência de compra dos consumidores.

Agricultura Familiar

A agricultura familiar baiana é um dos destaques na Superbahia 2025, a maior feira de varejo de alimentos do Norte e Nordeste, que vai até amanhã, no Centro de Convenções de Salvador. Num espaço dedicado aos pequenos produtores, o público encontrará produtos diversificados, sustentáveis e de alto valor agregado, resultado do trabalho de 400 agroindústrias familiares. O segmento representa mais de 70% da produção de alimentos como leite, café, cacau, mandioca e frutas, a exemplo de maracujá e graviola, no estado. Com mais de 600 mil estabelecimentos, a atividade impacta diretamente 2 milhões de pessoas.

ENTREVISTA Amanda Vasconcelos



Presidente da Associação Baiana de Supermercados

‘A IDEIA É MOSTRAR QUE INOVAÇÃO NÃO PRECISA SER COMPLEXA’

Empresária e liderança atuante no setor supermercadista, Amanda Vasconcelos é presidente da Associação Baiana de Supermercados (Abase). À frente da entidade, tem se dedicado a promover a inovação, o fortalecimento do varejo regional e a valorização das conexões entre indústria, distribuição e consumo no Norte e Nordeste.

A Superbahia aborda o “Varejo Inteligente”. O que isso significa na prática?

Significa encontrar soluções reais para o dia a dia do varejo. Desde tecnologia de gestão e logística até novas formas de se relacionar com o cliente, tudo de forma simples e aplicável. A ideia é mostrar que inovação não precisa ser complexa. Ela pode estar em um novo sistema, mas também em uma nova forma de pensar o negócio.

O que torna o varejo baiano uma referência nacional, a ponto de atrair tantas empresas de fora?

A força das nossas redes regionais e a capacidade de inovar sem perder a identidade. A Bahia dita tendência porque une tradição com visão de futuro. Temos um varejo

criativo, resiliente e conectado com o que o consumidor quer, e isso atrai a atenção de grandes players do mercado.

Além dos negócios, o que mais chama atenção em uma visita à Superbahia?

A diversidade. Você vê desde pequenos produtores a grandes indústrias, startups e uma área de tecnologia com o que tem de mais moderno em inovação. É uma feira com muitas oportunidades, o visitante se atualiza, inspira-se, amplia seu olhar sobre o setor e, claro, faz excelentes negócios.

Como o evento ajuda o pequeno e médio empresário a crescer no mercado?

Oferecendo acesso direto a fornecedores nacionais e regionais, conteúdo de qualidade e muito networking. É um ambiente onde grandes oportunidades nascem através de troca de experiências, palestras e lançamento de produtos e serviços e inúmeras inovações tecnológicas. Quem participa da Superbahia volta com novas ideias, contatos, negócios e com muitas ideias que fortalecem o ambiente dos negócios.

EXPOSIÇÃO Na 14ª edição, maior feira de alimentos do Norte e Nordeste começa hoje e segue até sexta-feira, no Centro de Convenções de Salvador

Agricultura familiar ganha destaque na Superbahia

DA REDAÇÃO

A força da Agricultura Familiar baiana terá um espaço de destaque na Superbahia 2025. Realizada pela Associação Baiana de Supermercados (Abase), a maior feira de varejo de alimentos do Norte e Nordeste começa hoje e vai até sexta-feira, no Centro de Convenções de Salvador.

Com um espaço de 80m², liderado pela União Nacional das Cooperativas de Agricultura Familiar e Economia Solidária (Unicafes) Bahia, o público encontrará produtos diversificados, sustentáveis e de alto valor agregado, resultado do trabalho de 400 agroindústrias familiares apoiadas pelo governo da Bahia.

A participação é fruto de uma parceria entre o governo do Estado da Bahia, por meio da Companhia de Desenvolvimento e Ação Regional (CAR), empresa pública vinculada à Secretaria de Desenvolvimento Rural (SDR), a Unicafes-BA e a Abase. O objetivo é conectar pequenos produtores ao grande mercado de varejo de alimentos, abrindo portas para redes supermercadistas, distribuidores e atacadistas de toda a Bahia e do Brasil.

Localizada no município de Várzea Nova, centro-norte da Bahia, a Cooperativa de Produção Agropecuária de Giló e Região (Coopag) tem mais de duas décadas de atuação e se destaca como referência na produção de laticínios. Para a Superbahia 2025, a Coopag vai levar os logurtes integrais com preparados de abacaxi, umbu, café, licuri, pinha, maracujá, entre outros.

O produtor de leite Edimário Santos não disfarça a satisfação de ver seus produtos ganhando destaque. "Expor os produtos é interessante demais. Já somos

conhecidos na nossa região e, com a Superbahia, é a oportunidade ideal para a gente ficar conhecido nacional e mundialmente", orgulha-se Edimário.

De acordo com o gerente Comercial da Coopag, Fred Jordão, o crescimento da demanda, desde 2020, tem sido de 40% ao ano. "Essa produção da Agricultura Familiar contribui econômica e socialmente para a região.

A gente gera uma nova

Segmento é um dos principais pilares da produção de alimentos em todo o mundo

economia, uma nova renda, empregando diretamente os produtores cooperados", explica Fred Jordão.

"Estamos falando de produtos que já fazem parte da rotina de muitos balaios e que agora ganham cada vez mais visibilidade. Queremos ver nas gôndolas o iogurte de licuri, o chocolate artesanal, os cafés premiados da Chapada, o flocão não transgênico de Irecê, o panetone de alpim e até a cerveja artesanal da Agricultura Familiar", afirma Jeandro Ribeiro, diretor-presidente da CAR.

Este setor econômico e social, um dos principais pilares da produção de alimentos no Brasil e no mundo, representa mais de 70% da produção de alimentos como leite, café, cacau, mandioca e frutas, a exemplo de maracujá e graviola, no estado. Com mais de 600 mil

estabelecimentos e impacto direto sobre 2 milhões de pessoas, a Agricultura Familiar é responsável por movimentar a economia, gerar renda no campo e garantir a oferta de alimentos saudáveis, sem uso excessivo de agroquímicos.

"A Bahia é destaque nacional na agricultura familiar. Temos o maior rebanho de caprinos e ovinos do Brasil, somos líderes na produção de cacau, maracujá e graviola, e ainda mostramos que é possível aliar tradição, sabor e sustentabilidade", reforça Jeandro Ribeiro.

Durante os três dias de realização da Superbahia, o estande da Agricultura Familiar será um ponto de degustação, conexão e negócios. O público poderá conhecer de perto os produtos, conversar com representantes das cooperativas, e provar sabores diferenciados.



Pequenos produtores poderão se conectar ao grande mercado do varejo alimentar

NEGÓCIOS Maior feira do setor de varejo de alimentos do Norte e Nordeste, a Superbahia 2025 encerrou se consolidando como um dos principais encontros de negócios, tendências e networking do varejo alimentar no Brasil.

Durante três dias, o evento reuniu líderes, especialistas, expositores e compradores de todo o país, movimentando o mercado e gerando oportunidades que vão muito além da feira.

Nesta edição, a Superbahia registrou mais de 25 mil visitantes, cerca de 200 expositores e movimentou R\$ 690 milhões em negócios, além de impulsionar a economia local com a geração de cerca de 1 mil empregos temporários, movimentando o turismo na capital.

Com uma programação intensa de palestras, workshops e rodadas de negócios, a Superbahia 2025 trouxe para o público temas estratégicos como transformação digital, inteligência artificial aplicada ao varejo, gestão de equipes e foco na melhor experiência para o consumidor.

Para Mauro Rocha, superintendente da Associação Baiana de Supermercados (Abase), o resultado reflete o papel da feira co-



Evento teve mais de 25 mil visitantes e movimentou R\$ 690 milhões em negócios, segundo associação

Superbahia 2025 encerra edição com recorde de público

mo motor de desenvolvimento do setor.

"A Superbahia reafirma seu compromisso de desenvolver o varejo, apresentado em um único espaço, oportunidades de negócios, capacitação e inovações tecnológicas", declarou o superintendente da Abase.

DIFERENCIAIS DA **ATCOM**

- **Planejamento estratégico** voltado à interiorização da comunicação, com presença ativa em municípios-chave.
- **Relacionamento próximo** com rádios e veículos locais, fundamentais para alcançar públicos fora da capital.
- **Produção de conteúdos customizados** para as realidades regionais.
- **Consolidação da imagem** da Abase como entidade que representa todo o varejo baiano, da capital ao interior.
- **Atuação boutique**, com atendimento próximo, estratégico e personalizado.
- **Produção de conteúdos exclusivos**, que geraram pautas de alta relevância.
- **Integração** entre mídia espontânea, presença institucional e valorização dos expositores.



Equipe ATcom: Andréa Castro, Supervisora de Conta; Danieli Del' Esposti, Líder de Conta; Mário César Alves, Estagiário; Marcos Silva, Coordenador Núcleo Digital; Juracy do Anjos, Líder de Conta e Raphael Santana, Líder de Conta.

A SUPERBAHIA 2025 CONSOLIDOU-SE

como a edição que mais interiorizou sua comunicação e ampliou o protagonismo do setor de varejo de alimentos na Bahia.

Com o trabalho da ATcom, o evento rompeu barreiras geográficas, **alcançando 34 municípios** por meio de rádios e veículos regionais, um dos principais canais de informação no interior e garantindo que pequenos e médios mercadistas, muitos com até cinco check-outs, se vissem representados.

Além de gerar

R\$ 690 MILHÕES

em negócios e atrair

25 MIL VISITANTES,

batendo recorde de público de todas as edições - a feira valorizou a agricultura familiar, fortaleceu caravanas regionais e reafirmou a importância da capacitação profissional como motor de crescimento do setor.



Esse case mostra como uma Agência Butique, com estratégia personalizada e olhar atento às realidades locais, pode transformar desafios em resultados concretos, ampliando o impacto da comunicação e posicionando a Abase como referência nacional no desenvolvimento do varejo alimentar.

