



BOLETIM REUNIÃO CONSELHO PMA BRASIL

#1

Desde o início da pandemia, o Conselho da PMA Brasil se reúne quinzenalmente para analisar a conjuntura e alinhar ações que possam mitigar problemas na indústria de FFLV.

Integrar os associados permite analisar o cenário de todo o país, ajuda a mapear demandas e procurar soluções que não afetem o abastecimento e aumente o consumo, na pegada da saudabilidade.

Nessas reuniões quinzenais também são analisados o progresso das atividades do Plano de Trabalho anual da entidade. É importante que você, Associado, fique atualizado sobre essas discussões que tem sempre como objetivo, trabalhar para o crescimento do FFLV.

Conselho Gestão 2021/22

Presidente: Junior Lucato | Citrícola Lucato

Vice-Presidente: Alex Lee | Fazenda Rio Bonito

Conselheiros:

Antônio Martins | Linda Frutas

Caito Prado | Itaueira

Denise Abarckelli | Zucca Cogumelos

Enrico Milani | Vapza

Fábio Regisl Sitio Barreiras

Francisco Homsí | Rede Oba

Glauderson Silva | GPA

Guilherme Fumagalli | Paripassu

Ivo Tunchel - Stepacl Johnson Matthey

Julio Aoki | Sacolão da Santa

Klaas Schoenmaker | Terra Viva

Leonardo Lourenço | Extrafrutti

Lionel Bardin | Rijkzwaan

Luci Benassi | Benafritti

Luiz Baruzzi | Rede São Paulo

Luiz Roberto Barcelos | Agrícola Famosa

Marcel Honda | Hortifruti Natural da Terra

Roberto Cavalcanti | Frutas Doce Mel

Tereza Cupolillo | Big Supermercados

MERCADO

- O tema central é a falta de insumos para embalagens plásticas e de papelão. Esse é um assunto já em pauta desde o ano passado. Especialistas consideram que o câmbio também favorece as indústrias a exportarem embalagens, mas o processo é cíclico e tenderá a se normalizar. Porém, em tempos difíceis de previsibilidade; o planejamento antecipado é decisor para evitar ruptura de embalagens em seu negócio. Vamos ficar e olho e trazer mais informações por aqui.
 - As idas ao supermercado são pulverizadas e os clientes mudam marcas por causa do preço. No caso do segmento FFLV, o consumidor reduz o consumo quando o preço chega a um “teto de gastos”. Frutas Importadas têm sofrido mais, em virtude do câmbio. Contudo, o período de Férias com as pessoas mais em casa manteve as vendas do varejo aquecidas no mês de janeiro.
 - Flores – aquecimento desde 2020 de vasos e plantas verdes (ambientação), já as flores de corte continuam sofrendo com falta de eventos – resultados estão 25% abaixo do normal.
 - Importação – Problemas com a pêra argentina (câmbio e granizo nas plantações), Cereja no Chile. Ameixa impactou muito o desempenho de frutas importadas. Demanda está alta na Europa.
 - Importação – Problemas com a pêra argenti-
- na (câmbio e granizo nas plantações), Cereja no Chile. Ameixa impactou muito o desempenho de frutas importadas. Demanda está alta na Europa.
- Sementes – 2020 teve redução da área plantada (20-25% dependendo da cultura), mas não significa que haverá desabastecimento.
 - Rastreabilidade – desde 2020, o volume rastreado não tem se alterado, mas detectou-se um aumento na identificação de resíduos de moléculas proibidas. A preocupação da qualidade e segurança do alimento vai se manter em alta.
 - Produção – o setor sofre com aumento de insumos e não tem como repassar os custos.
 - Exportação: o Ano de 2020 foi muito positivo em função do câmbio e abertura de novos mercados.
 - Orgânicos Frescos: 2020 foi um ano bem desafiador. Assim como todos no início da pandemia viu-se um aumento grande nas vendas, mas em junho o setor de distribuição sentiu grande queda de vendas que só normalizou em outubro. O cenário atual é de estabilidade frente ao final do ano passado. No caso de cesteiros e delivery, este comércio está em franca expansão com números positivos com mais de 30 por cento de crescimento no período todo.

BOAS-VINDAS ANOUK SIJMONSMA

A VP de Desenvolvimento de Negócios, Anouk, participou da reunião e apresentou os planos globais de conteúdo da entidade para o primeiro trimestre de 2021. A ideia é integrar os associados ao redor do mundo com informações valiosas e criar conexões para o mercado brasileiro.

NOVIDADES

- Alguns webinars globais da PMA Town Hall terão tradução simultânea para o português! (Se você ainda não sabe o que é, confira em www.pma.com. Toda quarta-feira tem um debate diferente para nossa indústria). Também estão no planejamento a tradução de estudos e artigos. Tudo para que o idioma não seja uma barreira ao conhecimento.
- Novo conceito da PMA é integrar todos os continentes e mostrar iniciativas de cada país. Está sendo elaborada, para maio ou junho, uma Semana Global do Varejo que pretende informar e conectar fornecedores e varejistas.

RESULTADO PMA MEMBER: SUA VOZ, SUA VEZ

Reunidos virtualmente dia 27 de janeiro, boa parte dos associados da PMA Brasil, entidade que representa da indústria de flores, frutas, legumes e verduras, discutiram os maiores desafios e as oportunidades de 2021, um ano que se mantém imprevisível em relação à demanda de consumo. Produtores, distribuidores, varejistas e as maio-

res empresas de embalagens, das cinco regiões do país, debateram as principais dificuldades para um planejamento estratégico.

As alterações climáticas, aumento de insumos e falta de embalagens são grandes preocupações, mas a incerteza da economia e a redução do poder aquisitivo são prioridades no radar do setor que alimenta a população. Os principais desafios da indústria de FFLV são: aumento de custos em geral – insumos, impostos – (22%); incerteza da economia – redução do poder de compra (22%); falta de embalagens (17%) e mudança dos canais de comercialização – e-commerce (13%).

A pesquisa também revelou, na opinião dos participantes, as principais oportunidades em 2021 são: a educação para o varejo e consumidor com destaque para benefícios de FFLV (23%), investir em e-commerce (16%), o Ano do FLV (14%) e o comportamento do consumidor (14%). O formato de “oficina” de debates foi aprovado pelos participantes e será aplicado mais vezes ao longo do ano. O próximo PMA Talks será em 24 de Março. Envie suas sugestões sobre quais temas poderiam ser abordados.

PMA TALKS – 24 FEVEREIRO

O primeiro PMA Talks Brasil de 2021, tem data marcada: 24 de fevereiro, às 18h. O evento abordará o tema Educação e Treinamento para o aumento do Consumo, apresentando cases que estão sendo aplicados por varejistas e produtores.

CAMPANHA SAZONALIDADE MAÇÃ

A safra brasileira de maçãs 2020/2021 deve atingir 1 milhão e 100 mil toneladas. As condições climáticas permitiram a recuperação no volume de colheita na ordem de 20% em relação à safra anterior, trazendo o volume para a média histórica dos últimos anos.

A colheita da cultivar gala iniciou com antecipação de uma semana, por volta do dia 15 de janeiro. A fruta é de boa qualidade, de aparência muito atraente, lisa, crocante, suculenta e muito saborosa. A PMA, em conjunto com a ABPM – Associação Brasileira dos Produtores de Maçã, disponibiliza para os supermercados que aderirem à Campanha de Sazonalidade um Kit Digital e Impresso, com imagens, informações sobre os benefícios do Consumo, Receitas, Wobblers e Take-Ones. Varejista, participe dessa ação de educação e aumento do Consumo!

NOVOS ASSOCIADOS

Sejam Bem - Vindos!



AGRADECIMENTOS DE DOAÇÃO HOSPITAL S.PAULO

Empresas associadas se solidarizaram com pedido do Hospital S.Paulo e doaram frutas, legumes e verduras que foram revertidas para alimentação de toda equipe hospitalar. Nossos Agradecimentos a todos os participantes!

PRÓXIMA REUNIÃO DO CONSELHO: 16 FEVEREIRO