



A evolução das Feiras do setor Por Jaime Ramos Motos e Xavier Duran Bertran

INFORMATIVO **Ibraflor**

“A evolução e tendências dos eventos e exposições do setor ornamental nos últimos 25 anos”

Posso dizer que tenho o privilégio de estar desenvolvendo a minha carreira profissional no setor de flores e plantas ornamentais desde o ano 1990, inicialmente na Holambra e em todo o Brasil e nos últimos 15 anos na Espanha e Portugal, interagindo também como o setor em diversos países da Europa. Neste período, tive a oportunidade de visitar, participar como expositor e ser membro da comissão organizadora de diversos eventos do setor.

Quando procuro na memória as sensações que tive na minha primeira viagem profissional a Itália e Holanda, há 26 anos, lembro de que quando fiz as primeiras visitas a empresas na Holanda, tinha a sensação de haver subido em uma nave espacial e ter aterrissado em outro planeta! O nível de tecnologia inacessível para os horticultores de outras partes do mundo, como automatização, iluminação de assimilação para fotossíntese, estufas de vidro com controle de clima, entre outros. Mas o que realmente me impressionou foi à visita aos Veiling's e os espetaculares sistemas de venda através dos *Leilões* de flores e plantas. Espécies ornamentais de todo o mundo chegando à Holanda e sendo distribuídas no mesmo dia a toda a Europa. Ou seja, o paraíso da diversidade de espécies e da eficiência logística.

Em todos estes anos visitamos e participamos de eventos e feiras do setor ornamental desde o Equador (*Agriflor*), Estados Unidos (*Pack Trials*), Espanha (*Iberflora*), Portugal (*Lusoflora*), Holanda (*NTV*, *IFTS* e *Flower Trials*), Alemanha (*IPM*), França (*Salon du Végétal*) e principalmente no Brasil (*Hortitec*, *Enflor* e *Garden Fair*), onde tive o privilégio de ser um dos membros da comissão organizadora. Podemos dividir estes eventos em Feiras ou exposições e os “Trails”, como as portas abertas e campos experimentais.

Inicialmente, os grandes eventos do setor, a nível mundial, eram o International Flower Trade Show e a NTV International Horticulture **Trade Fair** que se realizavam no RAI em Amsterdam. Neste local estavam todas as principais empresas do setor ornamental do mundo, desde os próprios Veiling's, empresas de tecnologia e automatização, fabricantes de estufas, sistemas de irrigação, aquecimentos, embalagens, os principais obtentores de genética, empresas de transporte, exportadores, atacadistas, universidades, associações de produtores, entre outros, ou seja, um verdadeiro paraíso e uma visita obrigatória para todos os profissionais do setor.

Lembro perfeitamente da primeira viagem que organizamos a Holanda, para visitar as exposições no RAI, com os produtores do Veiling Holambra. Voltamos com uma enorme quantidade de informações, ideias e principalmente com uma mala cheia de catálogos. O difícil era organizar as ideias, priorizar e decidir como implementá-las na nossa realidade no Brasil.

Nos últimos anos o grande evento do setor da Horticultura Ornamental, a nível mundial, passou a ser a IPM em Essen, que se realiza ao final do mês de janeiro, onde estão representados os principais “players” do setor em todo o mundo, desde as empresas de genética, de tecnologia, embalagens, vasos, insumos, estufas, etc. Durante todos estes anos visitando os eventos do setor, pudemos observar grandes mudanças, como a “migração” do principal evento do setor da Holanda para a Alemanha, a entrada massiva das empresas chinesas no setor, principalmente na fabricação e distribuição de embalagens e vasos, além da grande implantação de empresas produtoras de flores de corte e de plantas jovens e material vegetal na África, principalmente no Quênia, Tanzânia e Uganda. Outras tendências e oportunidades que pudemos identificar durante as visitas nos principais eventos do setor nos últimos 25 anos são:

- **Concentração da base genética** em grandes grupos como, por exemplo, a Dikken Orange que possui uma das maiores diversidades genéticas ornamentais e pertence a um fundo de investimentos. Antigamente esta atividade estava na mão de empresas de origem familiar.



- **Fusões e aquisições** - como exemplo podemos citar a compra da empresa Syngenta pelo gigante chinês ChemChina. Toda a genética hortícola e ornamental, além das patentes de produtos químicos muda de continente!
- **A rentabilidade com os Royalties** e a possibilidade de poder controlar o setor ornamental em todo o mundo, passa a ser um dos principais objetivos das empresas do setor.
- **Surgimento de sistemas de certificação ambiental e dos processos de produção** como PPQS, MPS, EurepGap, ISO 14.001, entre outros. No norte de Europa, muitas redes de supermercados já exigem dos seus principais fornecedores uma certificação específica.
- **Automatização, mecanização e robótica** já é uma realidade nas principais empresas produtoras do setor. Antigamente o que só se via na Holanda, já está instalado em empresas de toda a Europa, Estados Unidos, Ásia e inclusive no Brasil. Todos os processos repetitivos e que dependem de precisão, passarão a ser realizados por máquinas e equipamentos.
- **Setor produtivo, mais próximo do consumidor**. Tendências da moda já influenciam diretamente os planejamentos de cores e espécies no setor produtivo. Menor influência do setor atacadista que perde protagonismo.
- **Produção ecologicamente sustentável**: Uso de energia solar, biomassa como combustível nos sistemas de aquecimento, uso racional de água na irrigação, produção integrada, utilização de insetos e microrganismos benéficos no controle de pragas e doenças, reciclagem de substratos e embalagens, entre outros. Em um futuro próximo, os consumidores exigirão flores e plantas livres de resíduos de defensivos.
- **Prioridade aos produtos locais e frescos**. Uma tendência que já estava consolidada no setor hortícola também se instala no setor ornamental. A identificação da origem passa a ser fundamental.
- **Jardins verticais e dinâmicos nos grandes centros urbanos**. Desenvolvimento de novos produtos para pequenos espaços (terraços e balcões). O paisagismo passará a ser uma ferramenta de educação ambiental das próximas gerações.



Figuras 1 e 2 – Feira IPM em Essen na Alemanha.



Figura 3 – Flower Trails na Holanda



Figura 4 – Iberflora em Valencia



Atualmente na Holanda se realiza, no mês de novembro, a International Floriculture Trade Fair (ITTF). Sobre esta feira e também sobre a evolução dos eventos na Holanda, contaremos com a colaboração de um dos profissionais que melhor conhece o setor ornamental em toda a península Ibérica, Sr. Xavier Duran Bertran da empresa AFEC de Barcelona, com quem tive o prazer de desenvolver uma parte da minha carreira profissional na empresa Floragen AIE. Xavier Duran faz uma análise muito interessante sobre o ITTF e nos dá a sua opinião sobre as novas tendências do setor ornamental.

International Floriculture Trade Fair (ITTF) – 2017 - Holanda, por Xavier Duran Bertran Consultor Executivo em Estratégias de Mercado da Empresa AFEC – Barcelona.

Visitar nos últimos anos as exposições na Europa, relacionados com o mundo da horticultura é uma tarefa que leva a algumas sensações de certa “tristeza e frustração”.

- Em primeiro lugar, nos tempos que correm o próprio conceito de “Feira” não deixa de ter um certo aroma de antiquado. As novas tecnologias e as novas mentalidades do século XXI assim o comprovam.
- As crises na Europa dos últimos 10 anos, colaboraram para agravar esta situação.
- A capacidade de estar informados quase “a tempo real” fazem que este tipo de evento precise adequar-se as novas necessidades dos profissionais que trabalhamos com amor neste setor.

Por que interessa aos profissionais do setor dedicar tempo e dinheiro e principalmente querer visitar este tipo de feiras?

- Ainda que estejamos atualizados normalmente ao dia a dia, nos interessa conhecer em primeira mão as novidades os novos aspectos que podem surgir no nosso setor.
- Normalmente se apresentam novidades, surgem novos “players” e novos formatos e apresentações que nos servem de fonte de inspiração.
- A concentração de pessoas com afinidades profissionais semelhantes pode gerar uma rica troca de experiências.

Por sorte temos exemplos que honram o nosso setor enquanto feiras, sem dúvida a IPM em Essen e a própria International Floriculture Trade Fair (ITTF) são os grandes eventos que caracterizam o conceito de “Fair”, sem desmerecer os eventos que se realizam na França, Itália e Espanha.

A Feira Internacional de Floricultura (ITTF) é um evento dedicado a todos os segmentos dos processos relacionados com a floricultura, especialmente produtores, propagadores, designers, artistas florais e distribuidores internacionais. Unindo a compradores e fornecedores de cada fase do ciclo de produção da floricultura, a exposição apresentou plantas e flores naturais, produtos relacionados com flores secas, comercialização, logística, etc.

Esta feira chama poderosamente a atenção pela multidão de profissionais e expositores, que consegue concentrar durante os dias do evento. Foi um prazer ver o equilíbrio de exposições onde se podiam observar plantas ornamentais, decorações relacionadas com o nosso setor, flores de corte e apresentações de empresas mais representativas do mundo das plantas jovens/ genética. Realmente é difícil ver tanta variedade e possibilidades em tão pouco tempo e espaço.

Sem a grandeza dos espaços e a espetáculo da feira de Essen (com muito mais representação de produtos de outros continentes), esta feira consegue uma efetividade invejável, situado e preparado em um entorno muito mais simples, definitivamente, “muito mais holandês”. Sem dúvida nenhuma o produto de origem holandesa é a estrela principal desta feira, e sem dúvida o visitante principal também é o profissional holandês, acompanhados de principalmente de visitantes e produtores alemães, que justificam as características mais comentadas: “Potente, Prática e Simples”.



O que podemos concluir?

Sabemos que não estamos em momento especialmente inovador quanto à apresentação de novas variedades, de nova genética, como acontecia há 7 ou 8 anos, onde cada feira era uma guerra de empresas na apresentação de novas variedades. As empresas exploram de forma repetida as últimas novidades, evidentemente, com algumas exceções.

Podemos garantir que estamos vivendo um “boom” muito interessante para agregar valor ao produto, dando ênfase nas novas apresentações, formas, novas decorações e maneiras de fazer chegar os produtos aos consumidores. Também novos usos, agregando muito valor e orientado ao consumidor final. Não estamos dizendo que “o produto base” seja menos importante, mas consideramos muito mais importante as melhoras que estão sendo oferecidas aos produtos nos canais de distribuição:

- Bulbos que parecem uma verdadeira joia.
- Plantas culinárias que você mesmo pode produzir e cultivar.
- Flores de plantas aromáticas que parecem dignas, de uma loja especializada em artigos de cosméticos.
- Quadros de plantas para decorar a casa da maneira que mais nos agrade.
- Flores de um nível de qualidade excepcional, dignas das melhores decorações dos melhores hotéis do mundo.
- Regeneração e novas ideias referentes aos *Phalaenopsis*, que pareciam estar no final da curva de evolução dos produtos.
- Apresentação de diversas formas dos canais de distribuição.
- A confirmação de que todos os produtos devem estar definidos tanto na cor dos vasos, como na sua etiquetagem.

Abaixo estão as Figuras 5, 6, 7 e 8 – Imagens da International Floriculture Trade Fair (IFTF) - 2017.



Jaime Motos Ramos
Floragen A.I.E – Barcelona
jaime@floragen.com
<https://www.linkedin.com/in/jaime-motos-ramos-a7048a22/>

Xavier Duran Bertran
AFEC – Barcelona
xaviduranb@gmail.com
<https://www.afecplant.com/>