



/plataformaagrovevenda

Mídia Kit 2026

#Digital&Impresso

Anuncie na única Plataforma
de Conteúdo da Distribuição Agro

Fale direto com quem vende
o seu produto ou serviço.

AR AgroRevenda

A Plataforma de Conteúdo da Distribuição Agro

Revista
AgroRevenda

Portal
AgroRevenda
agrovevenda.com.br

ARNews

Canal
AgroRevenda

Programa
RadarAgro

Papo de
Prateleira

Agro
Cooperativas
Diretor das Cooperativas Desilho

FALANDO de
Bichos
TUDO DE PET, TUDO DE BOM.

8,4 mil
lojas rurais

Mais de
32 mil
profissionais
de vendas

Em mais de
5 mil
municípios

Atendem a
7 milhões
de agropecuaristas

MERCADO



/plataformaagrorevenda

As vendas
representam...

76%

das vendas
de defensivos
agrícolas



95%

das vendas
de medicamentos
veterinários

AR
AgroRevenda

DECISÃO DE COMPRA



/plataformaagrorevenda



O revendedor exerce

75%

de influência

sobre a decisão do
comprador no ponto
de venda.

AR
AgroRevenda

A REVISTA



/plataformaagrovevenda



05
edições
anuais

Única publicação
100% dirigida a donos
de lojas de produtos
agrícolas e veterinários,
gerentes e balconistas.

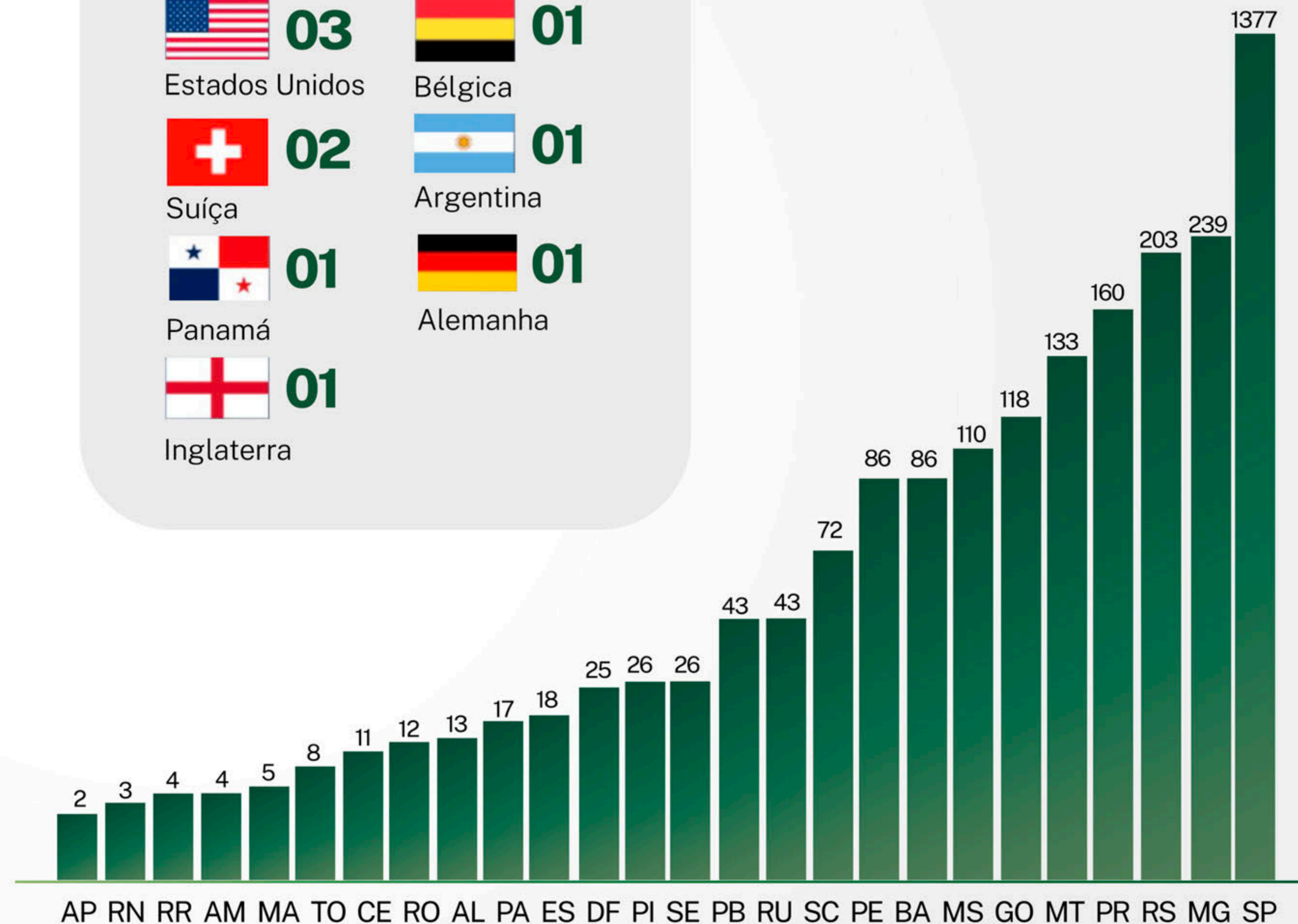
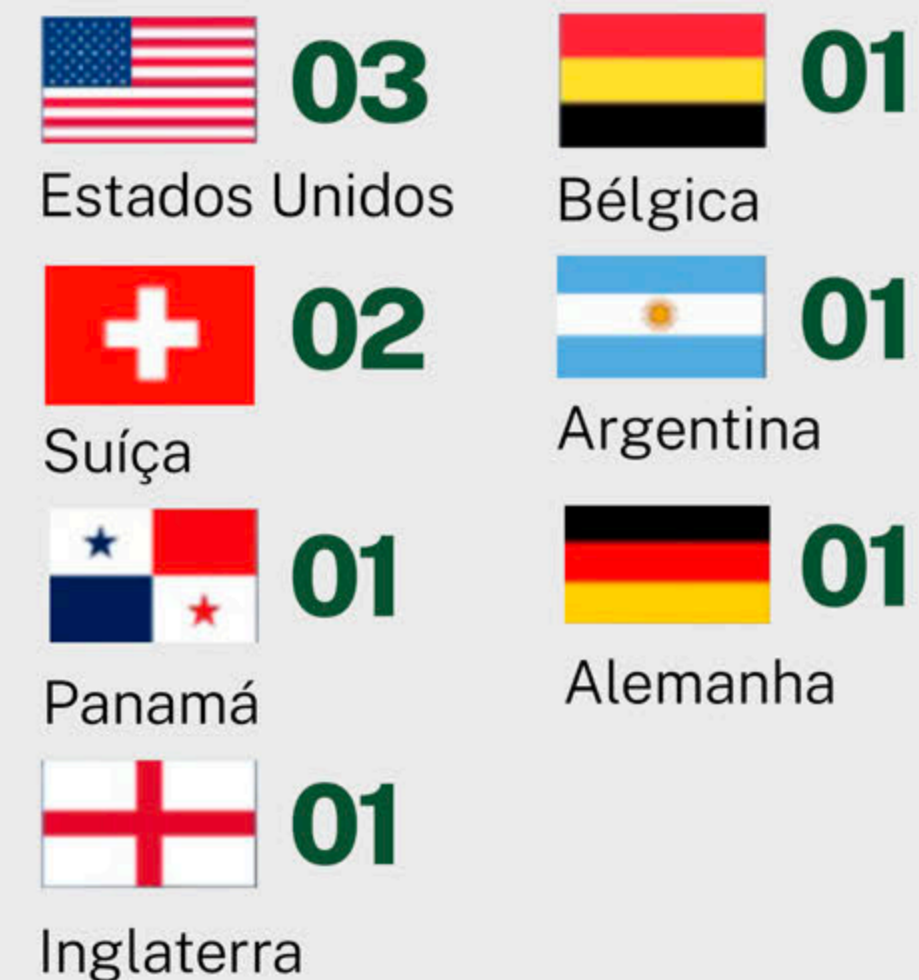
AR
AgroRevenda

A REVISTA

Distribuição por **Estado brasileiro**
e no exterior da Revista AgroRevenda

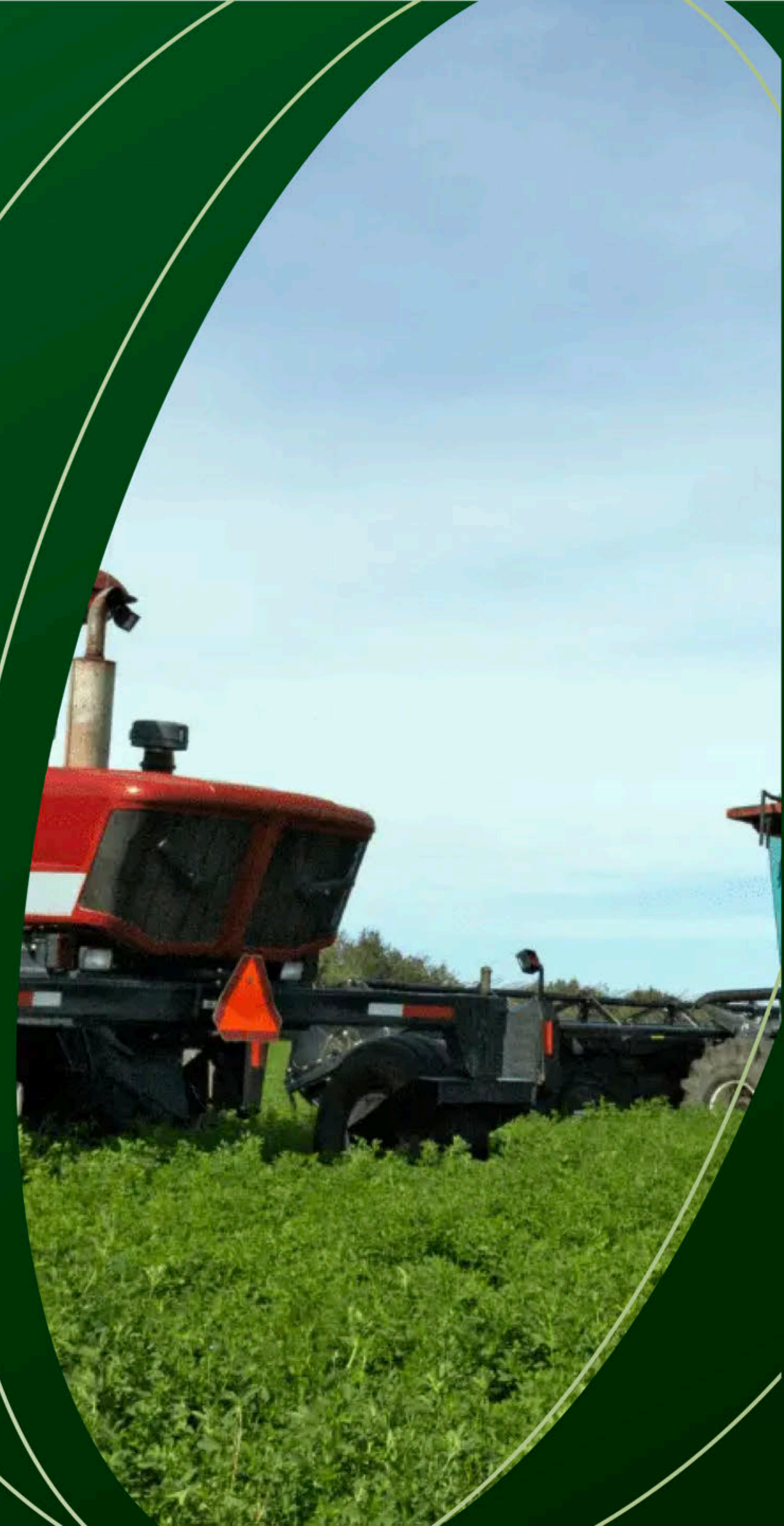
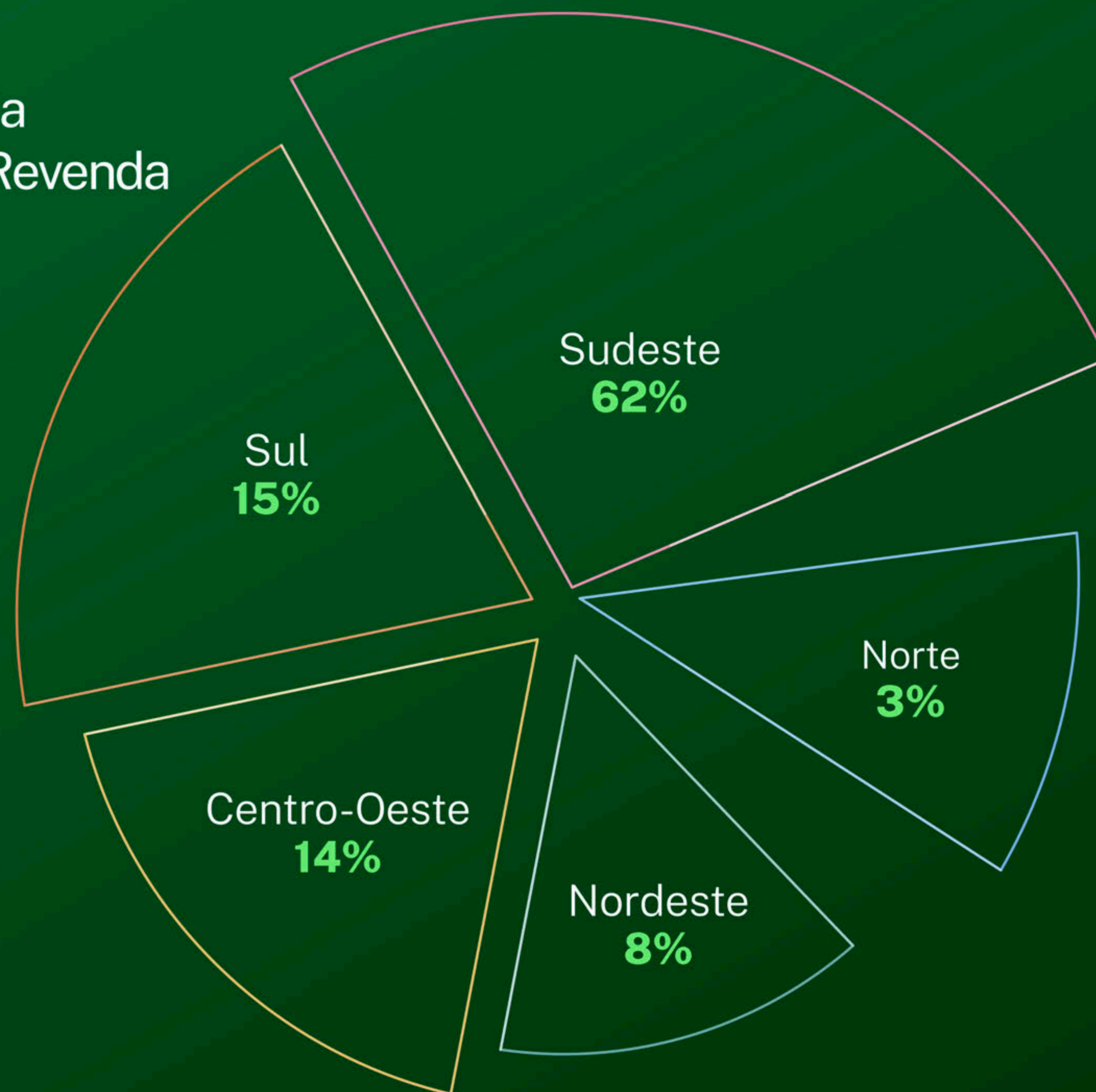
3.5k

Revendas, Cooperativas e fornecedores.



A REVISTA

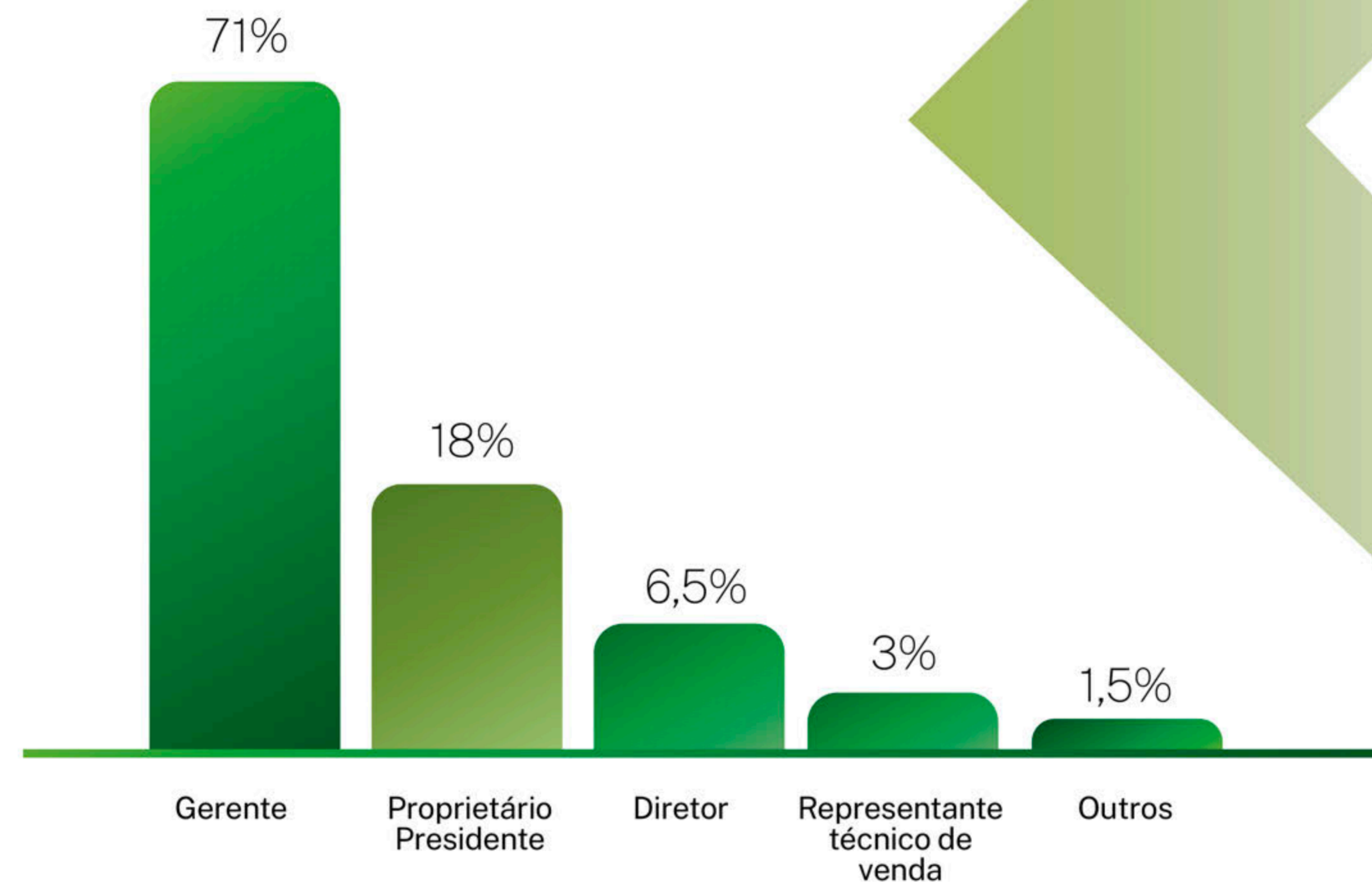
Distribuição da Revista AgroRevenda por Região



Perfil do leitor da
Revista AgroRevenda
por Cargo

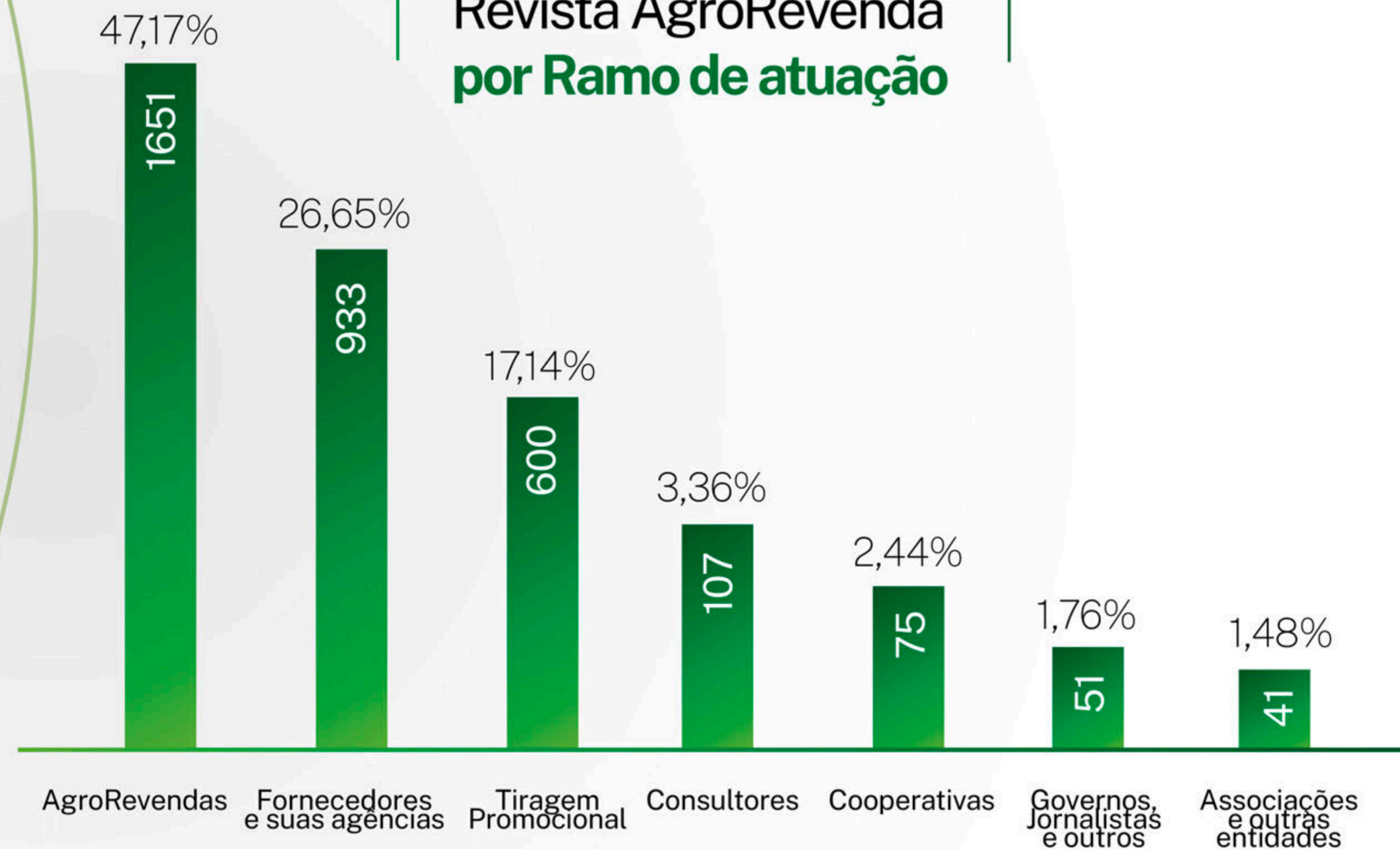
Proprietários e Gerentes

que norteiam o gerenciamento das revendas e decidem a compra dos produtos que serão comercializados nesses pontos de venda.





Perfil do leitor da Revista AgroRevenda por Ramo de atuação



CONTEÚDO EDITORIAL

Entrevistas

Sempre com uma personalidade do setor e/ou empresário de destaque.

Capa

Matéria de destaque que envolve administração, marketing, vendas, treinamento, assessoria, serviços etc.

Falando de Bichos

O conteúdo Pet do Grupo Publique

Caderno AgroCooperativas

Tudo sobre as cooperativas agrícolas

Business

Empresas e fornecedores locais e globais do setor.

Prateleira

Lançamento de produtos e serviços.

Gestão

Como administrar a revenda através do controle de custos e estoque, recursos humanos, legislação e informatização.

Mercado

A movimentação do setor, empresas e insumos agropecuários.

Radar Agro

Informações relevantes e atuais sobre o que acontece no agronegócio.

Eventos

Os principais eventos realizados no agronegócio.

Por Onde Andamos

Presença nos principais eventos e encontros da Agronegócio Brasileiro durante o período.

Espaço empresarial

Espaço para empresa patrocinadora, com conteúdo editorial de acordo com o seu negócio.

ARTICULISTAS



Compromisso com o anunciante: fortalecer
marca junto ao **mercado de revendedores**

Formato

21 cm x 28 cm

Público-alvo

Donos e gerentes
de revendas
agropecuárias

Circulação

Nacional

Tiragem

3.500 unidades



AR
AgroRevenda

Canal Agro Revenda

#CanalAR

Programa de entrevistas com CEOs e diretores de grandes companhias, empresários, pecuaristas, profissionais, revendedores e distribuidores de produtos e insumos agropecuários.



f y i in
/plataformaagrovevenda

@canalagrovevenda

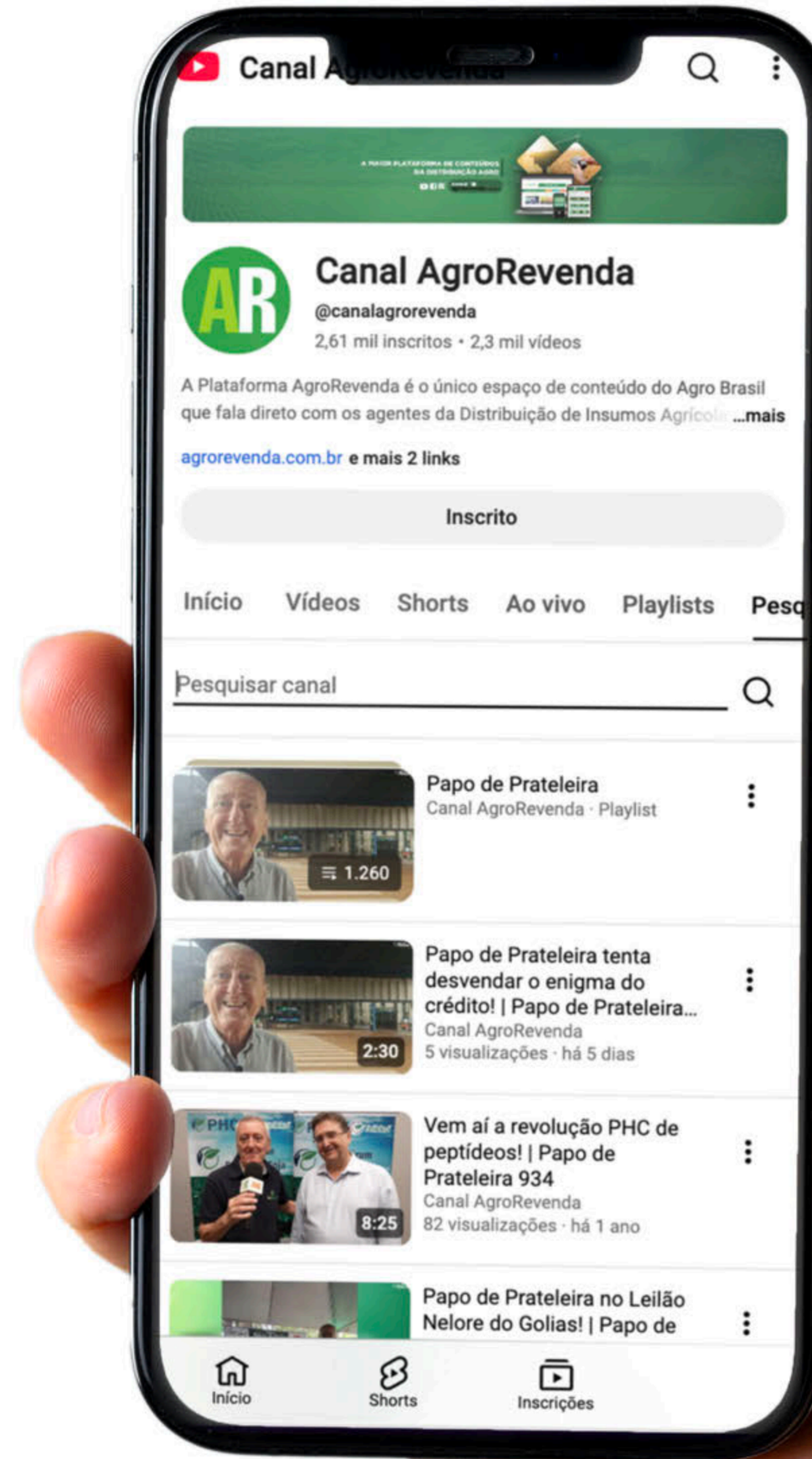
Um Canal
exclusivo para
todas as revendas
agropecuárias.

AR
AgroRevenda

Papo de Prateleira

#PapoDePrateleira

Entrevistas em um papo descontraído com profissionais do setor de insumos do Agro Brasil. Sempre no site agrovevenda.com.br, no YouTube e em todos os espaços do segmento no país.



Programa de interesse **direto das revendas** e dos distribuidores de insumos agropecuários do Brasil.

AgroCooperativas

O melhor das Cooperativas Brasileiras

Dois fatos são inquestionáveis quando analisamos o Brasil como um todo:

✓ O agronegócio é fundamental, é a **grande âncora da economia nacional** e o setor que fornece alimento e saúde aos mais de 210 milhões de brasileiros.

✓ O **cooperativismo** é a grande força por trás do agronegócio.



#AgroCooperativas

Um suplemento especial da AgroRevenda dedicado ao cooperativismo que representa a força e o dinamismo das cooperativas brasileiras.



FALANDO DE
Bichos

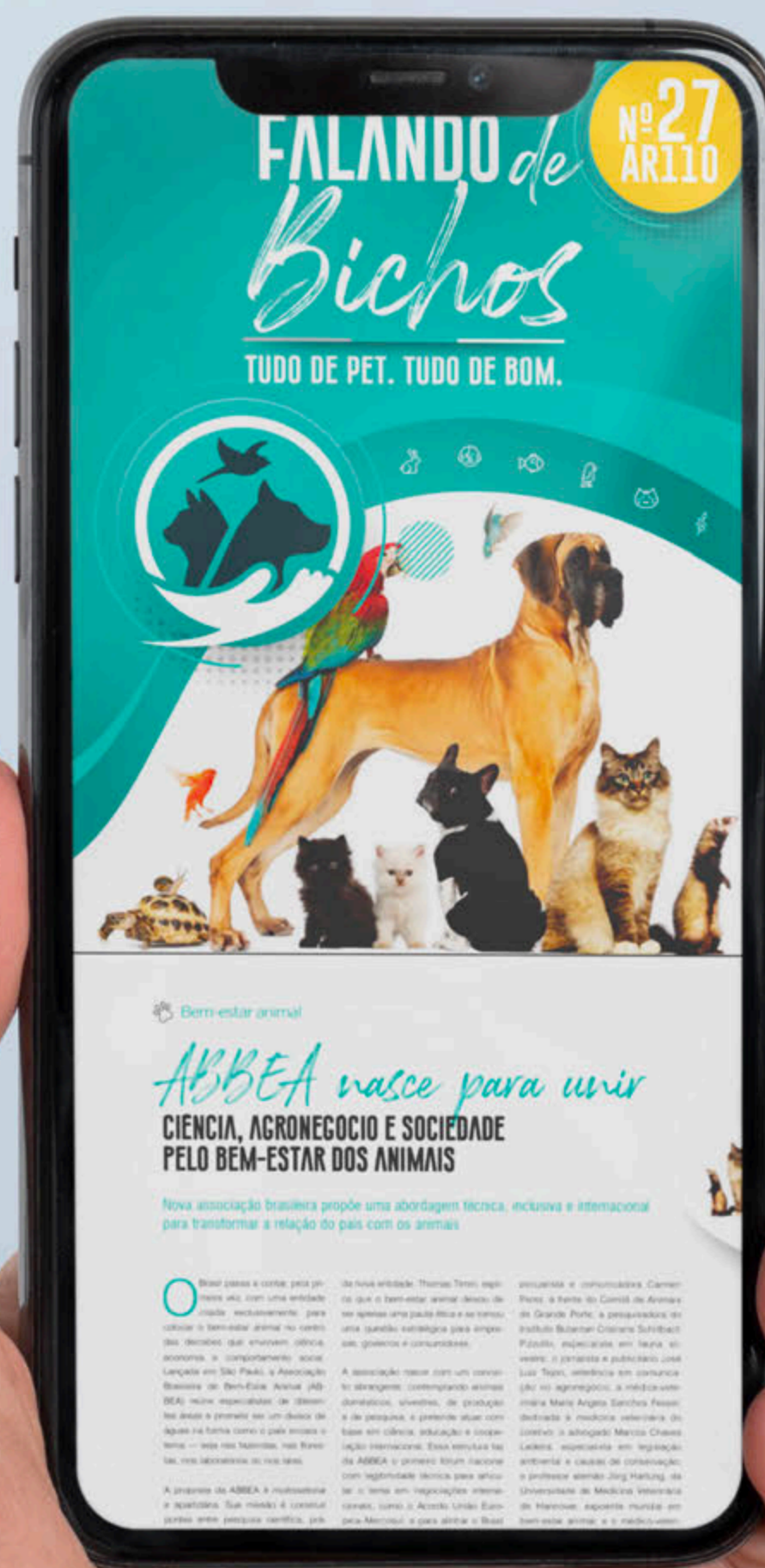


/plataformaagrovevenda

TUDO DE PET. TUDO DE BOM.

#FalandoDeBichos

Um encarte especial da Revista AgroRevenda dedicado ao mercado pet com informações técnicas, serviços, entrevistas e curiosidades.



A Plataforma

Histórias especiais, dicas e sugestões, como esportes, eventos, exposições, cultura (cinema e literatura) e produtos disponíveis, sempre com opinião de médicos veterinários e especialistas em comportamento animal.

Público-alvo

Revendas Agropecuárias/Pets
Indústria Veterinária
Laboratórios Veterinários

AR
AgroRevenda

FORMATOS

SEMENTES AGROQUIMA PASTAGENS E PALHADA (ILP)

“QUANTO MAIS A GENTE USAVA AS SEMENTES DA AGROQUIMA, NOSSA PRODUÇÃO SEMPRE SAÍA MELHOR DO QUE A GENTE IMAGINAVA.”

“EU JÁ TESTEI ALGUMAS SEMENTES, MAS POSSO FALAR COM FRANQUEZA: A SEMENTE QUE REALMENTE TEM UM GRAU DE FERTILIDADE E QUE TROUXE PRA NÓS VANTAGENS FOI A DA AGROQUIMA.”

“A UTILIZAÇÃO DAS SEMENTES DE BRACHIARIA DA AGROQUIMA É EXATAMENTE PELA QUALIDADE, NÉ? VOCÊ TEM A CONFIANÇA DE QUE ESSE PRODUTO...”

“EU FIZ MUITO COM SEMENTES E AGROQUIMA. TÔ SATISFEITO PORQUE QUANDO EU PEGAR SEMENTES DA AGROQUIMA, EU SEI QUE VOU TER O MELHOR RESULTADO.”

ARTE 1

Página simples
21x28

GRUPO PUBLIQUE
PRESENÇA TOTAL NO AGRO

37 ANOS

#TudoEmVocê É AGRO

www.grupopublice.com.br

ARTE 2

Página dupla
42x28

1/3 de página vertical
7x28

VerAgro

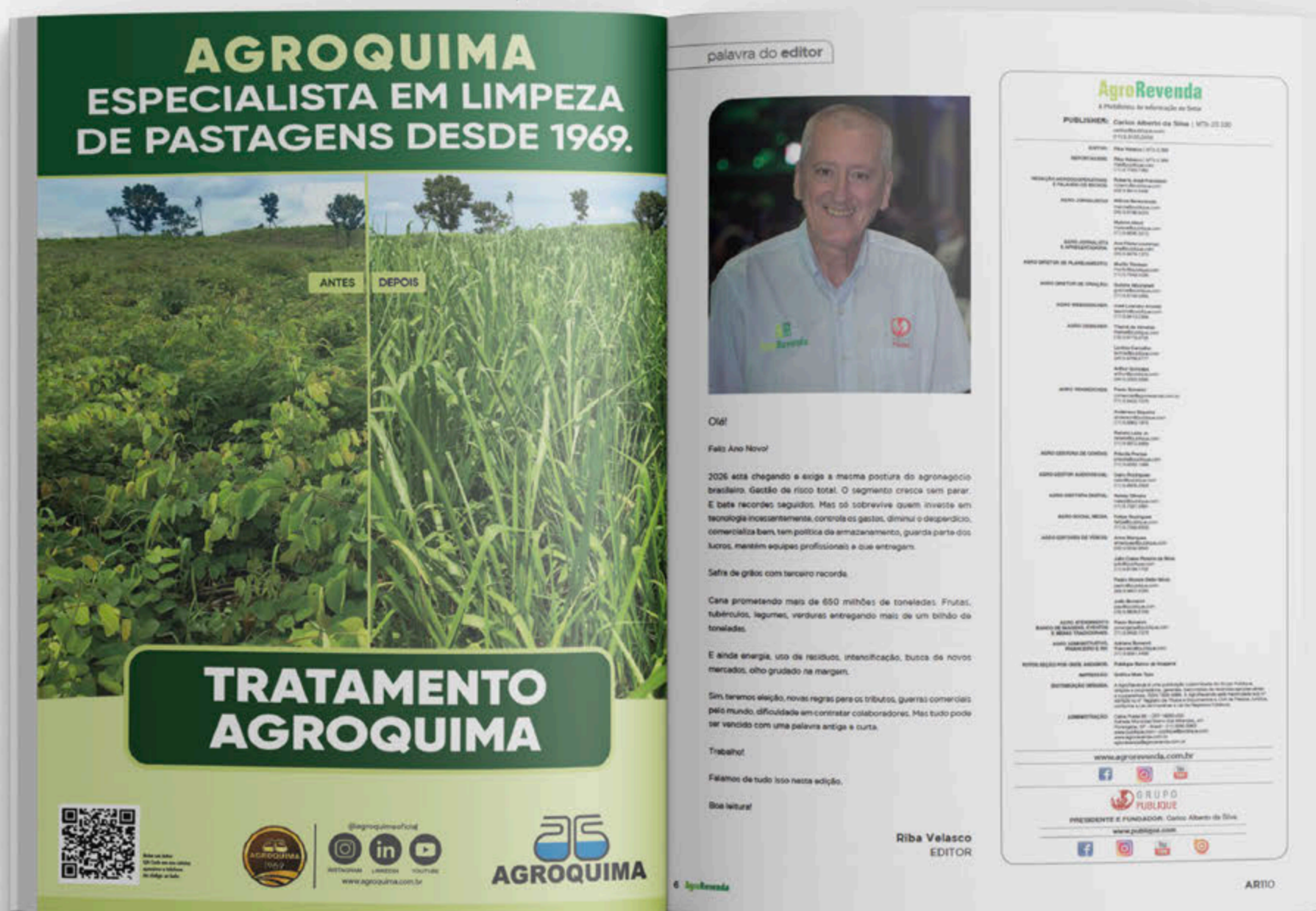
Quais são os perfis dos vendedores do agronegócio brasileiro?

ARTE 3

1/2 horizontal
21x14

FORMATOS

Segunda capa
21x28



Terceira capa
21x28



Capa
21x28



Publieditorial

Grupo BLB

Reforma Tributária sobre produção e consumo: quem deve se preocupar mais, o agrodistribuidor ou o produtor rural?

Paulo Marlesi
Tributarista e Gerente de Consultoria Tributária pela BLB Auditores e Consultores



agro, em especial na distribuição de insumos agrícolas e na produção rural.

O que muda no sistema tributário?
No Brasil e no mundo, o sistema de arrecadação fiscal incide basicamente sobre a renda, o patrimônio e o consumo. Nesse contexto, a Reforma Tributária da EC 132/2023 traz modificações em relação aos tributos sobre o patrimônio, mas o foco principal é a tributação sobre o consumo.

Atualmente, temos cinco tributos sobre o consumo: o PIS e a Cofins, de competência da União, são contribuições que as empresas recebem sobre suas receitas e faturamento; o IPI, de competência da União, é o imposto que as indústrias e importadoras recebem sobre a saída de mercadorias industrializadas ou importadas; na esfera estadual, temos o conhecido ICMS, que incide a cada circulação jurídica, que, nas operações interestaduais, sempre gera distorções comerciais ou logísticas; e, por fim, o ISS é o imposto que incide sobre a prestação de serviços.

Esses cinco tributos serão substituídos por dois novos: um de esfera nacional, denominado Contribuição sobre Bens e Serviços (CBS), e o outro de âmbito subnacional, chamado de Imposto sobre Bens e Serviços (IBS), destinado aos estados e municípios. Na prática, ambos os

Brasil se prepara para viver um dos momentos mais importantes de sua economia, com uma mudança que não apenas impactará diretamente a forma de fazer negócios, mas também transformará toda a cadeia comercial e logística que conhecemos hoje. Estamos falando da Reforma Tributária sobre a produção e o consumo, um tema aguardado há muitos anos e que parecia nunca sair do papel. Agora, estamos muito próximos do início de um novo ciclo, marcado pela transição para as novas regras que redesenharão o sistema tributário nacional.

Com a aprovação da Emenda Constitucional 132 (EC 132/23) e a publicação da Lei Complementar 214 (LC 214/2023), o Brasil ganha um novo sistema tributário que tende a alterar a realidade de todas as empresas e sociedades, sem exceções, já que, afinal, todos somos consumidores. Sem jurídicos, neste artigo veremos quais serão os principais reflexos da Reforma Tributária e seu impacto na cadeia de

chegar ao mercado, cada produto desenvolvido passa por um ciclo de testes em condições semelhantes às dos agrotópicos de Valor de Cultivo (VU), exigidos pelo Ministério da Agricultura, que atestam a segurança e estabilidade da produção comercial, e ao agricultor uma semente reformada, pronta para ser plantada", conta André Gradigueiredo, da GDM.

estida é o anúncio dos primeiros comerciais de sementes no Brasil. Os materiais objetivando precocidade,

52 *AgrRevenda* ART10

Artigo patrocinado

markestrat | acesso

A dinâmica competitiva na cadeia de insumos

A expansão das cooperativas, o fortalecimento das revendas regionais, a ampliação dos modelos de venda direta e a intensificação da atuação das tradings despontam como os principais vetores que irão moldar o acesso ao mercado nos próximos ciclos

O sistema de distribuição de insumos agrícolas no Brasil vive um momento de reorganização competitiva. O cenário de crise sistêmica ao longo da cadeia, evidenciado nos últimos ciclos, fez com que alguns players reduzissem suas estruturas físicas de atendimento, buscando eficiência comercial e redução de riscos locais. Ao mesmo tempo, esse movimento abriu lacunas de mercado que foram sendo preenchidas por competidores e agentes da cadeia em situação mais estável. Ainda, as transformações recentes na estrutura de crédito (mais caro e escasso), no perfil produtivo e na dinâmica fundiária (mais concentrada), têm alterado a dinâmica de acesso a mercado nos territórios, considerando a participação de cooperativas, canais, indústrias, tradings e modelo de negócio emergentes. A leitura do Painel de Especialistas Markestrat, composto pela visão de 50 executivos das indústrias e distribuidoras, mostra que o termômetro de ocorrência dessas tendências aponta para um cenário de maior integração e diversificação dos modelos de acesso ao produtor, com novas configurações surgindo a partir da adaptação dos diferentes elos da cadeia.

COOPERATIVAS AMPLIAM PRESENÇA E VERTICALIZAÇÃO
A expansão das cooperativas lidera o termômetro de tendências. Estas apresentam um modelo de negócios com elevada capacidade de fidelização de clientes e redução de risco, sustentado pela diversificação de negócios - que vai da originação à industrialização - e pela estrutura de governança voltada à sustentabilidade. Além disso, o cooperativismo tem se beneficiado de um contexto de incentivos à industrialização, especialmente com o avanço de plantas de etanol de milho e unidades de biodiesel, que fortalecem o papel das cooperativas como agentes de transformação regional. A perspectiva é de agregação de valor à commodity, alinhada a novas fontes de receita integradas, o que auxilia a proteger os negócios em momento de crise no segmento de insumos, conforme mencionado recentemente. O movimento não se restringe à escala produtiva: a cooperativa passa a ser não apenas fornecedora, mas integradora de soluções financeiras, industriais e comerciais, ocupando espaços deixados por alguns canais tradicionais.

CANAIS REGIONAIS SEGUEM COMO ELO DE CONFIANÇA E AGILIDADE
Os canais regionais aparecem como o segundo vetor mais forte no termômetro, impulsionados por proximidade, velocidade de resposta e flexibilidade comercial.

MODELOS ALTERNATIVOS DE ACESSO E ORIGINAÇÃO GLOBAL
Além dos agentes tradicionais, ganha força um conjunto de modelos alternativos de acesso, impulsionados pela globalização das cadeias de suprimento. São empresas e plataformas que originam insumos diretamente do mercado asiático, conectando fábricas na China, Índia e Sudeste Asiático a grandes grupos agrícolas e redes de distribuição nacionais. Esses players operam em formatos diversos: importadores especializados, trading platforms digitais ou intermediários logísticos, que oferecem ao mercado custos competitivos e contratos de fornecimento customizados. O movimento amplia a concorrência e desafia as estruturas tradicionais, exigindo das revendas e indústrias locais uma nova visão sobre gestão de portfólio, qualidade e rastreabilidade. Embora ainda representem uma fração limitada do mercado, esses canais alternativos funcionam como válvulas de eficiência, ajustando

A capacidade desses canais de manter relacionamento direto e constante com o produtor cria vantagens competitivas difíceis de replicar pelos grandes grupos, principalmente quando há presença e referência do 'don' no dia a dia da gestão. Com a crescente profissionalização da agricultura e a necessidade de customização de propostas, essas revendas regionais tornam-se pilares de capitalidade e inteligência local. A agilidade na tomada de decisão, combinada à empatia e ao conhecimento de campo, sustenta sua expansão discreta em um ambiente de margens pressionadas. Para prosperar, entretanto, precisam investir em gestão financeira, digitalização e governança, transformando relacionamento em eficiência e rentabilidade.

VENDA DIRETA GANHA ESPAÇO COM A CONCENTRAÇÃO FUNDIÁRIA
O avanço da venda direta para produtores é outro destaque. O movimento ocorre em dois níveis: G⁺ - grandes grupos agrícolas, com estrutura financeira robusta e crescentes integrações operacionais; e MF - produtores médios profissionalizados, com gestão mais estruturada e maior poder de negociação. O pano de fundo desse avanço está na concentração fundiária e no encolhimento setorial, que vêm transferindo áreas e fortalecendo grupos capitalizados. Esses produtores têm buscado desintermediação nas compras, negociando diretamente com fornecedores para reduzir custos e melhorar a previsibilidade de entrega. Esse fenômeno não elimina o papel dos canais - ele o transforma. As revendas passam de meros intermediários a gestores de relacionamento e desafia as estruturas tradicionais, com papel ativo na coordenação da cadeia e no desenho de soluções comerciais híbridas.

TRADINGS AMPLIAM O ESCOPO DE ATUAÇÃO
As tradings vêm intensificando sua presença no fornecimento de insumos, aproveitando sua estrutura de crédito e financiamento como diferencial competitivo, o que faz muita diferença em momentos de crédito caro e escasso. Ao oferecer mecanismo de troca estruturado e líquido, essas empresas passam a ocupar um papel híbrido entre comprador de grãos e fornecedor de insumos, fortalecendo o vínculo com produtores estratégicos. Além de investimentos diretos em canais de distribuição, algumas tradings também têm estruturado equipe para o negócio de insumos, seja esta dedicada à venda, principalmente de fertilizantes e defensivos, e/ou insumos + originação. A busca é por maior controle sobre o relacionamento e a margem, além de visibilidade sobre o desempenho comercial no campo. Esses movimentos tendem a coexistir com a rede tradicional de distribuição, criando arranjos híbridos e complementares que redefinem as fronteiras do acesso ao mercado.

MODELOS ALTERNATIVOS DE ACESSO E ORIGINAÇÃO GLOBAL
Além dos agentes tradicionais, ganha força um conjunto de modelos alternativos de acesso, impulsionados pela globalização das cadeias de suprimento. São empresas e plataformas que originam insumos diretamente do mercado asiático, conectando fábricas na China, Índia e Sudeste Asiático a grandes grupos agrícolas e redes de distribuição nacionais. Esses players operam em formatos diversos: importadores especializados, trading platforms digitais ou intermediários logísticos, que oferecem ao mercado custos competitivos e contratos de fornecimento customizados. O movimento amplia a concorrência e desafia as estruturas tradicionais, exigindo das revendas e indústrias locais uma nova visão sobre gestão de portfólio, qualidade e rastreabilidade. Embora ainda representem uma fração limitada do mercado, esses canais alternativos funcionam como válvulas de eficiência, ajustando

preços e ampliando o leque de originação de produtos.

UM NOVO CICLO DE INTEGRAÇÃO E COMPETITIVIDADE
A leitura do Painel de Especialistas Markestrat revela que o acesso ao produtor caminha interdependente. Cooperativas para um modelo diversificado, competitivo e consolidam sua força como sistemas integrados. Canais regionais reforçam sua presença pela confiança. Tradings e indústrias ampliam sua atuação com instrumentos financeiros e verticais. E novos modelos de importação direta que introduzem complexidade e eficiência global ao sistema, pressionando os preços de determinadas categorias de produtos. Esse novo ciclo exigirá cooperação e estratégia. Para permanecerem relevantes, os elos da cadeia precisam redefinir suas fronteiras e competências, atuando de forma colaborativa na geração de valor ao produtor. Mais do que vender insumos, será necessário construir redes sustentáveis de acesso e relacionamento, em um agronegócio cada vez mais sofisticado e conectado.

Fernando de Cesare Kotya
Sócio da Markestrat Group e gestor da área de Inteligência de Mercado da empresa

Vitor Nardin Marques
Consultor associado da Markestrat Group e coordenador da área de Inteligência de Mercado

markestrat
A Markestrat é uma organização que desenvolve consultoria, pesquisa e treinamento em estratégia e busca a geração e a difusão de conhecimento sobre o agronegócio brasileiro.
Site: www.markestrat.com.br
Tel.: (16) 3456.5555 / (11) 3034.3316

36 *AgrRevenda* ART10

57 *AgrRevenda* ART10

TABELA DE PREÇOS \ FORMATOS ESPECIAIS

Espaço	Dimensões	Valor R\$
Publieditorial *	21 x 28 cm	24.400,00
Artigo patrocinado	Artigo de uma página (enviado pelo patrocinador), com espaço para a veiculação de anúncio no formato 16,5 cm x 4,0 cm	22.000,00
Capa	Capa + Matéria de Capa Especial	Projeto Especial (consulte)
Ações especiais	Sob consulta	A combinar
Ilha retangular	14 x 9 cm	9.300,00
Ilha quadrada	9 x 9 cm	9.200,00
Rodapé simples	21 x 5 cm	6.200,00
Rodapé duplo	42 x 5 cm	11.000,00

*Até 3.200 caracteres (com espaço) + 01 foto

TABELA DE PREÇOS \ FORMATOS

Espaço	Dimensões	Valor R\$
2ª capa	21 x 28 cm	37.600,00
3ª capa	21 x 28 cm	35.700,00
4ª capa	21 x 28 cm	39.900,00
Página dupla Abertura	42 x 28 cm	51.100,00
Página dupla Encerramento	42 x 28 cm	48.900,00
Página dupla Indeterminada	42 x 28 cm	42.200,00
Página simples Indeterminada	21 x 28 cm	22.200,00
1/2 Página (horizontal)	21 x 14 cm	12.300,00
1/3 Página (vertical)	7 x 28 cm	8.500,00

ENVIO DO ANÚNCIO:

Todos os anúncios devem ser enviados com resolução de **300 dpi** e tamanho relativo ao formato escolhido.

Os arquivos devem ser fechados apenas na extensão **PDF** (fechamento em PDF-X1/a - FOGRA 39), nos padrões de cores CMYK.

Formato: o arquivo deve vir nas medidas de cada tamanho de publicidade, com **0,5 cm de sangria adicional para cada lado:**

- Página dupla: 42 x 28 cm (43 x 29 cm com sangria)
- Página simples: 21 x 28 cm (22 x 29 cm com sangria)
- 1/2 página (horizontal): 21 x 14 cm (22 x 15 cm com sangria)
- 1/3 página (vertical): 7 x 28 cm (8 x 29 cm com sangria)

FORMATOS PUBLICIDADE SITE

Top Full Banner Home
1200x300px

Banner Seções
970x250px

Banner
300x300px

- Top Full Banner Home 1200x300px
- Full Banner Seções 970x250
- Banner 300x300
- E-mail Marketing 600 x até 6600px

PUBLICIDADE NO INSTAGRAM

Você pode aparecer em nosso Instagram:

- ✓ Em posts (4:5);
- ✓ Nos Stories (9:16) com 60 segundos de duração;
- ✓ No Reels (9:16) até 90 segundos de duração.



PUBLICIDADE NO FACEBOOK

Você pode aparecer em nosso facebook:

- ✓ Em posts (4:5);
- ✓ Nos Stories (9:16) com 60 segundos de duração;
- ✓ Patrocinando nossos vídeos (4:5) com duração de até 15 minutos

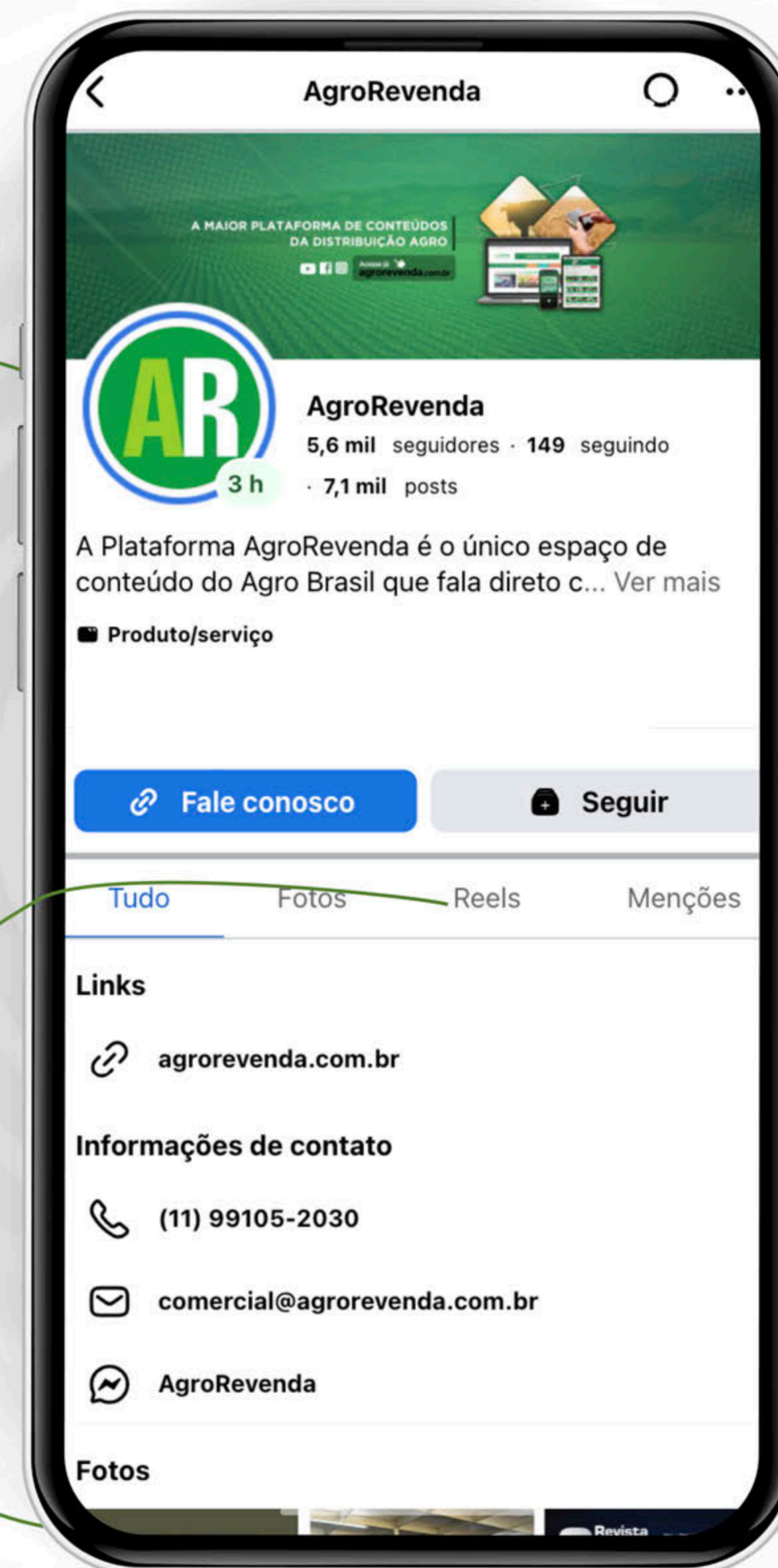


TABELA DE PREÇOS PUBLICIDADE SITE

Anúncios	Medida desktop	Medida Mobile	Plano	Valor
Top full banner home	1200x300	300x250	30 dias	R\$ 11.000,00
Full banner seções	970x250	320x100	30 dias	R\$ 6.400,00
Banner	300x300	300x300	30 dias	R\$ 5.500,00
E-mail marketing	600 x até 6600	600 x até 6600	Por disparo	R\$ 2.100,00
Formatos especiais	-	-	-	A combinar

Extensões: JPG, PNG ou GIF

Obs: informar o Link de direcionamento que será inserido no banner.

* Enviar arquivo em HTML.

MÉTRICAS REDES SOCIAIS

   
/plataformaagrovevenda



+18.6K
seguidores

+1.2K
entrevistas

+649MIL
de alcance*

+10MI
de views*

* Atualizado até 11/02/26

AR
AgroRevenda

TABELA DE PREÇOS 2026

Divulgue o seu evento

PACOTE DA SEMANA

Release no Portal AR

Postagem nas Redes Sociais AR

E-mail Marketing (mailing qualificado)

R\$ **5.6k**

Uma empresa do GRUPO PUBLIQUE

HOME SOBRE ANUNCIE IMPRESA CONTATO

Publique Agro
Revista Agro
Cooperativas
Revista Agro

AgroRevenda

A Plataforma de Conteúdo da Distribuição Agro

REVISTAS | NOTÍCIAS | OPINIÃO | PRATELEIRA | RADAR AGRO | AGROCOOPERATIVAS | FALANDO DE BICHOS

Se é importante para o Agro, está no Fala Carlão.

Agro bate recorde e exporta US\$ 12 bilhões em fevereiro

Jornada reduzida de trabalho pode encarecer alimentos

Expodireto Cotrijai: quarta é dia de Fala Carlão e Bradesco.

Com dívida de R\$ 65 bi, Raizen pede recuperação extrajudicial

Dicas e curiosidades para pets que vivem no campo e na cidade

Se é importante para o Agro, está no Fala Carlão.

Nossa AgroVisão é do tamanho dos nossos AgroClientes

Revista AgroRevenda | Edição 110

Semente é vida, alimento e planeta

O insumo alicerce das safras é um dos três mais vendidos pelas revendas.

ASSINATURA DA REVISTA

Assinatura Anual Impressa
R\$270.00



Assinatura Anual Digital
R\$149.00



assinatura



/plataformaagrorevenda



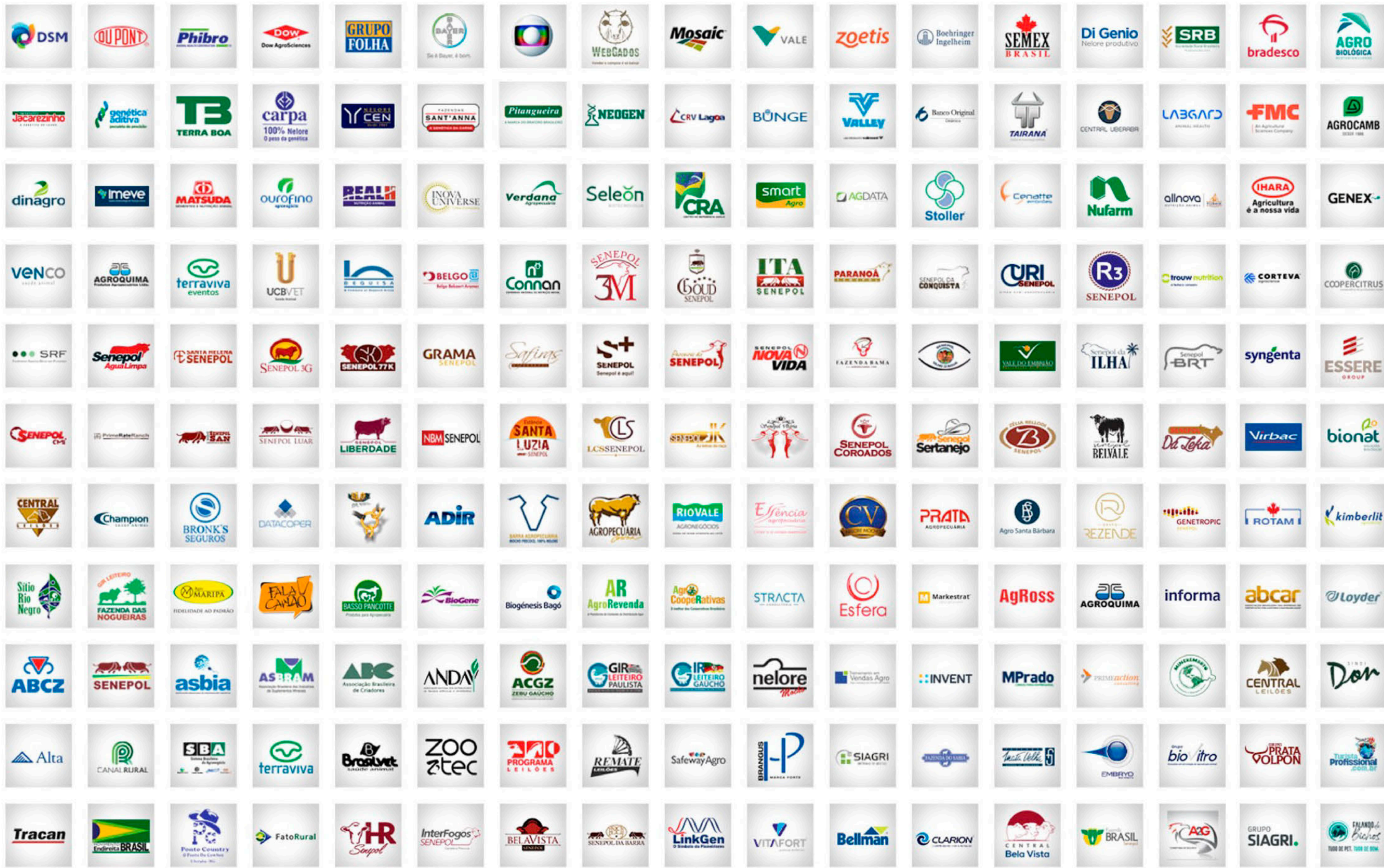
Personalize suas
ações com nosso
executivo de conta.

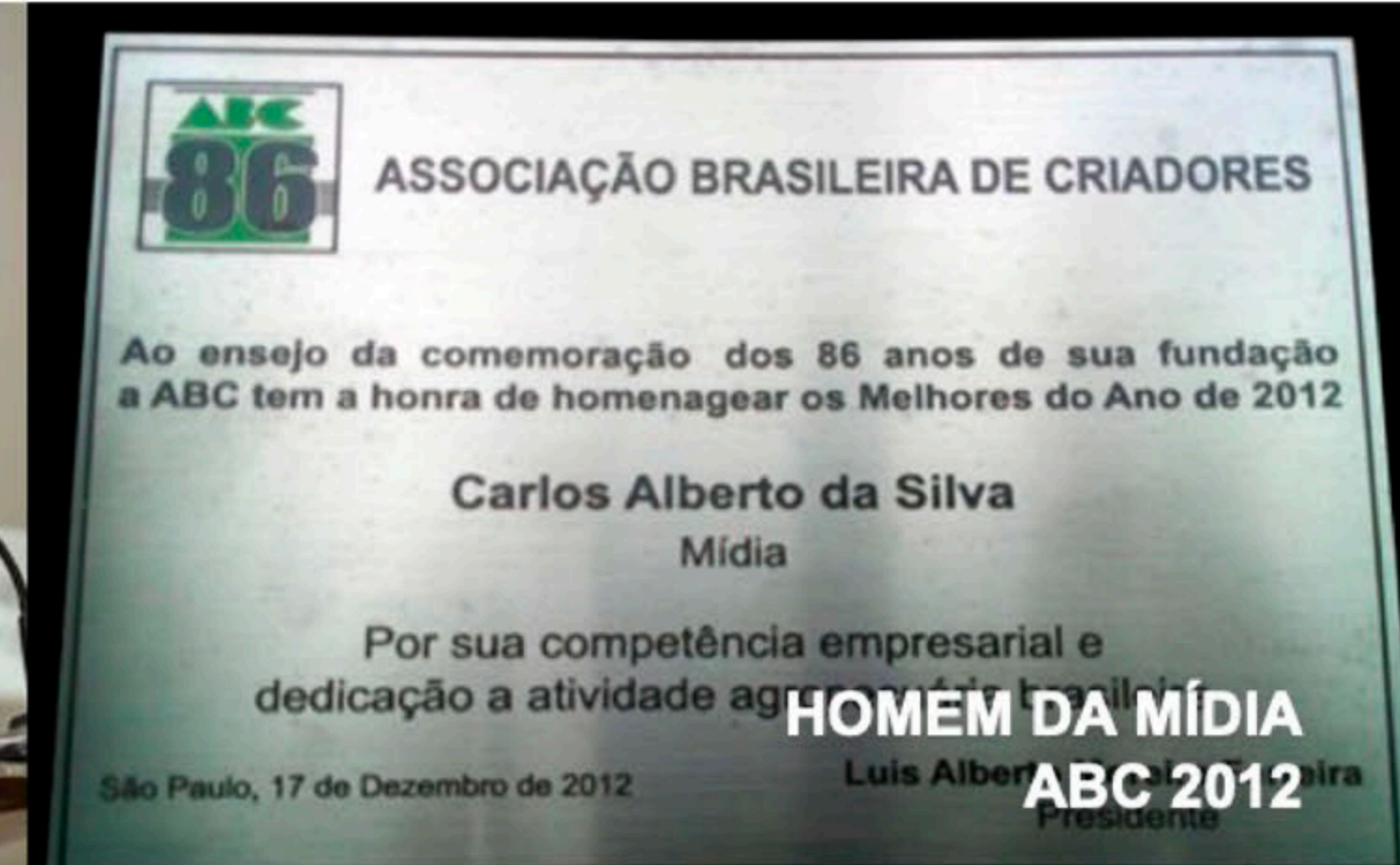
Carlão da Publique

 **11 9 9105-2030**

AR
AgroRevenda

Grupo Publicque Experience





PRÊMIOS

Ouro ABMR&A 2000
Melhor Anúncio de Revista Tortuga

Bronze ABMR&A 2000
Melhor Anúncio de Revista Tortuga

Ouro ABMR&A 2001
Melhor Anúncio de Revista Tortuga

Troféu Prêmio Especial Nelore Fest 2001

Ouro ABMR&A 2005
Melhor Campanha de Propaganda Bayer

Ouro ABMR&A 2005
Melhor Anúncio de Revista Bayer Saúde Animal

Ouro ABMR&A 2005
Melhor Filme Comercial Bayer Saúde Animal

Prêmio Destaque Gráfico ABMR&A 2005
Terras de Kubera

Bronze ABMR&A 2010
Web-Advertising Bellman Nutrição Animal

Bronze ABMR&A 2019
Out-Of-Home ABCB Senepol

Ouro ABMR&A 2022
Melhor Anúncio Meio Impresso Ihara

AR
AgroRevenda

A Plataforma de Conteúdo da Distribuição Agro

Um negócio do



GRUPO
PUBLIQUE

PRESENÇA TOTAL NO AGRO

Publique AgroAgência

- Agência de Propaganda
- Relacionamento com a Mídia
- Audiovisual
- Banco de Imagens
- Consultoria & RP
- Editora
- Eventos
- Marketing Digital
- Grupo Publique News
- Publique Views



PUBLIQUE AGROAGÊNCIA
CONTEÚDO É TUDO

@publiqueagencia_oficial



Plataforma Fala Carlão

- Programa Fala Carlão
- Especial de Sábado
- Domingão do Carlão
- Café no Fala Carlão
- Carlão Visita
- Cobertura de Eventos
- Apresentação de Lives e Eventos Digitais
- Apresentação em Eventos Presenciais
- Mestre de Cerimônias
- Coordenação e Mediação de Debates
- Recalculando - Saúde e Felicidade
- Palestras Inspiracionais
- Turista Profissional



NA PRATELEIRA DE CIMA

@falacarlaio



Plataforma AgroRevenda

- Revista AgroRevenda
- Portal AgroRevenda
- Canal AgroRevenda
- Papo de Prateleira
- AR News
- Podcast Radar Agro
- Programa Radar Agro
- Coluna Radar Agro
- Falando de Bichos
- AgroCoopeRativas

AR
AgroRevenda

A Plataforma de Conteúdo da Distribuição Agro

@plataformagrorevenda

