



APRESENTAM

Chefs Week

Rio de
Janeiro
25 JUL. A
02 AGO.

PARTICIPAÇÃO DA AMAR /
MARICÁ NO EVENTO



RELATÓRIO DE EXECUÇÃO
DAS ATIVIDADES



1. IDENTIFICAÇÃO

Evento:

Chefs Week Rio de Janeiro

Período de realização:

25 de julho a 2 de agosto de 2026

Locais de realização: Rio de Janeiro, Niterói e Serra Fluminense, com atividades distribuídas por diversos espaços da programação oficial, incluindo o Museu de Arte Contemporânea de Niterói (MAC), o Palácio de São Clemente, o Copacabana Palace, restaurantes participantes, quiosques da Orla Rio e demais locais integrados ao evento.

Chefs
Week



Rio de Janeiro

25 JUL — 2 AGO



BANQUETES

RESTAURANTES

COPA WINE EXPERIENCE

MASTERCLASSES

ORLA RIO

2. OBJETIVO DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

A empresa contratada realizou a produção executiva, a coordenação operacional e o apoio técnico à participação institucional da AMAR – Companhia Maricá Alimentos no Chefs Week Rio de Janeiro.

O objetivo dos serviços consistiu em assegurar a integração da AMAR à programação oficial do evento, promovendo institucionalmente a marca, valorizando os produtos da agricultura familiar de Maricá e fortalecendo o posicionamento do município como referência em desenvolvimento territorial, inovação agroalimentar, gastronomia e turismo.

As atividades desenvolvidas procuraram ampliar a visibilidade dos produtos locais, criar oportunidades de relacionamento institucional e comercial, aproximar produtores, chefs, empresários, jornalistas e formadores de opinião e contribuir para a capacitação e valorização do setor agroalimentar local, em conformidade com os objetivos previstos no Plano AMAR.

3. ATIVIDADES EXECUTADAS

Durante todo o período de preparação e realização do Chefs Week Rio de Janeiro foram desenvolvidas as seguintes atividades:

Planejamento das ações institucionais

- Planejamento estratégico da participação da AMAR na programação oficial;
- Definição das ações de promoção institucional da marca;
- Planejamento da inserção dos produtos da agricultura familiar nas diferentes experiências gastronômicas;
- Articulação entre organização, Prefeitura de Maricá, AMAR, parceiros institucionais, chefs e equipes operacionais.

Organização logística

- Coordenação da logística necessária à participação da AMAR;

- Planejamento da exposição dos produtos;
- Organização operacional dos espaços destinados à marca;
- Acompanhamento da distribuição e disponibilização dos produtos durante o evento.

Coordenação operacional

Durante toda a realização do evento foi efetuada a coordenação operacional das atividades previstas, garantindo o adequado funcionamento das ações institucionais da AMAR.

Foram acompanhadas:

- montagem dos espaços;
- organização operacional;
- funcionamento das ações promocionais;
- apoio permanente às equipes envolvidas;
- supervisão das ativações institucionais.

Apoio à montagem e funcionamento do espaço institucional

Foi prestado apoio técnico à montagem, organização e funcionamento do espaço institucional da AMAR, garantindo a correta apresentação da marca e dos produtos durante toda a programação.

Divulgação dos produtos

Foi prestado suporte permanente à apresentação institucional dos produtos da agricultura familiar de Maricá, incluindo:

- organização da exposição institucional;
- apoio às degustações;
- apresentação dos produtos ao público;
- acompanhamento das ações promocionais;
- apoio às equipes durante toda a realização do evento.

Integração dos produtos às experiências gastronômicas

Foi realizada articulação junto à organização do Chefs Week para assegurar a presença dos produtos da AMAR em diferentes momentos da programação oficial.

Os produtos da agricultura familiar de Maricá integraram experiências gastronômicas, degustações, harmonizações e apresentações conduzidas por chefs convidados, permitindo que profissionais da gastronomia, empresários, jornalistas, compradores e consumidores conhecessem a qualidade e a diversidade da produção local.

Participação institucional no Chefs Week Summit

Um dos momentos de maior relevância institucional ocorreu durante o Chefs Week Summit, realizado no Palácio de São Clemente.

Perante uma qualificada plateia de aproximadamente 200 participantes, composta por empresários, representantes da hotelaria, restaurantes, chefs, profissionais do turismo, autoridades públicas e líderes institucionais, bem como por uma comitiva internacional de jornalistas e formadores de opinião provenientes do Reino Unido, Estados Unidos, Itália, México e Portugal, além da imprensa brasileira (televisão, rádio, imprensa escrita e meios digitais), o Professor Leonardo Cury realizou uma apresentação institucional do Município de Maricá.

Durante a sua intervenção foram apresentados o projeto AMAR, os seus objetivos, o seu modelo de atuação e os produtos da agricultura familiar, demonstrando a estratégia adotada pela Prefeitura de Maricá para promover o desenvolvimento territorial, fortalecer a economia local e valorizar os produtores do município.

Esta apresentação constituiu uma importante ação de promoção institucional, proporcionando elevada exposição nacional e internacional ao projeto AMAR.

Copa Wine Experience

A AMAR participou igualmente da Copa Wine Experience, realizada nos salões do Copacabana Palace, considerada uma das principais experiências do Chefs Week Rio de Janeiro.

Durante esta ação, mais de 300 participantes, entre empresários, chefs, profissionais do setor, jornalistas, consumidores e convidados, bem como toda a comitiva internacional presente no evento, tiveram contato direto com o projeto AMAR, conheceram os produtos da agricultura familiar de Maricá e puderam compreender o conceito e o trabalho desenvolvido pela Prefeitura na valorização da produção local.

A participação permitiu ampliar significativamente a divulgação institucional da marca e fortalecer o relacionamento com públicos estratégicos nacionais e internacionais.

Visita institucional da comitiva internacional

No âmbito da visita técnica realizada pela comitiva internacional, foi promovida uma apresentação dos principais projetos estruturantes desenvolvidos pela Prefeitura de Maricá.

Na ocasião, o Presidente da AVIVA apresentou aos jornalistas internacionais, líderes de opinião e convidados os projetos estratégicos do município, com destaque para o Instituto do Vinho e para a Universidade do Vinho, abordando seus objetivos, os programas de formação e capacitação profissional, os cursos oferecidos e a importância destas iniciativas para o fortalecimento da cadeia produtiva, da gastronomia, do enoturismo e do desenvolvimento econômico de Maricá.

A apresentação despertou grande interesse dos participantes e reforçou a imagem do município como referência em inovação e desenvolvimento territorial.

Capacitação do Setor Agroalimentar – Atores Locais

Foi igualmente acompanhado o desenvolvimento das atividades previstas na ação Capacitação do Setor Agroalimentar – Atores Locais.

A participação da AMAR permitiu promover intercâmbio de experiências entre produtores, chefs, empresários, especialistas e profissionais do setor, contribuindo para ampliar conhecimentos, fortalecer redes de relacionamento e estimular novas oportunidades de promoção e comercialização dos produtos da agricultura familiar.

4. RESULTADOS ALCANÇADOS

A execução das atividades permitiu alcançar resultados expressivos para a promoção institucional da AMAR e do Município de Maricá, destacando-se:

- participação efetiva da AMAR em um dos mais importantes eventos internacionais de gastronomia, vinho e turismo realizados no Estado do Rio de Janeiro;
- promoção institucional da marca junto a chefs, empresários, restaurantes, compradores, jornalistas, autoridades e formadores de opinião;
- valorização dos produtos da agricultura familiar de Maricá;
- integração dos produtos às experiências gastronômicas e enogastronômicas da programação oficial;
- fortalecimento da identidade institucional da marca AMAR;
- ampliação das oportunidades de relacionamento institucional e comercial;
- apresentação institucional do Município de Maricá e do projeto AMAR durante o Chefs Week Summit perante cerca de 200 participantes e uma qualificada comitiva internacional de jornalistas;
- divulgação internacional dos produtos e das políticas públicas desenvolvidas pela Prefeitura de Maricá;
- apresentação dos projetos estruturantes do município, incluindo o Instituto do Vinho e a Universidade do Vinho, reforçando a imagem de Maricá como território inovador e comprometido com o desenvolvimento da economia agroalimentar;
- contato direto de mais de 300 participantes da Copa Wine Experience com o projeto AMAR e os produtos da agricultura familiar;
- fortalecimento da imagem institucional de Maricá como referência em gastronomia, agricultura familiar, turismo e desenvolvimento territorial.

Além dos resultados presenciais, o Chefs Week Rio de Janeiro alcançou expressiva repercussão mediática.

O evento contou com a presença dos principais veículos de comunicação brasileiros, jornalistas especializados nacionais e internacionais, emissoras de televisão, rádio, imprensa escrita, plataformas digitais, influenciadores, criadores de conteúdo e diversas figuras públicas ligadas à gastronomia, ao turismo e ao vinho.

O levantamento final do clipping de imprensa e das métricas de comunicação encontra-se em fase de consolidação. Entretanto, os resultados preliminares demonstram um alcance altamente significativo, tanto no Brasil quanto no exterior, contribuindo para ampliar a notoriedade institucional da AMAR, promover os produtos da agricultura familiar e reforçar a imagem de Maricá como destino de inovação, gastronomia e desenvolvimento sustentável.

Grande retorno de Mídia em Televisão

Antes mesmo da conclusão do clipping completo da imprensa, rádio, meios digitais e redes sociais, os resultados alcançados na televisão já demonstram a extraordinária dimensão da cobertura de mídia obtida pelo Chefs Week Rio de Janeiro.

Somente na CNN Brasil, parceiro oficial de mídia do evento, foram registrados 31 minutos de cobertura editorial espontânea, incluindo reportagens, entradas ao vivo e exibições em horário nobre (Prime Time). Esse resultado representa um desempenho excepcional para um evento dessa natureza e reflete o elevado interesse editorial despertado junto a um dos mais importantes canais de informação do Brasil.

Com base nas metodologias internacionais de avaliação de retorno de mídia (PR Value), estima-se que essa cobertura televisiva represente um retorno aproximado de R\$ 40 milhões, considerando exclusivamente a televisão. Esse valor ainda não contempla o impacto obtido na imprensa, rádio, meios digitais, redes sociais, influenciadores e demais ações de comunicação, cujo clipping completo segue em fase de apuração.

Esse resultado confirma a extraordinária capacidade do Chefs Week de promover, junto a milhões de brasileiros, o Estado do Rio de Janeiro, seus territórios, sua gastronomia, seus produtos, seus vinhos e seu turismo.

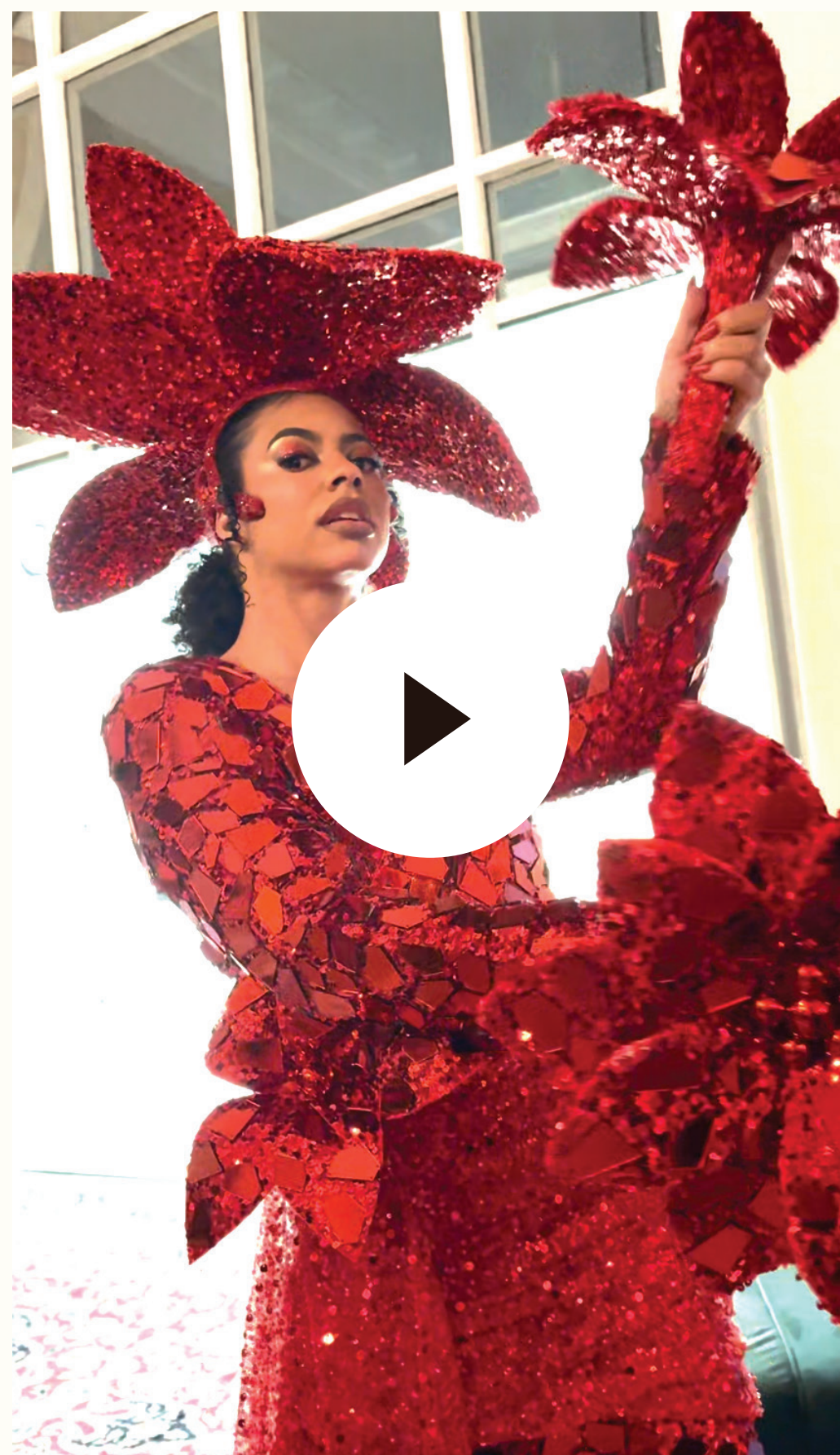
5. REGISTROS DA EXECUÇÃO

A execução das atividades foi documentada por meio de registros fotográficos e audiovisuais realizados durante toda a programação oficial do Chefs Week Rio de Janeiro.

Os registros contemplam:

- espaço institucional da AMAR;
- exposição dos produtos da agricultura familiar;
- equipe técnica em atuação;
- participação do Professor Leonardo Cury no Chefs Week Summit;
- apresentação institucional realizada pelo Presidente da AVIVA;
- participação da AMAR na Copa Wine Experience;
- degustações e experiências gastronômicas;
- público participante;
- ativações institucionais;
- visitas técnicas;
- ações de relacionamento institucional;
- demais atividades desenvolvidas ao longo do evento.
- As fotografias e demais registros acompanham este relatório como comprovação da execução dos serviços.

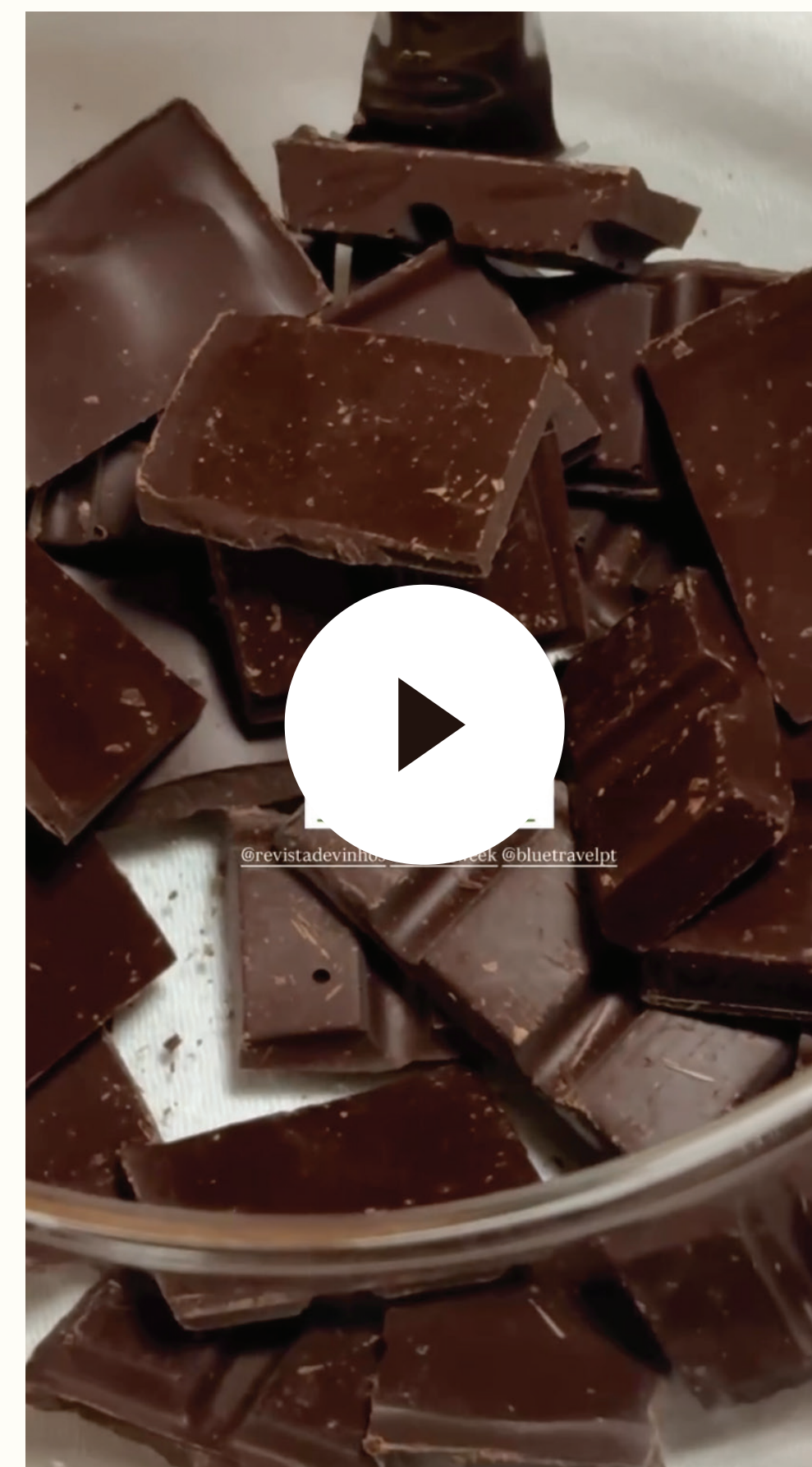




REDES SOCIAIS REELS



REDES SOCIAIS STORY



REDES SOCIAIS STORY



LINKS PARA GALERIA DE VIDEOS E IMAGENS

CHEFS WEEK RIO JANEIRO 2026

BANQUETES

https://www.instagram.com/p/DbWuhoetf5_/
https://www.instagram.com/p/DbXRpp_NGRl/
https://www.instagram.com/p/DbY1E78EVsj/?img_index=1
<https://www.instagram.com/p/DbZQkfuxbEd/>
<https://www.instagram.com/p/DbZeNAKNjIQ/>
<https://www.instagram.com/p/DbZwPgwnN12/>
https://www.instagram.com/p/DbaybX-kUR4/?img_index=1
<https://www.instagram.com/p/DbbUSIKRUSK/>
https://www.instagram.com/p/Dbi9bFuRo_u/
<https://www.instagram.com/p/Dbi-KFfxDqC/>
https://www.instagram.com/p/Dbi_Zr9xXAk/
<https://www.instagram.com/p/DbjBLfLxkly/>

SERRA FLUMINENSE

https://www.instagram.com/p/DbajyypjZea/?img_index=1
https://www.instagram.com/p/DbaknSZjRQf/?img_index=1

SUMMIT

https://www.instagram.com/p/DbWITXukdvZ/?img_index=1
<https://www.instagram.com/p/DbWntIoRSOj/>
<https://www.instagram.com/p/DbYWVc1RNYW/>
<https://www.instagram.com/p/DbYkGbXRLuA/>
<https://www.instagram.com/p/DbYwzNDRPsq/>
<https://www.instagram.com/p/DbZQkfuxbEd/>
<https://www.instagram.com/p/DbdXUnSxOvE/>
<https://www.instagram.com/p/Dbg71edRYZs/>
<https://www.instagram.com/p/DbhDIYJN1jm/>

WINE EXPERIENCE

<https://www.instagram.com/p/DbbZdCtRDaR/>
<https://www.instagram.com/p/Dbb-ru-NqmE/>
https://www.instagram.com/p/DbcEK6GNYm_/
<https://www.instagram.com/p/DbcKeZztzAr/>
<https://www.instagram.com/p/DbdXt4ARUXD/>
<https://www.instagram.com/p/DbegjFGNR-j/>
<https://www.instagram.com/p/Dbek1ATtdZQ/>
<https://www.instagram.com/p/DbelXcoNiWN/>
<https://www.instagram.com/p/DbemYx3t-59/>

ORLA RIO

<https://www.instagram.com/p/DbUPKGfNAUT/>
<https://www.instagram.com/p/DbUjjxTtm4-/>
<https://www.instagram.com/p/DbVcClkRJ08/>
<https://www.instagram.com/p/DbVj3shtyI1/>
<https://www.instagram.com/p/DbVmoF9Nc-g/>
<https://www.instagram.com/p/DbVl3J0RWS/>
<https://www.instagram.com/p/DbV1zmFRYQr/>
<https://www.instagram.com/p/DbWJp6ExfZF/>
https://www.instagram.com/p/DbarluAjQfF/?img_index=1
<https://www.instagram.com/p/DbvSPvN2j2/>
<https://www.instagram.com/p/Dbex5jBNmVg/>
<https://www.instagram.com/p/Dbg5x7ZRfmo/>
<https://www.instagram.com/p/DbjBWsZxhkx/>
https://www.instagram.com/p/DbjOqQyIIP4/?img_index=1
<https://www.instagram.com/p/DbjutWdtTau/>

6. CONCLUSÃO

Conclui-se que todos os serviços previstos no objeto contratado foram integralmente executados, em conformidade com o planejamento estabelecido e com os objetivos definidos para a participação da AMAR no Chefs Week Rio de Janeiro.

A produção executiva, a coordenação operacional e o acompanhamento técnico asseguraram a plena integração da marca à programação oficial do evento, proporcionando ampla divulgação institucional, valorização dos produtos da agricultura familiar, fortalecimento das ações de capacitação do setor agroalimentar e promoção do Município de Maricá perante públicos estratégicos nacionais e internacionais.

A participação no Chefs Week Rio de Janeiro permitiu consolidar novas oportunidades de relacionamento institucional, ampliar a visibilidade da marca AMAR, promover os projetos estruturantes desenvolvidos pela Prefeitura de Maricá e reforçar o posicionamento do município como referência em desenvolvimento territorial, inovação, gastronomia, turismo e valorização da agricultura familiar.

Dessa forma, considera-se plenamente alcançado o objetivo da ação prevista no Plano AMAR, tendo os serviços contratados contribuído de forma efetiva para a promoção institucional do município e para a valorização dos seus produtos, produtores e políticas públicas.

Chefs Week



APOIO PRINCIPAL



PARCEIROS PORTUGAL



CIDADE INTERNACIONAL CONVIDADA



TAÇA OFICIAL



APOIOS BRASIL



PARCEIROS BRASIL



MEDIA PARTNERS



A Gula é uma marca editorial e experiencial que vive entre o papel, o ecrã, a voz e o mundo. Com uma forte presença em revista impressa, plataforma digital, redes sociais, podcasts e televisão (CNN Brasil), propõe uma visão curada e sofisticada do mundo contemporâneo, valorizando o design, a arquitetura, o território e o lifestyle com alma.

Avenida Nove de Julho, 5017, sala 27, andar 12, Jardim Paulista,
CEP: 01407-903, São Paulo, SP, Brasil
nunopires@essenciacompany.com

www.revistagula.com.br