



Diretor da CASACOR Ribeirão Preto, Maurício Siqueira fala sobre a tradição da mostra de arquitetura, design e decoração e as novidades da edição deste ano em uma entrevista exclusiva para o Jornal Ribeirão

EDUARDO SCHIAVONI

A CasaCor Ribeirão chega em 2025 à sua sétima edição consolidada como uma das mostras mais relevantes do interior paulista. A mostra acontece entre os dias 19 de agosto e 12 de outubro, no Alto da Boa Vista, na zona Sul, e, mais do que apresentar ambientes sofisticados, traduz o estilo de morar da região, marcada por tradição, afeto e pelas novas formas de consumo.

Desde a estreia em Franca, em 2017, e a transferência para Ribeirão Preto no ano seguinte, o evento cresceu em estrutura, número de visitantes e impacto econômico, movimentando setores como arquitetura, design, mobiliário, paisagismo e decoração. Hoje, atrai não apenas profissionais locais, mas também nomes de São Paulo e de outras cidades, o que amplia a diversidade de olhares e a qualidade dos projetos expostos.

Ao mesmo tempo, mantém sua essência: aproximar inovação e realidade, com soluções que dialogam com as casas e estilos de vida do interior. Nesta entrevista, o diretor da mostra, Maurício Siqueira, fala sobre o crescimento do evento, suas tendências e sua importância para a região.

Jornal Ribeirão: A CasaCor chega à sua sétima edição. Como analisa a situação da feira hoje?

Maurício Siqueira: A CasaCor identificou aqui, na região de Ribeirão Preto, um grande polo econômico do agro, talvez uma das principais cidades do interior de São Paulo. Percebemos a possibilidade de ter uma mostra como a da capital, mas que representasse a visão do interior. A CasaCor é um retrato de como estamos morando agora. Começamos em 2017, em Franca. A partir de 2018, passamos a realizar em Ribeirão Preto. A feira foi evoluindo. Temos uma região metropolitana de 3,5 milhões de habitantes. Muita gente vem passar o fim de semana aqui, consome lazer, arquitetura, educação, medicina. Identificamos, então, um potencial enorme.

Existe diferença entre a CasaCor de Ribeirão e a de São Paulo?

Sim. São Paulo é uma mostra conceitual, como se fosse o Salão do Imóvel de Milão: ali você entende o que está acontecendo no mundo. Já as mostras do interior, como a no trazem a visão local de morar.

Existe uma tendência de participação de profissionais de fora da região?

Sempre convidamos pro-

fissionais de São Paulo e de outras cidades para ampliar a visão. Este ano, temos cerca de 35% de profissionais de fora de Ribeirão Preto. Eles chegam com outra perspectiva, mas sempre respeitando a premissa do interior. Isso atrai novos visitantes, empresas e indústrias para o nosso mercado.

E quanto aos negócios? Qual é o movimento que a feira gera em termos de receita?

Não temos como quantificar exatamente. Um ambiente pode inspirar alguém e gerar um projeto inteiro depois, como já aconteceu. Houve um caso em que os arquitetos de um espaço de podcast foram contratados para projetar toda uma residência. São vendas indiretas, de longo prazo. Mas temos dados concretos: 90% dos monitores saem empregados; muitos móveis expostos já saem vendidos. Este ano, teremos também vendas diretas, com lojas como a Eletrolux. Além disso, clientes frequentemente buscam peças vistas em edições passadas, o que mostra o alcance duradouro da mostra.

Qual é a expectativa de público para este ano?

Esperamos cerca de 20 mil visitantes. Muitos preferem vir a Ribeirão em vez de ir à CasaCor São Paulo,

que é mais distante. Aqui, encontram ambientes que cabem na nossa realidade: cozinhas, quartos, banheiros que se encaixam na casa do interior.

A CasaCor virou um evento de referência?

Sem dúvida. O trabalho de curadoria é fundamental. Não basta querer participar: o projeto passa por avaliação nacional, pela minha curadoria e por uma equipe que ajuda a desenvolver cada ambiente. Isso garante qualidade e relevância.

Quais são as tendências deste ano?

Vemos muito paisagismo verde dentro das casas, além de barro, tecidos e artesanato. São elementos ligados ao afeto e à memória. Depois da pandemia, houve um resgate do que é essencial, uma espécie de “retrô” que ajuda a desacelerar o excesso de informação do dia a dia.

O que significa o tema da mostra, “Semear Sonhos”?

É sobre como pensamos nossos ambientes e nosso modo de vida. Precisamos projetar o futuro para 30, 40, 50 anos, buscando cidades mais equilibradas, que considerem não apenas o ser humano, mas também os pets, insetos, plantas — todo o ecossistema do morar.

Sete anos depois, Ribeirão escolheu a CasaCor?

Ah, escolheu. Já temos um trabalho muito grande com o consumidor final, mostrando o que é uma mostra. Muita gente ainda não foi impactada, por maior que seja nosso esforço, e precisa entender que a CasaCor é uma mostra não só de decoração, mas de arquitetura, design, cultura, lazer e entretenimento.

É um movimento inspiracional: você vem, vê e pode aplicar algo na sua casa. Percebemos que montar uma mostra desse porte exige um ecossistema forte — e não é qualquer cidade que recebe um evento assim. Temos muitas lojas e profissionais. É um evento muito grande, com cerca de R\$ 15 a R\$ 20 milhões em produtos aplicados. Se somarmos lançamentos de pisos, móveis e obras de arte, o investimento é enorme.

E Ribeirão tem tudo isso, tem essa vocação. É quase uma mini São Paulo. Trazemos público de Rio Preto, Uberaba, Uberlândia, São Carlos, Araraquara, Santa Fé do Sul. Ribeirão tem um povo que proporciona isso.