

Desafios e oportunidades das IG no Brasil

Os caminhos dos impactos

Claire Cerdan - Cirad



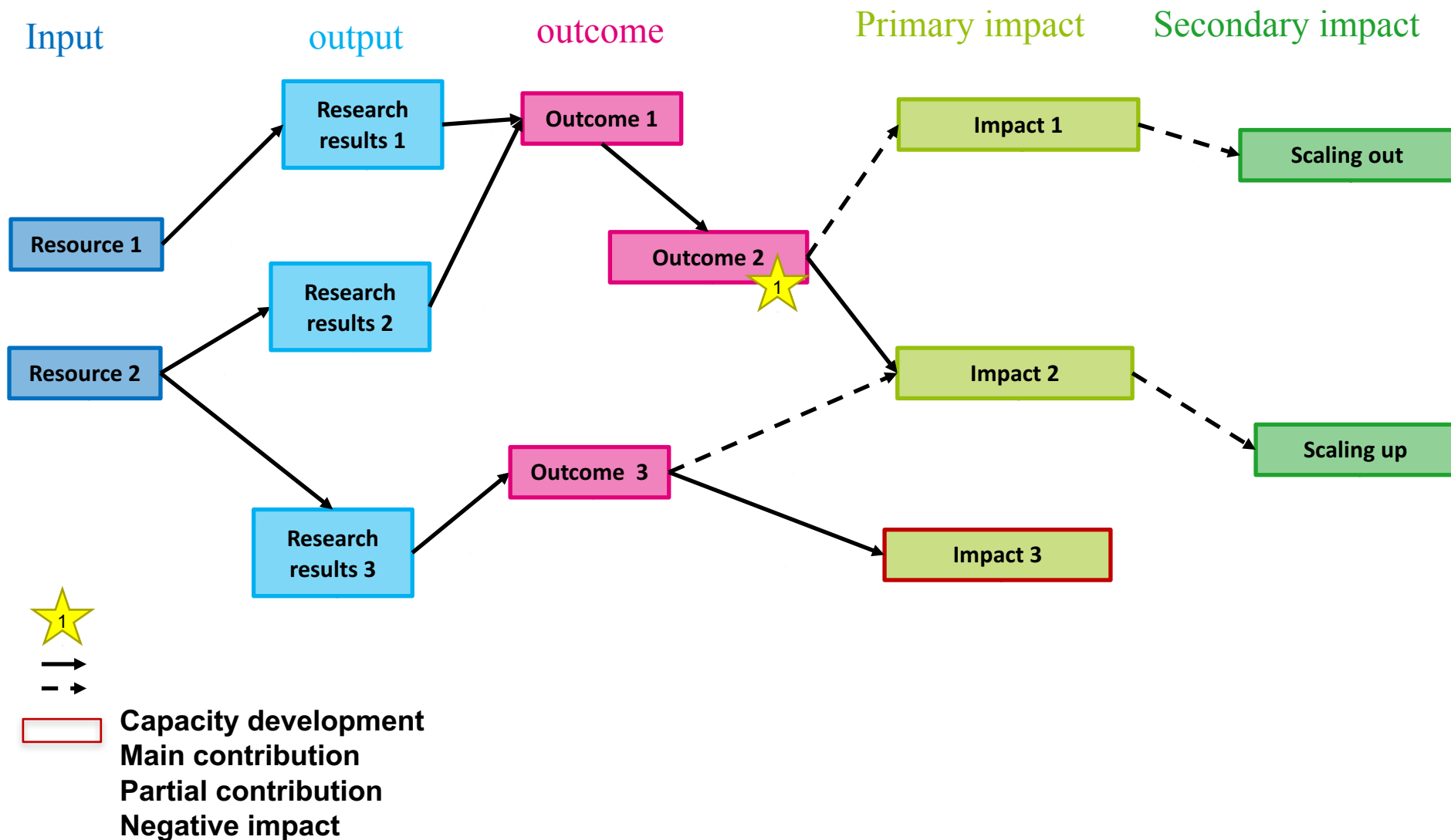
13 estudios de caso



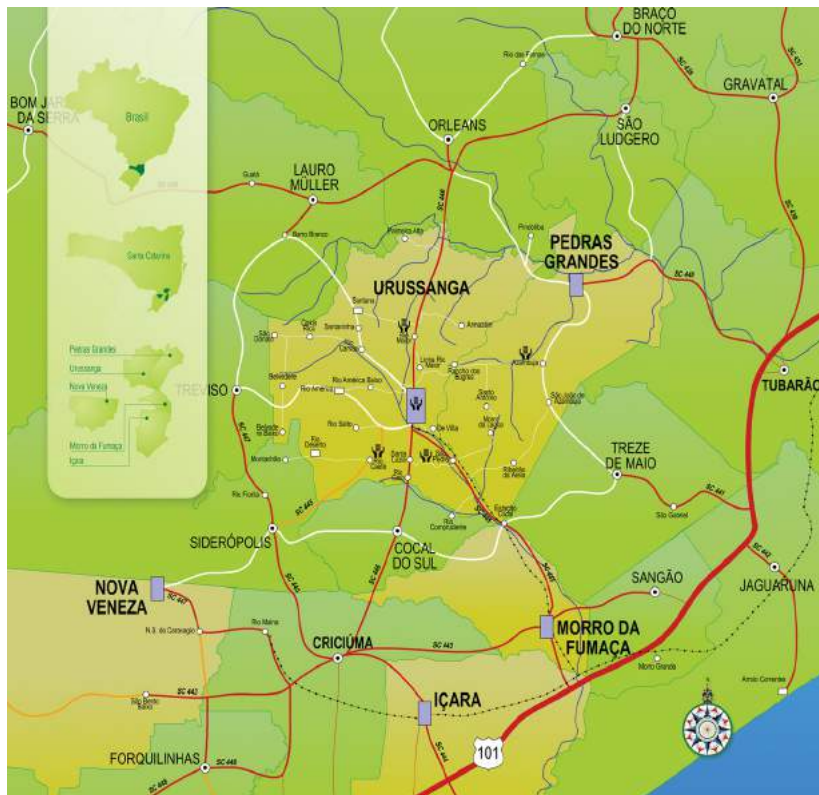
Caminhos dos Impactos

- Identificar e medir os impactos
- Entender o caminho que levou a esses impactos (atividades, pessoas, eventos)
- Considerar as causalidades entre a intervenção de pesquisa e o impacto
- Caracterizar o papel da pesquisa
- Antecipar os riscos, as oportunidades
- Identificar os atores a ser envolvidos

Caminhos dos impactos



IP Vales da Uva Goethe



Caso IG ja reconhecida

- Reconstruir a historia da IG
 - Quando começou ? quem fez o que ? O que foi produzido
- Identificar as mudanças percebidas pelos atores
- Medir os impactos (indicadores)
- Elaborar os caminhos dos impactos

Urussanga

IG Vales da Uva Goethe

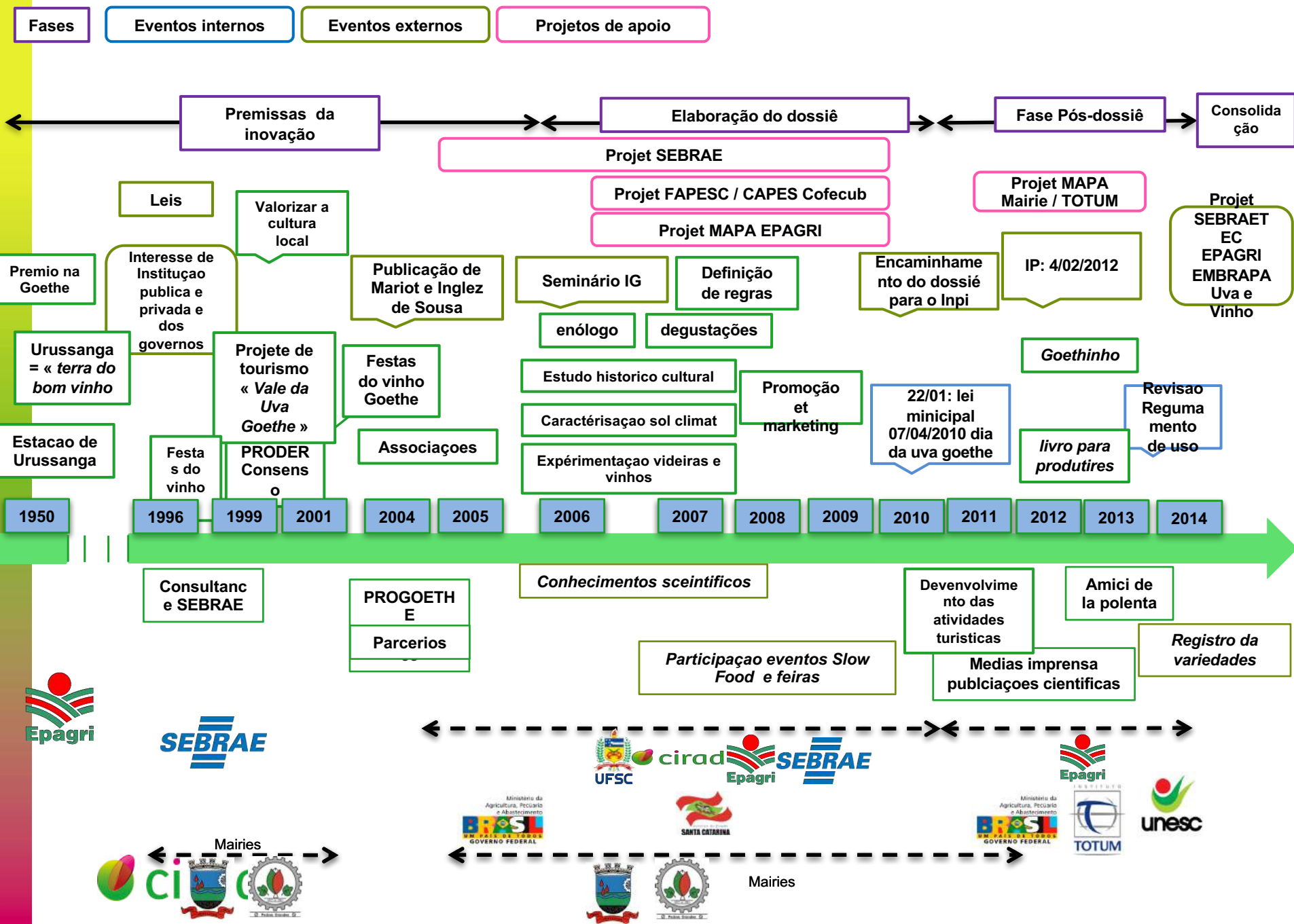
Oficina de trabalho (02/06/2015)

- Historia do processo
- Levantamento das mudanças percebidas pelos atores

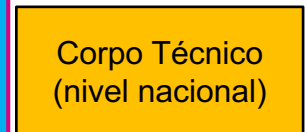
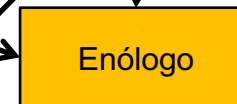
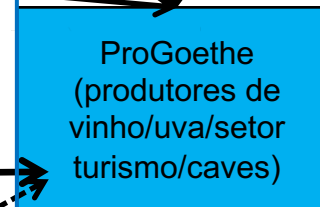
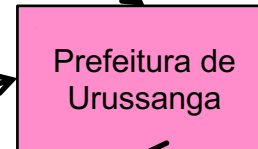
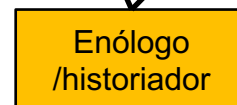
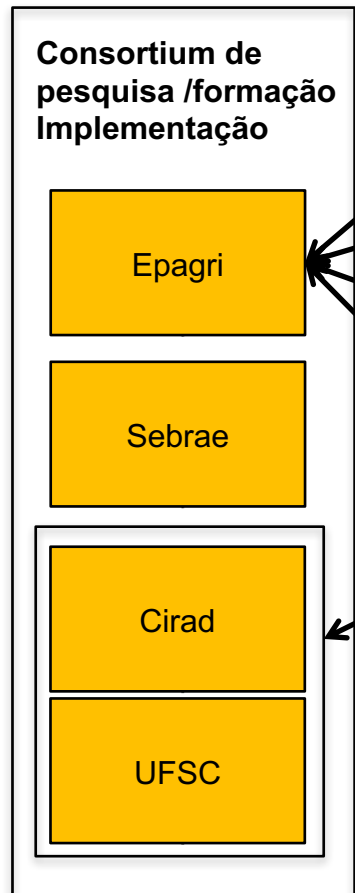
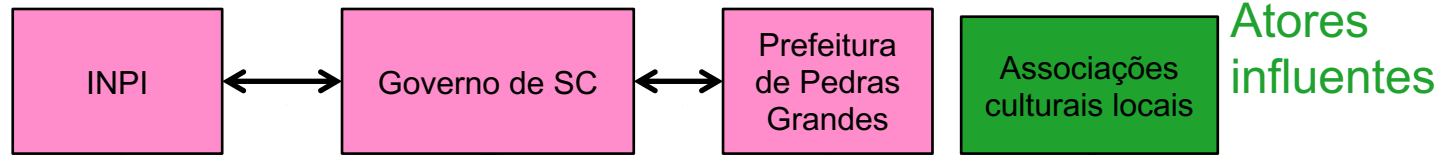


Carolina VELLOSO

HISTORIA DA IP VALES DA UVA GOETHE

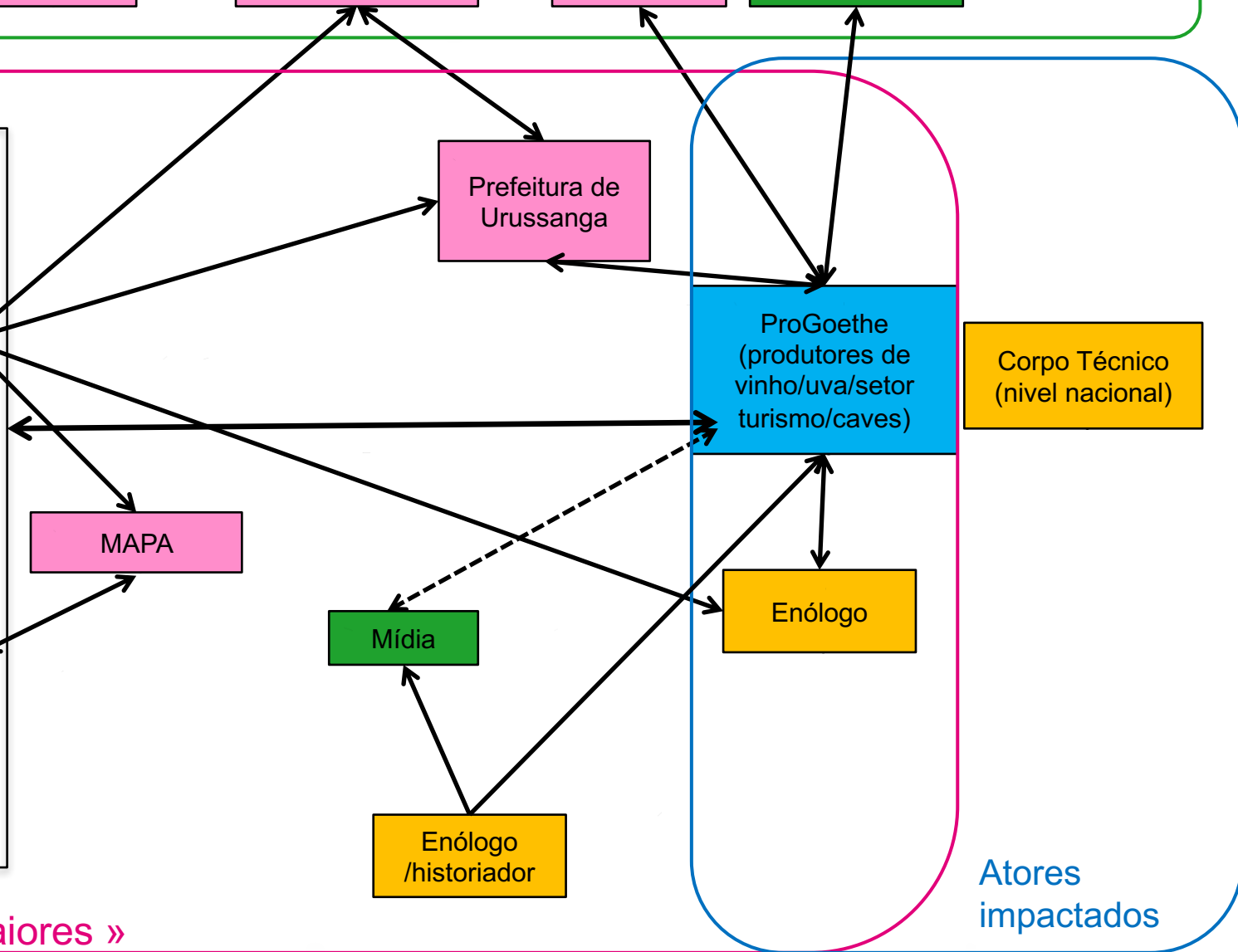


Fase de construção do dossiê IG 2005 - 2010

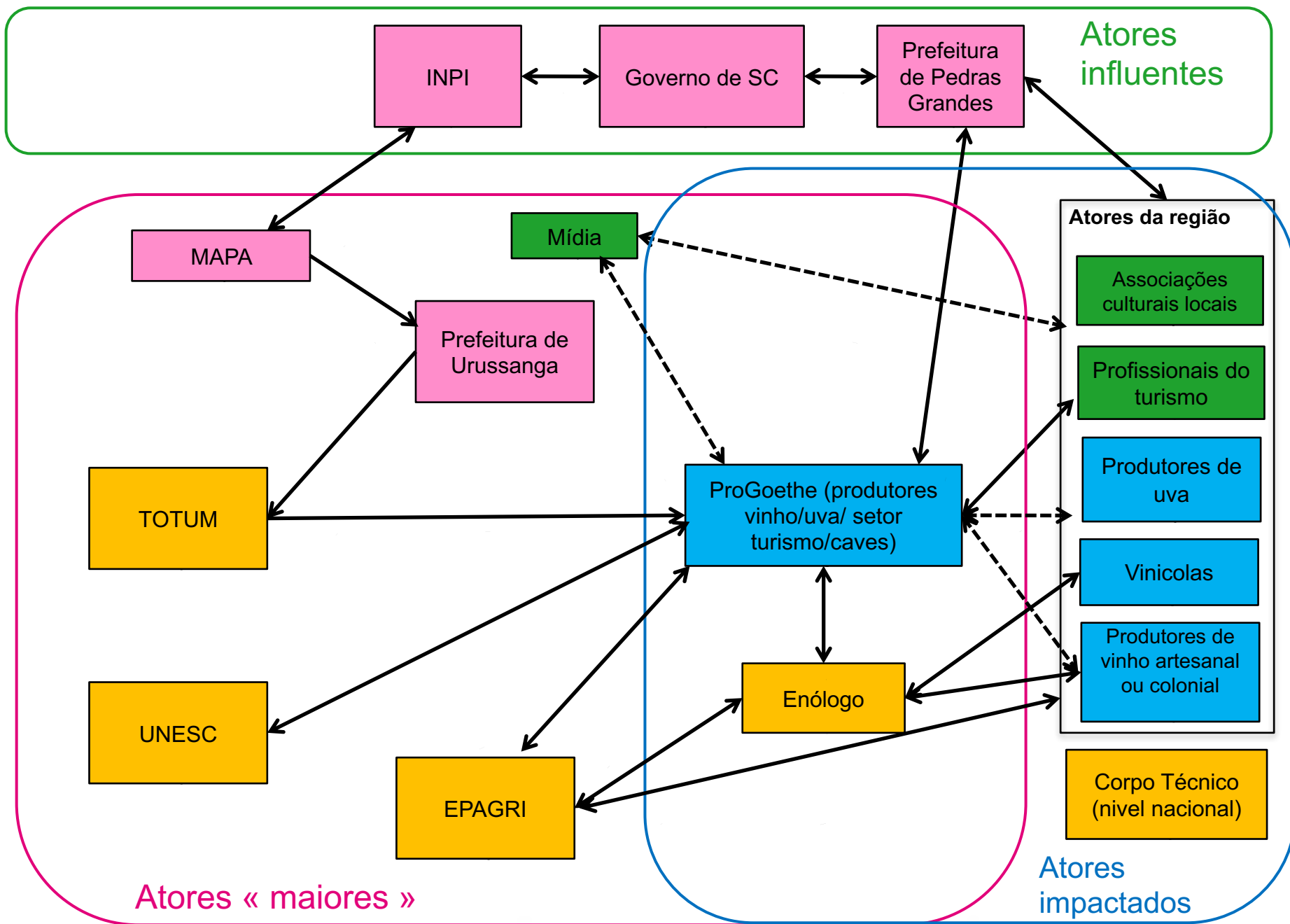


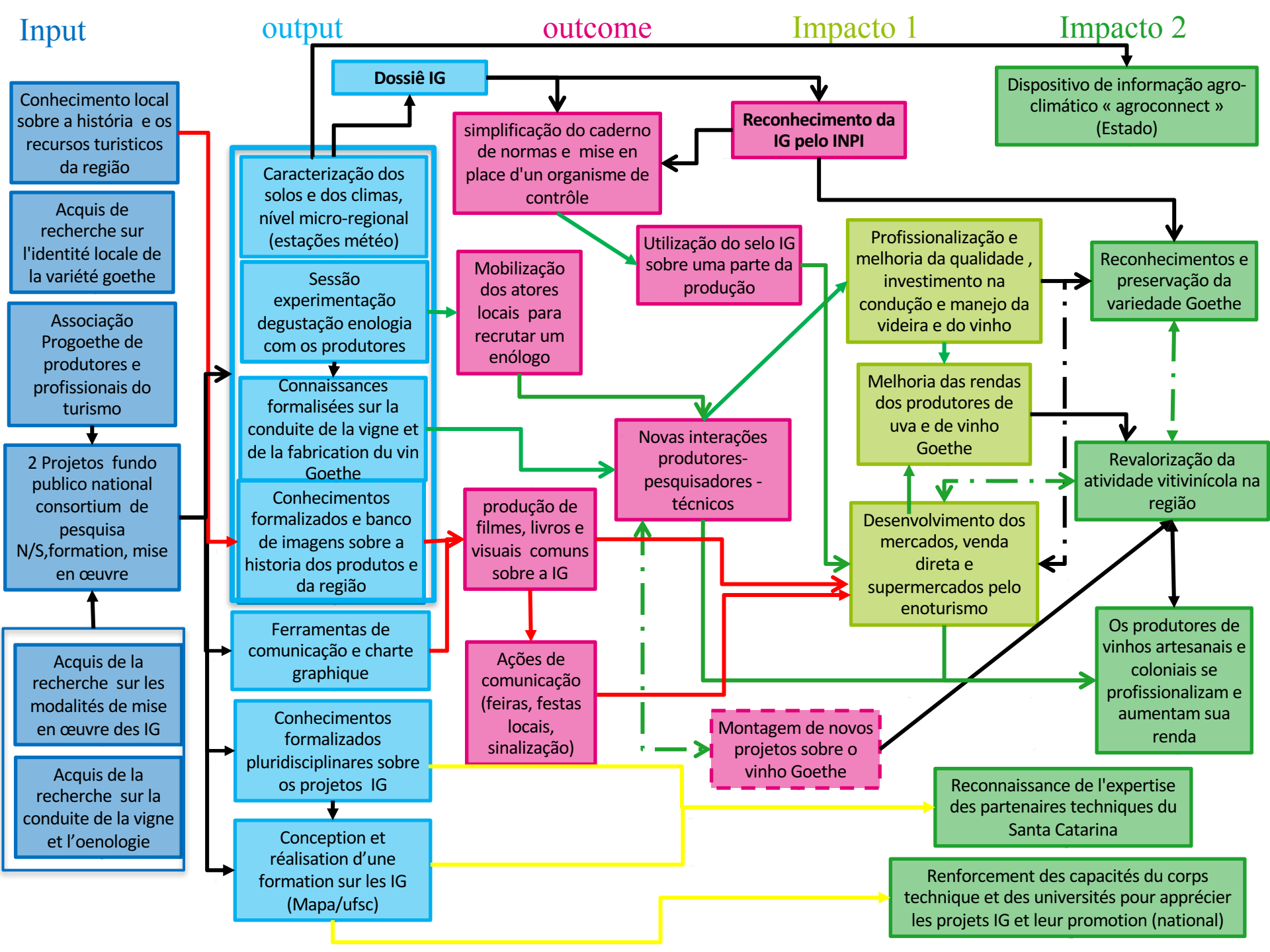
Atores « maiores »

Atores impactados



Fase de Implementação Pos-dossiê IG 2011-2013





Impacto 1 : desenvolvimento dos mercados, venda direta e supermercados pelo oenotourime

Indicadores	Medida
Evolução do consumo de vinho nos restaurantes locais	Evolução da demanda para o vinho goethe nos restaurantes Levantamento das vendas de copos de vinhos Goethe = Carbenet
Evolução da diversidade de novos produtos	A partir de 2010, diversificação dos produtos de vinhos alto padrão e outros produtos derivados, licores, grapa, suco de uva e vinagre balsâmico.
% de produtores vendem a sua produção diretamente aos consumidores	68% dos produtores vendem seus produtos (venda direta) e 21 % vendem a metade em venda direta 11% vendem os seus produtos com outros circuitos de distribuição
Emergência de novos circuitos de comercialização para os vinhos locais	Todas as vinícolas colocam os seus produtos nos supermercados da região (um terço antes de 2005) ou levam os seus vinhos para a capital 40% vendem também nos restaurantes.
Intergração de novas atividades sociais economicas relacionadas ao vinho	A metade dos produtores entrevistados tem investindo em novas atividades (oenoturismo) ou desenvolvimento de novas produtos e serviços (oenoturismo)

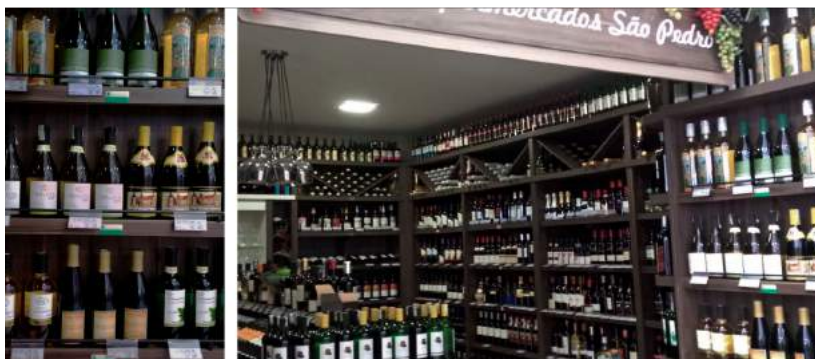
Impacto 1 : desenvolvimento dos mercados, venda direta e supermercados pelo oenoturismo



5000 visitas registradas nos livros de visitas de duas vinícolas

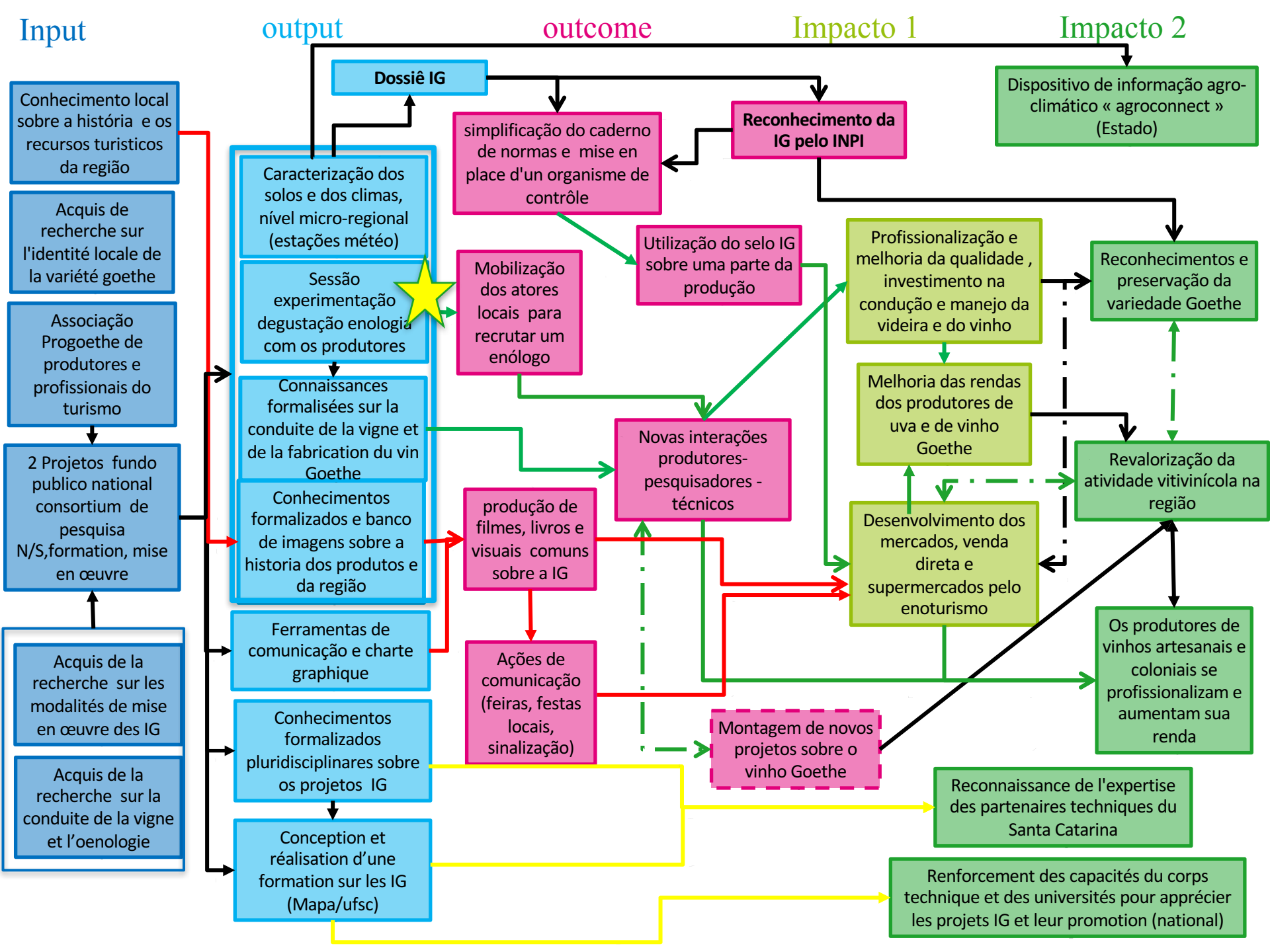
63,7 % dos visitantes originários de Santa Catarina
19,80 % originários de outros Estados do Brasil
2% de estrangeiros
17% não declararam a sua origem

Período de forte visitação
novembro e julho



Situações de aprendizagem





Situação de aprendizagem : as sessões de degustação



Uma aprendizagem pela pratica

- Aprender a avaliar e compartilhar um vocabulário comum
- Identificar os defeitos
- Realizar experimentações

Os aprendizes

- Os produtores e os agentes de turismo da região
- Pesquisadores e técnicos e enólogos

Lições aprendidas



- Método IMPRESS
Experiência positiva
(contribuição da pesquisa)
- Interesse pelos parceiros e os produtores
- Impactos de primeiro e segundo nível

Perspectivas

- Realizar trabalhos com projetos em andamento (ex ante)
- IP Vales da Uva Goethe (INPI 2012)
- DO Região de Corupa
- IP/ DO Região dos campos de cima da serra de SC e RS para o queijo serrano (ex ante/in itinere)
- IP Serra catarinense para os Vinhos de altitude ex ante



■ Obrigada !

Claire Cerdan, CIRAD UMR innovation, Franca
Aparecido Lima da Silva, co-porteur, UFSC - Brésil
Carolina Velloso, post doc, UFSC ERPO- Brésil
Natalia Andrade, UFSC -Brésil
Marcelo Borghezan, UFSC -Brésil
Hamilton Vieira, Epagri- Brésil
Stevan Arcari Epagri Brésil
Edson Silva, Epagri- Brésil

Jean Louis Le Guerroué, UNB, Post doc - Equipe Impress
Agathe Devaux –Spatarakis, Cirad, Equipe Impress
Etienne Hainzelin CIRAD - Equipe Impress