



# 39<sup>TH</sup> WORLD CONGRESS OF VINE AND WINE

2016 • Bento Gonçalves • Brazil

**24-28 October**



**Book of Abstracts**

**Résumés des communications**

**Résúmenes de comunicaciones**

**Riassunti delle comunicazioni**

**Zusammenfassungen der Beiträge**



**International Organisation  
of Vine and Wine**  
Intergovernmental Organisation



**Book of abstracts**  
**Resúmenes de comunicaciones**  
**Résumés des communications**  
**Zusammenfassungen der Beiträge**  
**Riassunti delle comunicazioni**

39<sup>th</sup> World Vine and Wine Congress  
14<sup>th</sup> General Assembly of the OIV  
24 to 28 October 2016 - Bento Gonçalves - Brazil  
**"Vitiviniculture: Technological advances to market challenges"**

39° Congreso Mundial de la Vid y el Vino  
14ª Asamblea General de la OIV  
del 24 al 28 de octubre 2016 - Bento Gonçalves - Brasil  
**"Vitivinicultura: de los avances tecnológicos a los retos del mercado"**

39ème Congrès Mondial de la Vigne et du Vin  
14ème Assemblée Générale de l'OIV  
24 au 28 octobre 2016 - Bento Gonçalves - Brésil  
**"Vitiviniculture : dès progrès technologiques aux défis du marché"**

39. Weltkongress für Rebe und Wein  
14. Generalversammlung der OIV  
24. bis 28. Oktober 2016 - Bento Gonçalves - Brasilien  
**"Weinkultur: technologische Fortschritte, um die Herausforderungen des Marktes"**

39° Congresso Mondiale della Vigna e del Vino  
14° Assemblea Generale dell'OIV  
24 - 28 Ottobre 2016 - Bento Gonçalves - Brasile  
**"Vitivinicoltura: i progressi tecnologici alle sfide del mercato"**

Printed in Brazil  
Legal Deposit: October 2016  
ISBN: 979-10-91799-61-4



Region zusammen arbeiten, um die einzigartigen Eigenschaften des Gebietes zu nutzen und daraus die Bildung eines Tourismus Clusters in der Region anzustreben.

### **INDICACIÓN GEOGRÁFICA Y EL VINO COMO INDUCTORES DE UN CLUSTER DE TURISMO**

En la busca de la comprensión de inductores de ventajas competitivas se ha observado la formación de un conglomerado o cluster, en referencia a las organizaciones mixtas y otros actores clave para la competencia y el fortalecimiento de una o varias industrias relacionadas y de apoyo. Otra forma de ventaja se puede encontrar en la Indicación Geográfica (IG), registro que da un diferencial de acuerdo a ciertas características específicas de su región de origen. Esta característica única de la región tiene un IG puede ser visto como elemento de ventaja competitiva y por lo tanto la inducción de atracciones únicas, y promover la apreciación de los aspectos culturales e históricos, el desarrollo rural y la biodiversidad que componen un producto típico de un área cerrada. Además de la comercialización de un producto específico de un área de IG, como en el caso del vino, hay una posibilidad de promover el enoturismo. Buscando un sesgo más global que el turismo del vino y otras actividades complementarias, existe la posibilidad de formación de un cluster de turismo en un área geográfica. Actualmente, Brasil tiene las 55 indicaciones geográficas registradas, de las cuales 8 son del vino. Desde 2012 solamente los Vales da Uva Goethe es reconocido por producir el vino de uva Goethe en Santa Catarina. Además de viñedos y la producción de vino la región cuenta con otros atractivos culturales, históricos y naturales. El fortalecimiento de la región que tiene una producción de vino de catalizador, se abrió el camino para la explotación de estas atracciones únicas. A partir de este escenario, el trabajo tiene como objetivo discutir las oportunidades en la formación de un cluster de turismo en un área de la identificación geográfica, y es el inductor de la indicación de procedencia de los Vales da Uva Goethe. Metodológicamente, la investigación se caracteriza como exploratoria, descriptiva, aplicada y bibliográfico, documental y de campo, ya que los medios de investigación. Análisis de los datos es principalmente cualitativo. Desde la adquisición de la región de registro de la IG mostraron cambios positivos en el escenario socioeconómico, como el crecimiento positivo del PIB y el PIB per cápita. En cuanto a la producción de la uva, no es el aumento de la cantidad producida de fruta y la variación expresiva del valor de la producción. En cuanto a los aspectos turísticos, se determinó el número de actividades de apoyo a la actividad, lugares de interés y la estructura de soporte para el enoturismo y el turismo en general. La formación de la Asociación de Productores de uva y el vino Goethe (ProGoethe) fue el marco para el inicio de la búsqueda de registro de IG y ha ocupado un papel representativo en la actividad de la organización en la región. Las vitivinícolas, a través de asociaciones han ampliado su mercado y atraído a más visitantes a la región. Además de operar el ProGoethe se registra el movimiento de empresas relacionadas directa e indirectamente con el turismo en la formación de un núcleo de actividades turísticas. El objetivo es la formación de una red estratégica que une proveedores y clientes y además de buscar otras asociaciones estratégicas entre los diferentes grupos que ofrecen servicios turísticos. Teniendo en cuenta el escenario analizado, los Vales da Uva Goethe indican un movimiento en la aglomeración de productores y proveedores de servicios con el fin de aprovechar mejor el potencial del turismo natural y características históricas, único en la región. La región tiene una estructura de soporte dedicado al turismo, así como atracciones que complementan el turismo del vino. Como propuesta, se sugiere que ProGoethe, el núcleo de entidades privadas fundamentales relacionadas con el turismo que se está formando y los gobiernos municipales de la región para trabajar conjuntamente por el despliegue de las características únicas de la zona y la consiguiente formación de un cluster dirigido al turismo en la región.

---

### **Poster n° 3018: DESIGN AND IMPLEMENTATION OF THE "VALPAÇOS WINE HOUSE" AS A WAY TO ENHANCE THE WINE GROWING REGION OF TRÁS-OS-MONTES, NE OF PORTUGAL**

2016-1395 : João Luís Verdial Andrade, Victor Alves, António Castro Ribeiro : *CIMO/ESA - Instituto Politécnico de Bragança, Portugal, verdial@ipb.pt*

The Trás-os-Montes region is a large territory located in the extreme NE of Portugal. It is a mountainous area with a dense river network that creates deep valleys where the water flows bound for the Douro river. The orographic barrier of the Marão, Alvão, Padrela and Larouco mountains protect the region from the Atlantic Ocean influencing the Mediterranean climate with continental characteristics such as long, cold and rainy winters and short, very hot and dry summers. Granite and schist with small calcareous areas is the dominant lithology. These materials associated with the climate of the region, the relief, exposure and human activity, originated various types soil. These natural conditions promote greater adaptability of indigenous varieties and produce high quality wines, with a marked differentiation.

To understand the wine, we must understand its history, its evolution, the history of the region, its uses and customs. It is also important to address informational, educational and didactic way, processes and technologies associated with vines, management practices and wine making.

The main goal of the "Valpaços Wine House" project is to develop different content forms (text, images, audio and videos) for various multimedia devices of the museum (blacklight panels; showcase table, interactive timeline, multitouch table, etc.),

with the aim to generate the visitors a desire of knowledge about the world of wine, and a broad look to capture the magnitude of its importance for the region. The project also aims to promote and disseminate a diachronic perspective of the vine and wine in this region, supported by resources and modern and sophisticated technologies that have the purpose to mobilize the public to participate interactively in the presentation of various contents. The project includes the musealization of all activities related to the vineyard and wine production tasks in the cellar. On the basis of this concept is the combination of the variables space and time, with support on text and images. This project is being consolidated by a multi-year research strategy covering the various contents and which is assumed by the authors as leaders of the various lines of research.

This work presents the conception of contents of the museum and its role in dissemination and revelation of the history, characteristics and specificities of the wines of the region, highlighting also the archaeological and landscape heritage.

### **DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE LA “CASA DO VINHO DE VALPAÇOS” COMO FORMA DE VALORIZAR LA REGIÓN VITIVINÍCOLA DE TRÁS-OS-MONTES.**

La región de Trás-os-Montes es un extenso territorio situado en el extremo NE de Portugal. Es una zona montañosa, con una densa red hidrográfica que forma valles profundos por donde corren las aguas que desembocan en el río Duero. La barrera orográfica de las sierras de Marão, Alvão, Padrela e Larouco la protegen de la influencia del océano atlántico dando un clima mediterráneo con características continentales con inviernos largos, fríos y lluviosos y veranos cortos, muy cálidos y secos. Granitos y xistos con pequeñas áreas calcáreas dominan la litología. Estos materiales, asociados al clima de la región, al relieve, a la exposición y a la actividad humana, originan varios tipos de suelos. Estas condiciones naturales promueven la mejor adaptabilidad de determinadas variedades y producen vinos de alta calidad, con marcadas diferencias.

Para entender el vino, debemos comprender su historia, su evolución, la historia de la región, sus usos y costumbres. Es también importante, abordar de forma informativa, pedagógica y didáctica, los procesos y tecnologías asociadas a la viña, a su gestión y manejo y a la elaboración del vino.

El objetivo principal del proyecto " Casa do Vinho de Valpaços" - Casa del Vino de Valpaços - es el desarrollo de diferentes formas de contenido (texto, imágenes, audio y videos) para los diversos dispositivos multimedia del museo (paneles de luz negra, cuadro escaparate, línea de tiempo interactiva, mesa multitáctil, etc.), con el objetivo de generar en los visitantes un deseo de conocer el mundo del vino, y mostrar un amplio aspecto para poder captar la magnitud de importancia que tiene en la región. El proyecto también tiene como objetivo promover y difundir una perspectiva diacrónica de la viña y el vino en esta región, con el apoyo de las más modernas y sofisticadas tecnologías para conseguir movilizar al público a participar de forma interactiva en la presentación de los diversos contenidos. El proyecto incluye la musealización de todas las actividades relacionadas con las tareas de producción del viñedo y el vino en la bodega. Sobre la base de este concepto se combinan las variables espacio y tiempo, con el apoyo de texto e imágenes. Este proyecto se está consolidando con una estrategia de investigación de varios años que cubre los diversos contenidos del mismo, y que es asumido por los autores como líderes de las diferentes líneas de investigación.

Este trabajo presenta la concepción de los contenidos del museo y su papel en la difusión y revelación de la historia, las características y especificidades de los vinos de la región, haciendo hincapié también en el patrimonio arqueológico y paisajístico.

### **CONCEPTION ET CREATION DE LA “CASA DO VINHO DE VALPAÇOS” COMME MOYEN DE VALORISATION DE LA REGION VITICOLE DE TRAS-OS-MONTES.**

La région de Trás-os-Montes est un territoire très grande situé au NE du Portugal. C'est une région de montagnes qui font la protection des vents océaniques et la font avec remarquable continentalité, de longues hivers e étés chauds et secs. Ces conditions naturelles sont à l' origine d'une grande adaptabilité ces certaines variétés et produisent des vins de qualité, avec remarquables différences.

Pour comprendre le vin, il faut comprendre son histoire et l'évolution et l' histoire de la région. Il faut aussi aborder, avec information et pédagogie, les procès et technologies associés à la vigne et ses travaux et à la production du vin.

L'objectif principal du projet " Casa do Vinho de Valpaços " - Maison du Vin Valpaços- est de développer différentes formes de contenu (texte, images, audio et vidéos) pour divers appareils multimédia du musée (panneaux de blacklight, table de vitrine, chronologie interactive, table multitouch, etc.), dans le but de générer les visiteurs un désir de connaissances sur le monde du vin, et un regard large pour capturer l'ampleur de son importance pour la région.

Le projet en cours prétend créer en Musée des activités de la vigne et du vin.

Il s'agit de faire la promotion et divulgation, dans une perspective diachronique, de la vigne et du vin dans cette région avec des technologies modernes et sophistiquées pour la mobilisation du publique et faire monter sa participation.

Ce point de vue fait la combinaison des variables temps et espace, supporté en textes et images. Ce projet prétend se développer comme une stratégie d'investigation des auteurs, pendant plusieurs années.

Ce travail présente la conception du contenu du musée et de son rôle dans la diffusion et la révélation de l'histoire, les caractéristiques et les spécificités des vins de la région, en soulignant également le patrimoine archéologique et paysage.