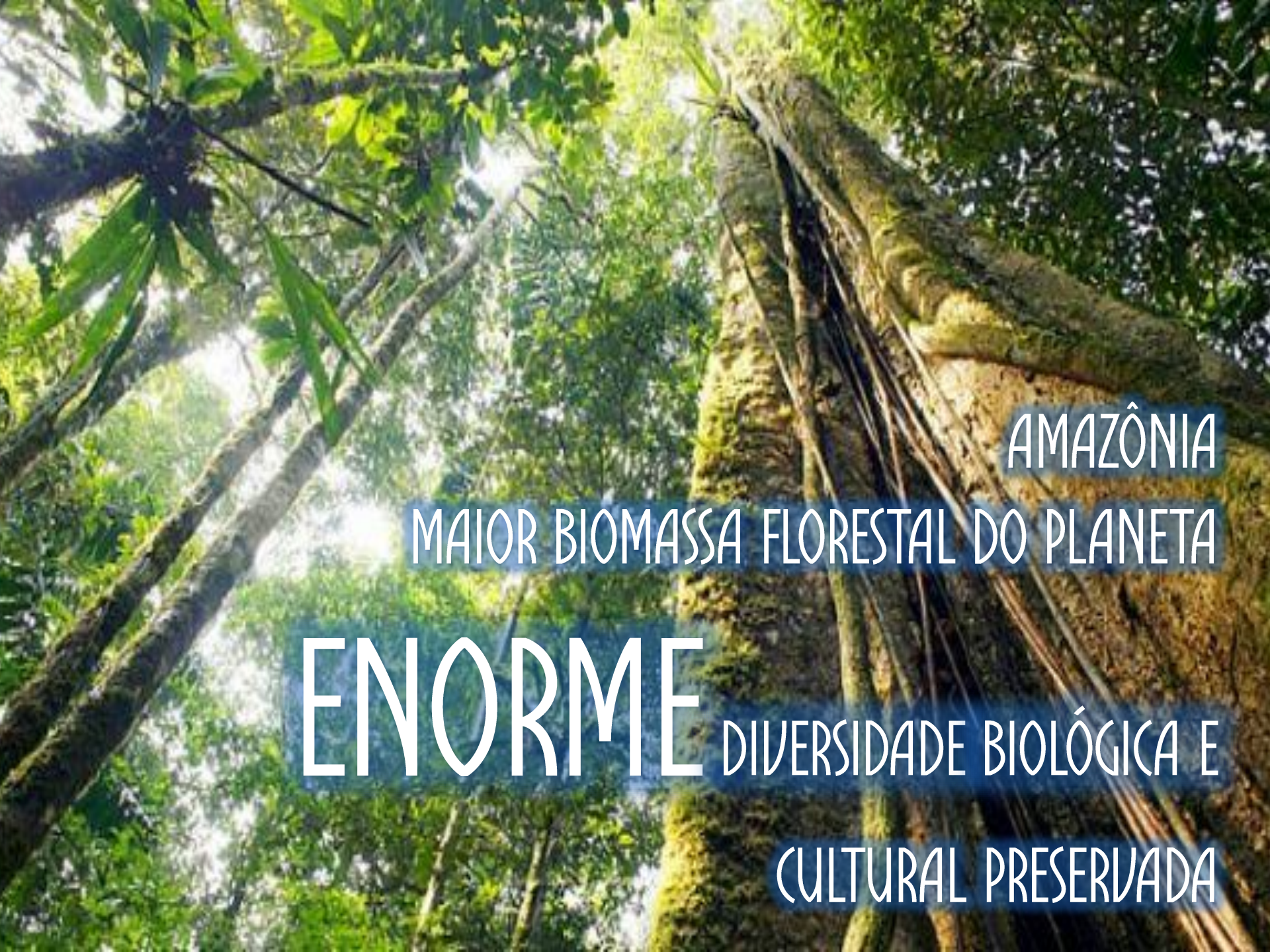
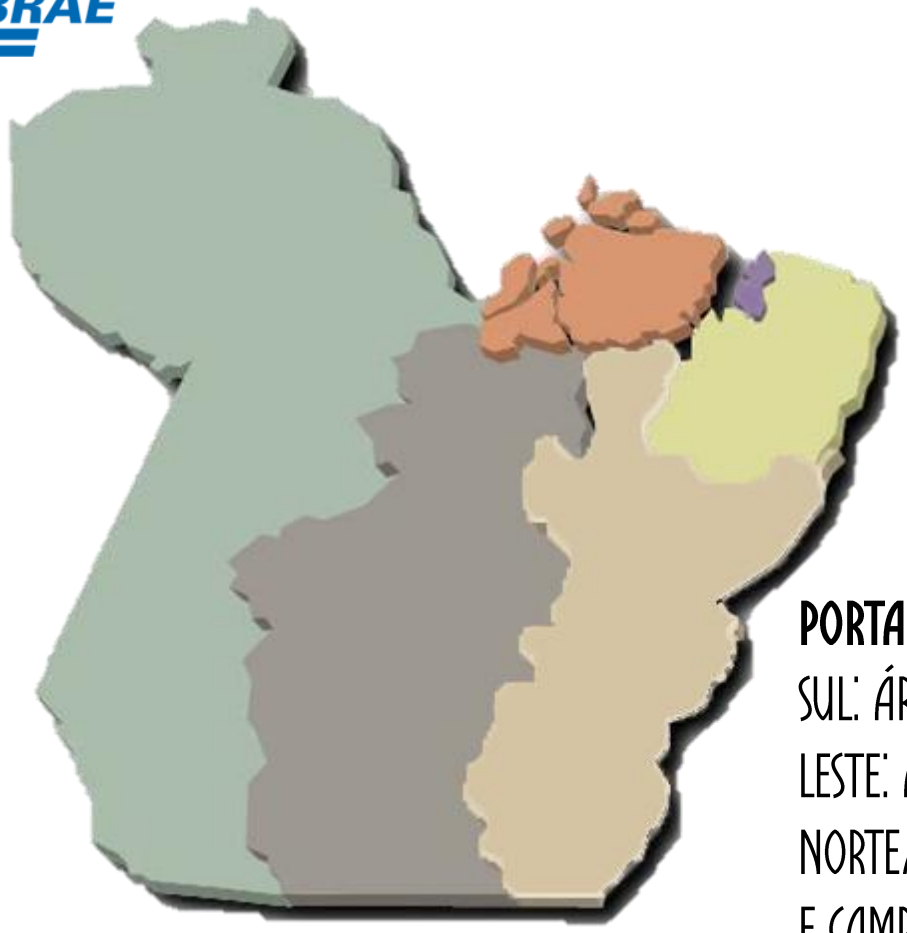
III Seminário Internacional de Indicações Geográficas e Marcas Coletivas

Identidade e Propósito baseados na Origem

por Joanna Martins

Gastronomia que valoriza e prioriza produtos de territórios específicos


AMAZÔNIA
MAIOR BIOMASSA FLORESTAL DO PLANETA
ENORME
DIVERSIDADE BIOLÓGICA E
CULTURAL PRESERVADA



PORTA DE ENTRADA DA AMAZÔNIA

SUL: ÁREA DE TRANSIÇÃO DO CERRADO

LESTE: ÁREA DE TRANSIÇÃO DA CAATINGA

NORTE/NORDESTE: ÁREA DE LITORAL (ÁGUA SALOBRA) E CAMPOS MARAJOARAS

CENTRO/OESTE: FLORESTA AMAZÔNICA

Anna Maria Martins

Paulo Martins

Pará
A obra-prima da Amazônia

ONG *trabalha pelo desenvolvimento da gastronomia amazônica*

Lá em Casa
desde 1972

INSTITUTO PAULO MARTINS

MANIOCA

restaurante

Pequena indústria gastronômica

Como **comunicar** para o **mercado**, consumidores e sociedade o **conceito das Indicações Geográficas**, dos produtos e seus vínculos com os territórios?

Antes de responder, preciso pontuar que....

- É MUITO IMPORTANTE QUE O REGULAMENTO DA IG PROTEJA A QUALIDADE/PADRÃO DO PRODUTO
- É MUITO IMPORTANTE QUE OS PRODUTORES SEJAM CAPACITADOS PARA ENTENDER O POTENCIAL DA IG, O RESPEITO A SUAS REGRAS E SUA IMPORTÂNCIA A LONGO PRAZO.

PRODUTO com processo de IG em Andamento
Cacau de Tomé-Açu
Farinha de Bragança
Queijo do Marajó

PRODUTO com Potencial para IG / Marca Coletiva – Fórum IG
Açaí das Ilhas de Belém
Artesanato de Miriti de Abaetetuba
Castanha do Pará de Oriximiná
Cuias de Santarém
Feijão Manteiguinha de Santarém
Farinha de Tapioca de Americano
Mel de Pirabas
Piracuí de Prainha
Tucupi de Vigia

Fonte: Fórum Técnico de IG e Marcas Coletivas do Estado do Pará

Como **comunicar** para o **mercado**, consumidores e sociedade o **conceito das Indicações Geográficas**, dos produtos e seus vínculos com os territórios?

Agora...

- COMUNICAR IG NO BRASIL É UM GRANDE DESAFIO

- Produto de nicho
- Público limitado
- Pequenos produtores
- Histórico de pouca valorização, pela elite, do produto brasileiro.

- EVENTOS
- MATÉRIAS JORNALÍSTICAS, SITES, FORMADORES DE OPINIÃO;

- O DESIGN PODE SER UM GRANDE ALIADO

- O DESIGN PODE SER UM GRANDE ALIADO

- A GASTRONOMIA JÁ É UMA GRANDE ALIADA E PODE SER AINDA MAIS.

Gastronomia = Alimento + Prazer

Prazer

ingrediente, receita, técnica, cozinheiro,
ambiente,
apresentação, atendimento

Arte (Cultura) + Ciência

SEBRAE

Pará
A obra-prima da Amazônia

Como a **gastronomia** pode colaborar na **divulgação** e na **descoberta** de **produtos únicos** vinculados a territórios, que **contam histórias** de pessoas?

Lá em Casa
desde 1972

INSTITUTO PAULO MARTINS

MANIOCA

- O **CHEF DE COZINHA**, JUNTO COM OS JORNALISTAS, SÃO OS **GRANDES FORMADORES DE OPINIÃO** DA GASTRONOMIA;

- ELES **APRESENTAM PRODUTOS**, TÉCNICAS E PRODUTORES PARA **SEUS CLIENTES**;

- ELES APRESENTAM **NOVOS SABORES E HISTÓRIAS**;

- Eles **sensibilizam** seus **clientes**;
- Eles **criam tendências**;
- Eles, também, **se relacionam** com os **produtores**, dando feedback e apontando **pontos de melhorias** dos produtos.

Gastronomia e IG

"Valorizar a gastronomia amazônica é uma das melhores formas de desenvolver a região, pois valoriza a cultura de seu povo e os seus ativos, mantendo a floresta em pé".

Joanna Martins

joanna@maniocabrasil.com
91 3241-4222 / 98119-5023
www.laemcasa.com
www.institutopaulomartins.org.br
www.manioca.com