

A dinâmica evolutiva da vitivinicultura brasileira

Cenários 2004–2014¹

José Fernando da Silva Protas²

Resumo – O objetivo deste trabalho é realizar uma análise comparativa relativamente ao enquadramento do setor vitivinícola brasileiro diante de quatro cenários alternativos estabelecidos, em 2014, no âmbito do Programa de Desenvolvimento Estratégico da Vitivinicultura do Rio Grande do Sul – Visão 2025. Com base numa análise descritiva das principais mudanças ocorridas na cadeia produtiva vitivinícola das principais regiões produtoras do Brasil, o estudo evidencia a evolução setorial, de um cenário de manutenção (mais pessimista) para o cenário de afirmação da qualidade e identidade, resultante de melhorias significativas, tanto no plano tecnológico e de mercado quanto no da governança e organização setorial, com visíveis impactos em sua capacidade competitiva e de sustentabilidade.

Palavras-chave: competitividade, mercado, plano estratégico, vinho.

The evolutionary dynamics of Brazilian winegrowing industry

Abstract – The purpose of this study was to conduct a comparative analysis relative to the framework of the Brazilian wine industry before four alternative scenarios established in the year 2014, under the Strategic Development Program of Rio Grande do Sul Viticulture - Vision 2025. Based on a descriptive analysis of the main changes occurred in the wine production chain of the major producing regions of Brazil, the study highlights the sectoral evolution of a maintenance scenario (most pessimistic) for Quality and Identity Affirmation scenario, result of significant improvements in technological/market level and in sectorial governance and organization, with visible impacts on their competitive edge and sustainability.

Keywords: competitiveness, market, strategic plan, winegrowing.

Introdução

O planejamento estratégico é um processo gerencial que diz respeito à formulação de objetivos para a seleção de programas de ação e para

sua execução, levando em conta as condições internas e externas à empresa/setor produtivo e sua evolução esperada. Também considera premissas básicas que a empresa/setor produtivo deve respeitar para que todo o processo tenha

¹ Original recebido em 15/9/2015 e aprovado em 14/10/2015.

² Economista, pesquisador da Embrapa Uva e Vinho, Caixa Postal 130, CEP 95700-000, Bento Gonçalves, RS. E-mail: fernando.protas@embrapa.br.

coerência e sustentação. O planejamento estratégico prevê o futuro da empresa/setor produtivo no longo prazo. De forma genérica, consiste em saber o que deve ser executado e de que maneira deve ser executado. O planejamento é crucial para o sucesso da organização, e a responsabilidade pela definição de seu escopo e execução assenta, sobretudo, nos gestores de topo, dado o nível de decisões que é necessário tomar. Nesse contexto, uma estratégia setorial representa o conjunto integrado de escolhas feitas pela maioria de seus agentes no sentido de alinhar iniciativas e atividades visando ao aumento de sua competitividade. Embora, para o setor vitivinícola gaúcho, o planejamento estratégico tenha sido há muito uma necessidade manifesta, ensejando, ao longo do tempo, muitos esforços que viabilizaram estudos parciais, somente a partir de 2005, com a estruturação e implantação do Programa de Desenvolvimento Estratégico da Vitivinicultura do Rio Grande do Sul – Visão 2025, sob a liderança do Instituto Brasileiro do Vinho (Ibravin), é que tal mecanismo de organização, implementação e gestão de políticas de desenvolvimento setoriais passou a ser adotado como orientador das ações, projetos e pleitos do setor vitivinícola do Rio Grande do Sul (PROTAS, 2005). Passados oito anos da implantação do programa Visão 2025 – período em que mudanças profundas foram registradas no cenário da vitivinicultura mundial, especial-

mente da brasileira, e já tendo a governança setorial, sob a liderança do Ibravin³, amalhado experiência e maturidade reflexiva relativamente aos ajustes necessários ao programa no sentido de melhorar a competitividade e a sustentabilidade da vitivinicultura brasileira –, realizou-se, no período 2013–2014, uma revisão geral do documento original. As atividades foram desenvolvidas por meio de seminários que contaram com a participação de lideranças empresariais e técnicas, representativas dos muitos elos da cadeia produtiva vitivinícola do Rio Grande do Sul. A estrutura do documento gerado seguiu àquela estabelecida originalmente, apenas acrescida de uma análise crítica da evolução dos cenários observados em 2004, relativamente ao verificado em 2013–2014.

Cenários

Os cenários da vitivinicultura do Rio Grande do Sul, aqui apresentados, foram construídos ao longo do processo de elaboração do programa Visão 2025, em 2004–2005. A apresentação desses cenários, posicionados em quadrantes, busca facilitar a visualização das possíveis transições de um cenário para outro, verificadas como consequência da dinâmica evolutiva do setor vitivinícola do estado (Figura 1). Neste trabalho, analisa-se a evolução dos cenários de 2004–2005 a 2013–2014.

Cenário da Manutenção	Cenário de Afirmação da Qualidade e Identidade
Instabilidade Institucional Gestão e inovação incremental reativa Oferta oligopolizada Demanda Vulnerável	Sinergia institucional Gestão da inovação pró-ativa Oferta oligopolizada Demanda dedicada
Cenário de Realocação e Rearranjo	Cenário de Exaustão
Sinergia institucional Gestão e inovação incremental reativa Oferta oligopolizada Demanda vulnerável	Fragilidade institucional Gestão da inovação oportunística Oferta oligopolizada Demanda degenerada

Figura 1. Cenários da vitivinicultura do Rio Grande do Sul.

³ Criado em 10 de janeiro de 1998, o Ibravin é uma sociedade civil, sem fins lucrativos, à qual estão associados pessoas jurídicas de direito privado, representantes de produtores de uva, cooperativas, indústria vinícola e o governo do Rio Grande do Sul.

A interpretação de cada cenário

Cenário de Manutenção

- Instabilidade institucional – Predomina instabilidade institucional nos planos governamental e setorial, caracterizada por eventos e iniciativas institucionais desarticuladas e descontinuadas, num ambiente legal e normativo mutante.
- Gestão e inovação incremental reativa – Os incrementos em gestão e inovação, nos sistemas de produção e distribuição, ocorrem em respostas adaptativas aos estímulos incidentais e às demandas e oportunidades pontuais.
- Oferta oligopolizada – A produção de uva e seus derivados prepondera em poucos locais e regiões, cujas características culturais determinam a natureza e a amplitude da oferta.
- Demanda vulnerável – O mercado consumidor é marcado pela opção oportunista, por produtos de qualidade e preço de ocasião, inexistindo domínio mercadológico estável de marcas ou atributos.

Cenário de Afirmação da Qualidade e Identidade

- Sinergia institucional – As ações das instituições são articuladas em esforços de sintonia e convergência, resultando em melhor uso do capital social e da tecnologia para o fortalecimento e afirmação do setor.
- Gestão e inovação proativa – A ampliação dos horizontes espacial e temporal do setor promove iniciativas de inovação e a adoção de práticas de gestão abrangentes, com vistas ao alcance de objetivos sequenciais, que transcendem os condicionantes imediatos.

- Oferta oligopolizada – A produção de uva e seus derivados prepondera em poucos locais e regiões, cujas características culturais determinam a natureza e a amplitude da oferta.
- Demanda dedicada – O mercado consumidor identifica os atributos dos produtos do setor e a eles reserva espaço nas suas aquisições.

Cenário de Realocação e Rearranjo

- Sinergia institucional – As ações das instituições são articuladas em esforços de sintonia e convergência, resultando em melhor uso do capital social e da tecnologia para o fortalecimento e afirmação do setor.
- Gestão e inovação proativa – A ampliação dos horizontes espacial e temporal do setor promove iniciativas de inovação e a adoção de práticas de gestão abrangentes, com vistas ao alcance de objetivos sequenciais, que transcendem os condicionantes imediatos.
- Oferta multipolarizada – A produção de uva e seus derivados ocorre em múltiplos locais e regiões, cujas características culturais diversificadas ampliam e difundem a oferta dos produtos.
- Demanda irradiada – Os mercados se identificam cultural e geopoliticamente com os polos de produção, reconhecem os atributos dos seus produtos e a eles reservam espaço nas suas aquisições.

Cenário de Exaustão

- Fragilidade institucional – As instituições são incapazes de promover o cumprimento de leis, normas, acordos, regras e iniciativas articuladas, gerando, assim, instabilidade socioeconômica.
- Gestão e inovação oportunista – As iniciativas e ações do setor são deter-

minadas pelas circunstâncias imediatas dos negócios, marcados por relações oportunistas, com vistas a resultados de curto prazo.

- Oferta oligopolizada – A produção de uva e seus derivados prepondera em poucos locais e regiões, cujas características culturais determinam a natureza e a amplitude da oferta.
- Demanda degenerada – O mercado é volúvel e indiferente aos atributos dos produtos, realizando aquisições segundo as condições de oportunidade.

Considerações interpretativas dos cenários

Com base nos cenários originalmente traçados e apresentados, que projetavam alternativas de futuro para a vitivinicultura gaúcha a partir de 2004–2005, buscou-se, por meio de uma análise descritiva, entender o processo evolutivo que promoveu a transição do cenário da vitivinicultura brasileira, bem como relacionar e interpretar esse processo por meio de ações para a gestão e a superação das incertezas críticas então identificadas.

Quanto à institucionalidade

A instabilidade registrada no cenário de Manutenção traduz, rigorosamente, a tônica das relações institucionais historicamente predominantes no setor vitivinícola do Rio Grande do Sul. A simples observação da Matriz SWOT Setorial, gerada originalmente no programa, evidencia essa questão quando destaca como fraquezas: a) problemas contratuais nas relações com produtores de uvas; b) pouca união da cadeia produtiva em ações estratégicas de competição e organização da concorrência; c) falta de lobby/poder político

do setor; e d) prática sistemática de oportunismo que reduz a confiança entre os atores.

Entretanto, ao analisar a questão da institucionalidade, via Matriz SWOT Setorial, gerada na revisão do programa, em 2013–2014, destacam-se, entre outras questões, como forças: a) crescente organização setorial e associativa; b) conquistas e bom relacionamento com o setor público; e c) aumento dos recursos do Fundovitis⁴. Sem a necessidade de uma análise exaustiva, evidencia-se, de forma clara e objetiva, nesse segundo momento, uma situação típica de sinergia institucional, caracterizando a transição, nesse quesito, do cenário de Manutenção para os cenários de Afirmção de Qualidade e Identidade e de Realocação e Rearranjo. Ainda com algumas questões remanescentes, que indicam a necessidade da continuidade do processo de fortalecimento da governança, é evidente que o elemento referencial, principal promotor dessa mudança de cenários, foi a consolidação do Ibravin, que, com o seu conselho deliberativo composto paritariamente por representantes de todos os elos da cadeia produtiva (empresas privadas, cooperativas, sindicatos de trabalhadores rurais e governo do estado), atingiu um nível de articulação e representação capaz de viabilizar a elaboração e a proposição de ações e políticas setoriais consensuais. Como desdobramento dessa dinâmica, registram-se avanços e conquistas obtidos em parceria com o governo do Rio Grande do Sul, como a garantia por lei do repasse de 50% dos recursos arrecadados pelo Fundovitis e desoneração de 5% do ICMS. No plano nacional, no âmbito da Câmara Setorial de Viticultura, Vinhos e Derivados, fórum oficial consultivo do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), o Ibravin conquistou espaço e tem assumido protagonismo de principal interlocutor em defesa dos interesses setoriais em bloco.

⁴ Fundo de Desenvolvimento da Vitivinicultura, vinculado à Secretaria da Agricultura e Abastecimento, criado pelo artigo 47 da Lei nº 10.989, de 13 de agosto de 1997 (PORTO ALEGRE, 1997). Tem por finalidade custear e financiar ações, projetos e programas da política de desenvolvimento da vitivinicultura estadual.

Quanto à inovação

A gestão da inovação incremental e reativa registrada no cenário de Manutenção é apenas uma face da forma que historicamente norteou a gestão da inovação do setor vitivinícola gaúcho. Desfrutando de proteção fiscal que, na prática, impedia a concorrência de produtos importados no mercado interno, o setor manteve suas tradições, arraigadas à forte cultura dos imigrantes italianos, especialmente no segmento dos vinhos de mesa. Nesse contexto, na década de 1970, com a chegada de algumas empresas multinacionais, com tradição na produção de vinhos e espumantes na Europa, introduziram-se as primeiras inovações – incrementais –, e, na sequência, registram-se as primeiras inovações reativas, por parte das vinícolas nacionais líderes. Somente a partir de 2000, com a crescente e inexorável presença dos vinhos importados no mercado brasileiro, impondo a melhoria competitiva da nossa produção, e com o sucesso crescente do suco de uva, nos mercados interno e externo, é que se instala, de forma gradual, uma política empresarial de gestão da inovação, que, embora inicialmente reativa, trouxe atitudes proativas na perspectiva da produção para atender as exigências de um mercado diferenciado e em crescimento. Nesse contexto, novos polos vitivinícolas foram implantados, outros reestruturados, buscando a qualificação dos produtos, mas também maior competitividade a partir de uma estratégia que aliou fatores ambientais, escalas de produção e mecanização/racionalização da mão de obra.

E, com base no sucesso empresarial do Vale dos Vinhedos a partir da implantação da primeira Indicação Geográfica brasileira, as demais regiões produtoras de vinhos finos também buscaram se organizar e criaram suas respectivas Indicações Geográficas ou Marcas Coletivas. Por sua vez, os segmentos cujos produtos se originam de variedades de uvas americanas ou híbridas, sobretudo vinhos de mesa e sucos, também experimentaram, nesse período, iniciativas inovadoras importantes, com base nas quais foi possível superar as ameaças que punham em

risco sua sustentabilidade. No início da década de 2000, época da invasão dos vinhos importados, que competem com nossa produção de vinhos finos, o mercado brasileiro foi inundado por uma gama de novos produtos que competiam, dessa vez, com os nossos vinhos de mesa. Trata-se de produtos que se apresentam como se fossem vinhos, confundindo os consumidores que, por conta de seus preços significativamente inferiores, por muito tempo os preferiram aos vinhos genuínos. São coquetéis, sangrias e outros produtos que ainda permanecem no mercado e que, agora com menor intensidade, ainda competem com o vinho de mesa e comprometem a imagem do setor vitivinícola.

Nesse contexto, grande parte da produção de vinhos de mesa do Rio Grande do Sul, tradicionalmente comercializada a granel para engarrafadores de outros estados, ficou sem mercado. Diante dessa ameaça, com potencial de repercussão direta em toda a cadeia produtiva vitivinícola gaúcha, surgiram iniciativas inovadoras que, diante da identificação de oportunidades oferecidas pelo mercado, deram início a um novo ciclo de organização e produção vitivinícola. Aproveitando a boa imagem do suco de uva, frequentemente relacionado à saúde, à beleza e à longevidade, as empresas produtoras – pequenas, médias ou grandes, empresariais ou familiares – começaram a estruturar seus projetos para a obtenção de matérias-primas de qualidade, quer pela inclusão de novas variedades, criadas pela Embrapa, quer pelo maior controle e rigor na escolha do material vegetativo (variedades e sanidade) usado na expansão ou reconversão da matriz produtiva setorial.

Da mesma forma, investimentos foram feitos nas estruturas física e tecnológica das empresas. O impacto gerado pela reformatação inovadora desse segmento da vitivinicultura do Rio Grande do Sul pode ser medido pelas estatísticas de comercialização da produção. Dividindo a produção em suco pronto para beber (suco natural/integral + suco reprocessado + suco adoçado + mosto de uva + polpa de uva) e suco integral, os números são estes: em 2004,

foram comercializados 9.573.088 litros de suco pronto para beber e 12.038.383 litros de suco concentrado. Em 2014, foram comercializados 90.253.143 litros de suco pronto para beber e 27.532.842 litros de suco concentrado. Portanto, crescimentos de 842% e 128% no período 2004–2014.

Também aqui, sem necessidade de análise exaustiva, evidencia-se de forma clara e objetiva nesse segundo momento situação típica de gestão da inovação proativa, caracterizando a transição do cenário de Manutenção para os cenários de Afirmação de Qualidade e Identidade e de Realocação e Rearranjo. Registra-se ainda que, com a implantação da Rede de Centros de Inovação em Vitivinicultura (Recivitis), que compõe o Sistema Brasileiro de Tecnologia (Sibratec/Finep/MCTI), cujos primeiros projetos começaram a ser financiados/implantados em 2013, o setor vitivinícola brasileiro passou a integrar o mais importante programa de estímulo e financiamento à projetos de inovação tecnológica empresarial do governo federal.

Quanto à oferta

A despeito da concentração da produção de uva, vinho, suco e derivados na região da Serra Gaúcha, no Rio Grande do Sul, o que conceitualmente caracteriza a oferta setorial como oligopolizada, conforme descrito nos cenários de Manutenção e de Afirmação da Qualidade e Identidade, o fato é que os últimos anos assistiram à proliferação de polos vitivinícolas por todo o território brasileiro, muitos deles já consolidados. Participam desse novo protagonismo setorial no segmento dos vinhos finos: No Rio Grande do Sul, as regiões da Campanha, Serra do Sudeste e Campos de Cima da Serra; em Santa Catarina, a região do Planalto Catarinense; em Pernambuco e na Bahia, a região do Vale do Submédio São Francisco; em Minas Gerais, as regiões Sul e do Cerrado Mineiro; e no Paraná, a região Oeste. No segmento dos vinhos de mesa e sucos de uva, os novos protagonistas estão no Centro-Oeste – Mato Grosso (Nova Mutum) e Goiás (Santa Helena, Paraúna e Itaboraí).

Nesse contexto, outra nuance, relativamente às características e estrutura da oferta setorial, refere-se às significativas mudanças culturais havidas no próprio ambiente das regiões tradicionais, onde foram introduzidos novos conceitos produtivos que, por sua vez, promoveram diversificação e ampliação da oferta de produtos. Um exemplo emblemático está na região da Serra Gaúcha, onde convivem no mesmo espaço geográfico e cultural uma viticultura tradicional, focada na produção de vinhos de mesa que, a despeito das considerações registradas no item Gestão da Inovação, em parte ainda apresenta as características tradicionais de produção, e outra, moderna e organizada com base em Indicações Geográficas, para a produção de vinhos finos e espumantes de qualidade. Assim, relativamente à oferta, podemos considerar que o enquadramento da vitivinicultura do Rio Grande do Sul evoluiu para o cenário de Realocação e Rearranjo.

Quanto à demanda

Já que a estrutura da cadeia produtiva vitivinícola brasileira se desdobra nos segmentos de vinho fino e de vinho de mesa e é complementada pelo segmento suco de uva, torna-se necessário a análise da demanda individual desses produtos, até porque seus respectivos posicionamentos no mercado possuem demandas específicas.

Demanda vulnerável

Nessa categoria, permanecem boa parte dos produtos, principalmente do segmento vinho de mesa, mas também volume significativo da oferta dos vinhos finos. Nesse particular, evidencia-se que parte significativa da produção vitivinícola brasileira, relativamente à demanda, não conseguiu se reposicionar de forma consolidada no mercado consumidor. Entretanto, com o crescimento da produção de vinhos de mesa do Rio Grande do Sul envasados na origem – prática que favorece a qualidade e a imagem do produto –, pode-se estimar que no médio prazo

parte desse segmento da cadeia produtiva se consolide no cenário de demanda dedicada.

Demanda dedicada

Migraram da condição vulnerável para essa categoria, de forma consistente e crescente, os espumantes e os sucos de uva. Esses dois produtos se firmam basicamente pelo reconhecimento de seus atributos, independentemente da região produtora, do sistema de produção adotado e da certificação, ou não, obtida. Mas para algumas marcas de vinhos finos, por causa da região de origem ou da certificação – Indicação Geográfica e Marca Coletiva –, seus atributos começam a ser percebidos e reconhecidos pelo consumidor, o que proporciona a eles fatias crescentes do mercado e maior agregação de valor.

Demanda irradiada

Embora se admita haver sobreposição do enquadramento de alguns produtos nessa categoria, concomitantemente à da demanda dedicada, o comportamento do mercado – tomando como referência os atributos dos produtos, as questões culturais e geopolíticas dos polos produtores – evidencia haver uma transição mais consistente para ela, com alguns casos já consolidados e outros em fase de consolidação. São os casos de alguns vinhos finos e espumantes originários de Indicações Geográficas e de alguns vinhos produzidos em polos emergentes. Para estes últimos, entretanto, por causa do fator modismo, que no curto prazo pode impactar positivamente o mercado vinícola, o enquadramento na categoria de demanda irradiada ainda precisa se confirmar.

Demanda degenerada

Pode-se considerar que grande parte da demanda por produtos vitivinícolas brasileiros apresenta esse tipo de comportamento por parte do mercado consumidor. Uma evidência clara do comportamento típico da demanda degenerada é a facilidade com que produtos substitutos, derivados da uva e do vinho, ou não, entram e se consolidam no mercado brasileiro. Exemplo

emblemático disso é a presença, comercialmente bem sucedida, dos néctares que competem com os sucos e dos coquetéis que competem com os vinhos de mesa. Das alternativas capazes de promover alterações nesse cenário, que abrangem desde ações para educação e orientação dos consumidores até a melhoria dos produtos, há uma que se entende como elementar e que se baseia numa revisão da legislação presente: impor maior rigor e controle quanto à apresentação dos produtos, cuja composição deve ser identificada de forma clara, para evitar que os consumidores sejam induzidos ao erro. Concomitantemente é de se esperar que, com o amadurecimento do mercado vitivinícola brasileiro, o reconhecimento dos atributos dos produtos nacionais acompanhe esse processo e que altere, assim, gradual e positivamente, o comportamento caracterizado pelo forte preconceito e desinformação.

Conclusões

Com base nas análises feitas e na metodologia usada, que buscou interpretar e relacionar as principais mudanças havidas nos segmentos da cadeia produtiva vitivinícola – vinho fino e espumantes, vinho de mesa e suco – com os elementos conceituais que estabelecem cada cenário, a despeito das dificuldades e desafios que persistem, evidenciam-se avanços significativos na capacidade de gestão setorial. Diante das pressões de ordem tecnológica, mercadológica ou de legislação, o setor tem se mostrado capaz de empreender e promover mudanças e ajustes para dar à cadeia maior capacidade competitiva e condições de sustentabilidade. A transição do cenário de Manutenção para o de Afirmação da Qualidade e Identidade e, em alguns casos, para o de Relocação e Rearranjo, de 2004–2005 a 2013–2014, revela o perfil de um setor que, diante de suas fraquezas e ameaças, soube fortalecer sua governança e com isso viabilizar, internamente, uma relação mais harmônica e convergente entre os elos da cadeia produtiva e, externamente, o apoio institucional e financeiro das instâncias governamentais.

Portanto, o contexto presente do setor vitivinícola caracteriza-se pela busca constante de melhorias competitivas por meio do Programa de Desenvolvimento Estratégico da Vitivinicultura do Rio Grande do Sul – Visão 2025, coordenado pelo Ibravin e apoiado pelas instituições parceiras e pelo engajamento crescente do setor empresarial na discussão dos temas e nas ações e pleitos entendidos como prioritários para o desenvolvimento sustentável da vitivinicultura brasileira.

Referências

PORTO ALEGRE. Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul do Estado do Rio Grande do Sul. Lei nº 10.989, de 13 de agosto de 1997. Dispõe sobre a produção, circulação e comercialização da uva, do vinho e derivados da uva e do vinho, cria o Fundo de Desenvolvimento da Vitivinicultura do Estado -

FUNDOVITIS, e dá outras providências. **Diário Oficial da Assembleia Legislativa [do] Estado do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, 13 ago. 1997.

PROTAS, J. F. da S. Programa de desenvolvimento estratégico da vitivinicultura do Rio Grande do Sul - visão 2025. In: CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE VITICULTURA E ENOLOGIA, 10.; CONGRESSO BRASILEIRO DE VITICULTURA E ENOLOGIA, 11.; SEMINÁRIO FRANCO-BRASILEIRO DE VITICULTURA E ENOLOGIA, 2., 2005, Bento Gonçalves. **Anais...** Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2005. p. 109-130. (Embrapa Uva e Vinho. Documentos, 55).

Literatura recomendada

MELLO, L. M. R. de. **Vitivinicultura brasileira: panorama** 2012. Bento Gonçalves: Embrapa Uva e Vinho, 2013. 5 p. (Embrapa Uva e Vinho. Comunicado técnico, 137).

PROTAS, J. F. da S. Vitivinicultura brasileira: desafios estruturais e oportunidades tecnológicas. **Agropecuária Catarinense**, v. 22, n. 3, p. 19-23, 2009.