



PESSOAS e LUGARES

2014: Ano Internacional da Agricultura Familiar

A agricultura familiar
no centro das políticas
agrícolas.

p.3

Projetos LEADER

Secretário de Estado
da Agricultura em visita
no território da ESDIME.

p.5



Valorização de produtos locais e comercialização

Na rota das Rotas do Vinho

Conhecer o vinho, a cultura e a paisagem de Portugal

p.22-23

Valorizar as pequenas produções locais

Entrevista com
Nuno Vieira e Brito

p.14-16





Há gente que nos deixa marcas, daquelas que adquirem estatuto de eternidade.

Maria do Rosário Serafim pertence a esse grupo especial de Pessoas de quem deveria ser fácil falar, não fora a sua partida precoce nos deixar um travo amargo perante a injustiça da natureza que nos rege. Com um lugar de destaque no movimento do Desenvolvimento Local, essencialmente durante a implementação do PIC

LEADER em Portugal, teve particular intervenção enquanto Coordenadora da Rede Portuguesa Leader+. Nesse papel, recordo a sua permanente luta pelos valores associados à defesa do Mundo Rural e o seu incentivo pela afirmação das ADL. Os últimos anos foram dedicados à docência sendo Coordenadora do Doutoramento em Serviço Social no ISCTE-IUL. Possuidora de uma personalidade marcante e de

definidas convicções criou um estilo próprio pelo qual sempre se pautou. Pessoalmente, reavivo a Amizade de tantos anos e cativo-lhe um acalentado e significativo “lugar cá-dentro”! Por fim, parafraseando *alguém* que era próximo e comum a ambas e a muitos de nós, reforço: «**Um Bem-Haja Rosário e até sempre!**» certa que estas palavras serão a expressão sentida de todos!

ASM

EDITORIAL

Nos últimos anos temos assistido ao início do que parece ser uma mudança nos padrões de consumo dos portugueses. Se antes eram valorizados e consumidos preferencialmente os produtos importados, agora, a esmagadora maioria dos portugueses valoriza e opta pelos produtos nacionais, sobretudo pelas produções locais do ramo agroalimentar.

Esta mudança está muito associada à situação de crise que se atravessa mas também aos inúmeros benefícios económicos, sociais, culturais e ambientais, reconhecidos pelos portugueses nestas produções nacionais. Parecem subsistir nesta opção de comprar “português”, aspetos identitários e culturais muito fortes mas, também de coesão entre os cidadãos. De facto, estas produções poderão ter um papel muito relevante na competitividade dos territórios através da dinamização das economias locais assentes na criação de emprego, no aumento dos rendimentos das famílias e na fixação das pessoas ao território. Em termos ambientais há que salientar as vantagens que decorrem das produções menos poluidoras e dos sistemas de transporte e de acondicionamento mais simples, assim como o impacto na preservação de variedades tradicionais mais adequadas às especificidades de cada região.

Apesar da mudança de mentalidades e do enorme potencial que estes produtos representam, há constrangimentos que atingem muito diretamente estas produções, de que se destaca, em primeiro lugar, o quadro regulamentar nacional que se caracteriza por uma enorme dispersão e por ser altamente restritivo e desadequado. De seguida, sinalizam-se as quantidades insuficientes e irregulares das produções (resultantes de uma baixa significativa de agricultores e de um envelhecimento e baixa qualificação da população agrícola), a perda de técnicas e do saber fazer associados a alguns produtos locais, a dificuldade na inserção de dimensões inovadoras e a fragilidade dos sistemas de comercialização existentes (mercados municipais, feiras, etc.).

Exige-se, neste contexto, que as políticas públicas e os programas a elas associados evoluam

de forma a que sejam ultrapassados bloqueios gravíssimos à dinamização destes setores de atividade.

No entanto, muitos produtores e organizações locais têm desenvolvido um trabalho persistente, através do qual vão conseguindo transmitir uma imagem de qualidade das produções locais e organizando, também, novos modos de chegar aos consumidores, nos quais se incluem campanhas nacionais com características bem diferenciadas e inovadoras.

Este último aspeto, a distribuição, é um dos mais críticos para o desenvolvimento das produções locais, pelo que as Associações de Desenvolvimento Local (ADL) se têm empenhado em procurar formas de o ultrapassar, seja através da dinamização de feiras de produtos locais e de festivais gastronómicos, seja através do apoio à abertura de lojas em espaços urbanos, seja, ainda, através da criação de rotas temáticas ou de circuitos curtos de comercialização.

É importante ter presente que para estas intervenções serem bem-sucedidas é necessário sempre um importante trabalho de dinamização dos produtores, motivando-os para integrarem estes projetos e apostarem em novas formas de fazer e comercializar.

A experiência que temos tido é que quando este trabalho é desenvolvido por quem, como as ADL, tem com os produtores e outros agentes dos territórios uma relação de proximidade e um bom conhecimento da realidade local, os produtores correspondem e aderem com motivação. Uma prova viva de que os territórios rurais possuem muito potencial e capacidade de iniciativa dispostos a serem aproveitados e a superar as dificuldades que os têm constrangido.



Regina Lopes
Diretora

PESSOAS E LUGARES

N.º 14 . abril 2014 . III série . Bimestral

Propriedade

MINHA TERRA – Federação Portuguesa de Associações de Desenvolvimento Local
Rua Bartolomeu Dias, 172 D, 1.º Esq.
1400-031 Lisboa
T. +351 217 819 230
F. +351 217 819 232
E. minhatterra@minhaterra.pt
<http://www.minhaterra.pt>

Diretora

Regina Lopes

Editor

Luís Chaves

Conselho Editorial

Federação MINHA TERRA (Regina Lopes, Luís Chaves, Paula Matos dos Santos), PRODER (Ana Paula Carvalho), RRN (Ana Pires da Silva), PRORURAL (Maria José Aranda e Silva), Empower (Henrique Baltazar)

Redação

Henrique Baltazar (Empower), Paula Matos dos Santos, Raquel Gorjão (Empower)

Colaboraram neste número

Ana Soeiro, Ana Souto, Aurora Ribeiro, Pedro Teixeira

Fotografias

ADER-AL, ADICES, ADREPES, ADRIL, ADRIMAG, Ana Souto, ARDE, ATAHCA, DUECEIRA, Frutaformas, José Tomé Máximo, LEADEROESTE, LEADERSOR, Luís Chaves, MONTE, Paula Matos dos Santos, Quinta do Bísaro, Ricardo Perna, TAGUS

Rota: ADELIACOR, ADELO, ADICES, ADREPES, ADRIMINHO, Ana Souto, APRODER, BEIRA DOURO, DOLMEN, Paula Matos dos Santos, Quinta Nova N. S. Carmo, Raia Histórica

As ilustrações da rubrica *Sabia que...* são baseadas em originais de Flaticons.com

Desenho gráfico e paginação

Álvaro Góis (Empower)

Impressão

Europress

Tiragem

6 000 exemplares

Depósito Legal

331087/11

Os artigos assinados exprimem a opinião dos seus autores e não necessariamente a do proprietário e Conselho Editorial deste jornal.

Alguns URL foram reduzidos com o goo.gl, da Google, para facilitar a leitura.


minha terra
por um novo mundo rural

www.minhaterra.pt



Ano Internacional da Agricultura Familiar



A agricultura portuguesa é composta, na esmagadora maioria, por explorações familiares. De acordo com os dados do INE relativos ao Recenseamento Geral da Agricultura de 2009, das 278.160 explorações existentes no Continente, 265.993 (ou seja, 96 por cento) correspondiam a Produtores Singulares Autónomos, que equivalem, para todos os efeitos, ao conceito que a FAO – Organização das Nações Unidas para a Alimentação e Agricultura utiliza para classificar a Agricultura Familiar: explorações que utilizam permanente e predominantemente mão-de-obra pertencente ao agregado familiar.

Estas explorações ocupam no Continente 67 por cento da Superfície Agrícola Utilizada (SAU) – em linha com os 68 por cento de SAU que a FAO estima ocuparem na Europa –, o que revela a sua importância também

em termos de quantidades produzidas e o seu impacto na economia nacional.

É, portanto, incontornável olhar para a Agricultura Familiar como um segmento estratégico no desenvolvimento da agricultura portuguesa.

Apesar de na Agricultura Familiar predominar o minifúndio, que está geralmente associado a mais baixa produtividade, há também numerosos casos de pequenas explorações com elevadíssima produtividade. Além

disso, muitas destas explorações apostam em variedades e qualidade que dificilmente se encontram nas grandes explorações, conseguindo valorizar os seus produtos. Tratam-se de exemplos que importa analisar, para com eles aprender e poder estender as boas práticas a outras explorações que ainda não tenham atingido esses patamares de qualidade e/ou produtividade.

Sustentabilidade do mundo rural

Considerando a importância que tem no mundo, a Assembleia Geral das Nações Unidas declarou 2014 como o Ano Internacional da Agricultura Familiar (AIAF), visando colocar a Agricultura Familiar no centro das políticas agrícolas, ambientais e sociais de cada país, e assinalando as ameaças e as oportunidades para promover uma mudança que conduza a um desenvolvimento mais equitativo e equilibrado.

Com a celebração deste Ano Internacional pretende-se sensibilizar os governos e as sociedades para a importância da agricultura familiar na

segurança alimentar e na produção de alimentos, sendo, portanto, necessário comunicar o papel socioeconómico, ambiental e cultural relevante que a agricultura familiar assume nos dias de hoje.

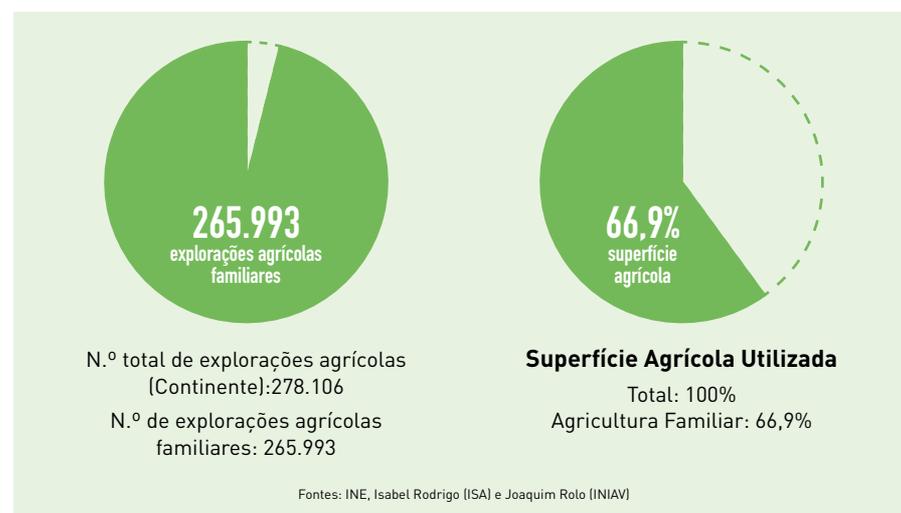
No seu discurso no lançamento do AIAF-2014, o diretor geral da FAO, José Graziano da Silva, destacou o enorme potencial produtivo da agricultura familiar. “Ao optar por celebrar o AIAF, reconhecemos que os agricultores familiares são peças-chave para dar uma resposta à urgência que afronta o mundo hoje em dia: a melhoria da segurança alimentar e a conservação dos recursos naturais”, afirmou.

Face à relevância deste modelo agrícola no nosso país, Portugal associou-se, por iniciativa do Ministério da Agricultura e do Mar, à comemoração do Ano Internacional da Agricultura Familiar, tendo para o efeito constituído uma Comissão de Honra e uma Comissão Executiva, para promover e acompanhar iniciativas que a sociedade civil e as entidades oficiais venham a desenvolver.

O lançamento do AIAF em Portugal realizou-se a 21 de fevereiro, na Assembleia da República. Integrando a comissão executiva da comemoração do AIAF, a MINHA TERRA – Federação das Associações de Desenvolvimento Local marcou presença na cerimónia de inauguração, a convite da Ministra da Agricultura e do Mar.

Além dos objetivos gerais do AIAF definidos pelas Nações Unidas, o Ministério da Agricultura e do Mar português propôs objetivos específicos a desenvolver em Portugal: promover o debate sobre a agricultura familiar no século XXI em Portugal e na Europa, suas especificidades, principais estrangulamentos e potencialidades; identificar os contributos da agricultura familiar para a promoção de uma alimentação saudável, para a provisão de bens públicos, identidade dos territórios rurais, criação de emprego, coesão económica e social; e criar condições de sensibilização da população em geral para a importância das explorações agrícolas familiares na sustentabilidade do mundo rural.

Sendo, como se sabe, um dos objetivos da Política Agrícola Comum o aumento da produtividade agrícola através do progresso técnico e da utilização racional dos fatores de produção, o que é conseguido, sobretudo, nas grandes explorações, a concretização dos objetivos do AIAF assume particular importância, pelo que é fundamental apoiar também a agricultura familiar, pois ambos os modelos devem coexistir, de forma a assegurar o equilíbrio social, a manutenção do emprego e para a preservação da paisagem, evitando o êxodo rural e mantendo as produções tradicionais.





Minha Terra reúne na Madeira

Quatro dezenas de Associações de Desenvolvimento Local (ADL) federadas na MINHA TERRA participaram na reunião de coordenadores/diretores, organizada a 21 de março, no Funchal, no Instituto do Vinho da Madeira, do Bordado e do Artesanato.

O ponto de situação da Abordagem LEADER nos programas de desenvolvimento rural em curso e a preparação do próximo período de programação foram os principais pontos de trabalho, com especial foco e debate a integração do DLBC (Desenvolvimento Local de Base Comunitária) nos Programas Operacionais (PO) Portugal 2020, em consulta pública.

Ao final do dia, teve lugar a Assembleia Geral da MINHA TERRA, para apresentação, discussão e votação do Relatório de Atividades e Contas 2013, aprovado por unanimidade.

O encontro foi organizado em parceria com as duas ADL da Região Autónoma

da Madeira – Acaporama e Adrama –, que prepararam um programa de visitas a vários projetos apoiados no âmbito da Abordagem LEADER do PRODERAM: Quinta Pedagógica, Galeria dos Prazeres e Herbário Comunitário, no concelho da Calheta, e Rota da Cal, em São Vicente.

O programa integrou ainda um encontro com o Secretário Regional do Ambiente e Recursos Naturais da Região Autónoma da Madeira, Manuel António Correia, para debater o futuro da abordagem LEADER no próximo Programa de Desenvolvimento Rural da Madeira. A reunião, realizada a 20 de março, serviu para abordar a intervenção dos Grupos de Ação Local da Madeira no PRODERAM, assim como da adequação da metodologia LEADER para apoiar pequenos projetos numa lógica de proximidade e de grande flexibilidade, que se prevê que seja reforçada no próximo PDR da Região.



SISAB 2014

A 19.ª edição do SISAB - Salão Internacional do Setor Alimentar e Bebidas, que se realizou de 17 a 19 de fevereiro, em Lisboa, contou – como já vem sendo habitual – com a participação de várias Associações de Desenvolvimento Local (ADL), aproveitando a oportunidade para divulgar os produtos locais de qualidade e promover os territórios rurais.

A participação foi assegurada por inúmeros produtores dos respetivos territórios de

intervenção, que veem neste certame – dedicado exclusivamente à divulgação e promoção do que de melhor se produz em Portugal – uma oportunidade única para fazer contactos com importadores de outros países.

Do Norte Alentejo estiveram cinco produtores apoiados pela associação ADER-AL através da Abordagem LEADER do PRODER, divulgando, assim, os rebuscados da Sabores de Santa Clara, os produtos gourmet da Terrius

e da Almojandra, os vinhos da Herdade do Gamito e os enchidos da Salsicharia Alpalhoense.

A LEADERSOR convidou também cinco produtores (Herdade do Gamoal, Monte da Colónia, Monte Portugal, Sabores Apurados e Sabores da Ponte) que deram a conhecer os melhores azeites, licores, doces, compotas e ervas aromáticas que se produzem no território de intervenção da associação, que abrange os concelhos de Alter do Chão, Avis, Fronteira, Ponte de Sor e Gavião.

Numa participação conjunta com a Direção Regional de Agricultura e Pescas de Lisboa e Vale do Tejo, estiveram presentes as ADL ADIRN, ADREPES, APRODER, Charneca Ribatejana, LEADER OESTE e TAGUS, envolvendo produtores dos respetivos territórios em mostras e degustações.

Balanço do LEADER no PRORURAL e PRODERAM – o Pessoas e Lugares errou

O quadro publicado na última edição do jornal Pessoas e Lugares, n.º 13, fevereiro 2014, na pág. 6, relativo ao balanço do LEADER no PRODERAM está incorreto. Ainda que o texto se refira aos valores corretos, os valores constantes no quadro encontravam-se errados.

O quadro relativo ao PRORURAL encontrava-se correcto, mas a legenda, em vez de euros, indicava as unidades em milhares de euros. Pedindo desculpa aos interessados e a todos os leitores, publicam-se aqui os dois quadros corrigidos.

PRORURAL	Total de Candidaturas Entradas (1)		Candidaturas Aprovadas (com dotação financeira)			N.º postos de trabalho previstos projetos aprovados
	N.º	Inv. Total €	N.º	Inv. Total €	Despesa Pública €	
3.1.1 - Diversificação de Atividades não Agrícolas na Exploração	15	2 243 540	12	1 436 976	892 157	10
3.1.2 - Criação e Desenvolvimento de Microempresas	143	12 642 497	108	8 402 248	4 686 874	100
3.1.3 - Incentivo a Atividades Turísticas e de Lazer no Espaço Rural	21	2 280 312	13	799 668	390 553	5
TOTAL Medida 3.1	179	17 166 348	133	10 638 892	5 969 584	115
3.2.1- Serviços Básicos para a População Rural	132	9 445 816	82	4 788 485	3 929 434	0
3.2.2 - Conservação e Valorização do Património Rural	191	8 080 945	140	5 455 136	3 675 322	0
TOTAL Medida 3.2	323	17 526 761	222	10 243 621	7 604 756	0
TOTAL Medida 4.1	502	34 693 109	355	20 882 513	13 574 340	115

PRODERAM	Total de Candidaturas Entradas		Candidaturas Aprovadas (com dotação financeira)			Postos de trabalho criados
	N.º	Inv. Total €	N.º	Inv. Total €	Despesa Pública €	
3.1 - Diversificação das Economias Rurais	36	6 738 519	30	5 003 549	3 217 786	46
3.2 - Serviços Básicos para a População Rural	22	1 428 821	21	1 350 134	1 143 564	2
3.3 - Conservação e Valorização do Património Rural	125	5 233 346	109	4 359 809	3 330 973	13
3.3 - Conservação e Valorização do Património Rural	0	0	0	0	0	0
TOTAL	183	13 400 686	160	10 713 492	8 812 434	61

II Festival de chás e ervas do mundo

Conferências, workshops, oficinas de cozinha, provas gastronómicas, exposições e passeios pedestres são algumas das atividades que fazem parte do programa da iniciativa dinamizada pela Associação de Defesa do Património de Mértola (ADPM). O evento pretende juntar produtos e produtores de diferentes espécies de ervas e chás de distintas regiões e países, no Monte do Vento, na Amendoeira da Serra, em Mértola, de 26 de maio a 1 de junho.

<http://adpm.pt>

Rede Checa assume presidência da ELARD

Radim Srsen, em representação da Rede LEADER Checa, assumiu a presidência da European LEADER Association for Rural Development (ELARD), a 27 de janeiro, para um mandato de dois anos. O novo Presidente da ELARD defende que é necessário promover a abordagem multifundos do Desenvolvimento local de Base Comunitária (DLBC) a nível nacional e europeu, e continuar a difundir o método LEADER noutras partes do mundo, tanto sob a forma de projetos individuais como princípio das políticas de desenvolvimento da UE.

<http://www.elard.eu>

RADAR

O projeto RADAR - Comunicação e Desenvolvimento pretende contribuir para a formação de jornalistas e estudantes de jornalismo, ao mesmo tempo que promove a aproximação dos cidadãos relativamente às problemáticas relacionadas com a globalização e as políticas públicas de desenvolvimento. É financiado pelo Instituto Camões e promovido pela Par-Respostas Sociais em parceria com o Monte, ACE, o ISU, o 4Change e o CENJOR. Decorre até março de 2015.

<http://projectoradar.com>

Fim de semana Gastronómico do Borrego da Churra da Terra Quente

Mais de uma dezena de restaurantes de Torre de Moncorvo aderiram à iniciativa que decorreu de 7 a 9 de março, numa organização conjunta da Associação de Desenvolvimento Douro Superior, município local, ANCOTEQ e ACIM, apoiada pela Abordagem LEADER do PRODER. Promover os pratos de borrego e fomentar a criação e o desenvolvimento de rebanhos da ovelha da Churra Terra Quente (uma raça autóctone), criando uma mais-valia económica para o território, foi o objetivo.

Futuro LEADER em discussão

O Secretário de Estado da Agricultura (SEA), José Diogo Albuquerque, afirma a intenção de “reorientar o LEADER para a agricultura”, a MINHA TERRA, em representação dos Grupos de Ação Local (GAL), argumenta com a importância da “intervenção integrada” e multissetorial. A troca de ideias e argumentos aconteceu na sessão de encerramento da visita a projetos de Abordagem LEADER no Alentejo Sudoeste, organizada pela MINHA TERRA e ESDIME, dia 19 de março.

José Diogo Albuquerque salienta o papel da agricultura e o “interesse político que está a captar”, apontando para a inclusão do regadio, agroindustrial e formação nos Fundos Europeus Estruturais e assinalando que os pequenos investimentos para agricultores ou a certificação de produtos passarão a integrar a Abordagem LEADER. O governante defende que esta opção corresponde ao um “racional orçamental melhor” e “todos temos a ganhar por ter o LEADER reorientado para a agricultura”.

Em representação dos GAL, Regina Lopes, presidente da Direção da MINHA TERRA, prefere destacar a “dinâmica de trabalho territorial”, assente na abordagem integrada do LEADER, que responde a um “problema de

décadas que é a articulação de políticas”.

Diferenças que não abalam a confiança da presidente da MINHA TERRA, para quem o diálogo entre o Ministério e os GAL corresponde ao “bom caminho para encontrar soluções mais adequadas para estes territórios”. O próximo desafio situa-se na abordagem multifundos e na “coordenação de fundos específicos”.

Antes, na sessão de abertura, David Marques, presidente da Direção da ESDIME, alertara para a especificidade do trabalho dos GAL, em que a intervenção abriga uma “abordagem integrada”, multifacetada e abrangente, face aos diferentes desafios dos

territórios rurais. Para o técnico de desenvolvimento local, é nessa abrangência que se inclui o combate ao despovoamento, através da criação de emprego e microempresas, e apoio social às populações rurais, sendo a “abordagem LEADER é instrumento fundamental”.

No final da visita, em Ourique, o secretário de Estado da Agricultura deixou o Programa de Desenvolvimento Rural (PDR) para ser analisado pela MINHA TERRA, de forma a acolher as propostas dos GAL. Regina Lopes acredita que, apesar das “formas distintas de ver esta matéria”, o caminho faz-se pelo debate de ideias e apresentação de propostas.



Visita a projetos LEADER

A visita a projetos de Abordagem LEADER fez-se em três concelhos – Aljustrel, Castro Verde e Ourique –, e abrangeu cinco projetos: requalificação de estação de secagem e armazenagem de cereais, queijaria para fabrico artesanal, alojamento turístico em espaço rural, reabilitação de fachadas e coberturas de 17 prédios no centro histórico de Ourique e centro multiserviços de apoio ao mundo rural. São €1.190.294,25 de investimento total em ações das medidas 3.1. Diversificação da economia e criação de emprego e 3.2. Melhoria da Qualidade de Vida no Alentejo Sudoeste, zona de intervenção da ESDIME, cooperativa fundada em 1989, em Messejana.

É um território de 3.404 km², que compreende 32 freguesias de seis concelhos – Aljustrel, Almodôvar,

Castro Verde, Ferreira do Alentejo, Odemira e Ourique –, com uma população de 43.144 habitantes, correspondente a 12,65 hab./km².

Números que explicam as palavras do presidente da Câmara Municipal de Ourique, Pedro do Carmo, ao realçar a importância da abordagem LEADER como “abordagem de proximidade” e como “resposta ao problema da desertificação”, “permitindo fixar pessoas no interior do país”. Mérito também enunciado por David Marques, que assinalou o papel do LEADER como “forma de atrair outras populações” para “fazerem o seu projeto de vida no território”.

Por seu lado, o autarca de Aljustrel, Nelson Brito, destaca os “projetos muito meritórios dos atores locais” e as vantagens da “filosofia que é diversificar”.



IV Encontro RuralRePort

“Agricultura Familiar na História: comunidades, economias e paisagens” é o tema geral do IV Encontro RuralRePort – Rede de História Rural em Português, a 27 e 28 de junho em Palmela. Organizado pela SPER- Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais, ICS – Instituto de Ciências Sociais, FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, Universidade de Lisboa e Câmara Municipal de Palmela, visa aprofundar a discussão sobre múltiplas questões suscitadas pela Agricultura Familiar, tema do ano, declarado pela Assembleia Geral das Nações Unidas.

<http://histruralpt.wordpress.com>

GRATER promove “Pegada Ambiental”

A associação entregou 11 aspiradores urbanos às autarquias de Angra do Heroísmo, Praia da Vitória e Santa Cruz da Graciosa, em janeiro, no âmbito da cooperação LEADER do PRORURAL. A ação, num investimento total de cerca de 53 mil euros, insere-se no projeto “Pegada Ambiental”, desenvolvido em parceria com a ADELIAÇOR, procurando minimizar a problemática da gestão de resíduos sólidos e urbanos. Além de várias ações de sensibilização ambiental, será organizado o evento “Limpar Açores” nas ilhas Terceira e Graciosa.

Projeto apoiado pela ADER-SOUSA distingue

O Centro de Informação da Rota do Românico, em Paredes, da autoria do atelier spaceworkers, apoiado pela ADER-SOUSA através da Abordagem LEADER do PRODER, foi reconhecido, em março, com uma menção honrosa nos Architizer A+ Awards, prémio promovido por um dos sites de arquitetura mais relevantes atualmente.

Inaugurado em julho de 2013, o espaço foi idealizado para conservar ao máximo o edifício, o antigo ginásio da Escola Primária do Conde de Ferreira, datado de 1866, e a sua história.

Projeto LEADER da ADRITEM recebe visita de Secretário de Estado

No final da visita à Obra Social de S. Martinho da Gândara, em Oliveira de Azeméis, que inaugurou dia 8 de fevereiro a requalificação das suas instalações e adquiriu uma nova viatura – num investimento na ordem dos 105 mil euros, apoiados em 75% pela Abordagem LEADER do PRODER através da ADRITEM –, Agostinho Branquinho, Secretário de Estado da Solidariedade e da Segurança Social, destacou o papel “determinante” das ADL no Quadro Comunitário de Apoio 2014-2020.

ADL iniciam construção do DLBC

Na reta final da aplicação dos apoios da Abordagem LEADER dos atuais programas de desenvolvimento rural – PRODER (Continente), PRORURAL (Açores) e PRODERAM (Madeira) – as Associações de Desenvolvimento Local (ADL) encontram-se a promover a realização de uma série de encontros de dinamização das parcerias territoriais e preparação das Estratégias de Desenvolvimento Local (EDL) para 2014-2020, à luz do novo instrumento e Desenvolvimento Local de Base Comunitária (DLBC).

Reuniões, encontros, palestras, jornadas e seminários têm vindo a ser organizados pelas ADL nos últimos dois meses, promovendo a difusão de informação pelos vários agentes locais e o debate de ideias com o objetivo primordial de dar início à construção das EDL para o próximo ciclo de programação 2014-2020, encarado como uma grande oportunidade para promover o desenvolvimento nos territórios rurais.

O MONTE, ACE realizou no passado dia 11 de março, em Arraiolos, uma nova reunião de parceiros, dando continuidade ao trabalho de

preparação da intervenção territorial para o Alentejo Central, que está a ser desenvolvido desde 2012. Além da apresentação das temáticas consideradas âncoras para o território no horizonte 2014-2020, foi definido um novo conjunto de reuniões, a realizar entre abril e maio, para alargar a participação e discussão, e que deverão culminar com um encontro final para consensualização da EDL Alentejo Central.

Na Península de Setúbal, a ADREPES deu início à preparação da EDL a 27 de fevereiro, em Palmela, através da realização de um encontro, que reuniu mais de uma centena de participantes. De março a abril, a associação irá promover a realização de mais reuniões centradas em várias temáticas (rural, pescas, turismo, património), de modo a poder fazer a apresentação da respetiva EDL no final de maio.

A construção da EDL no Ribatejo Norte está em curso desde janeiro, através de uma série de reuniões temáticas promovidas pela ADIRN nos vários concelhos do território. A primeira, centrada no sector agrícola, a 29 de janeiro, em Ourém, contou com mais

de 50 participantes. A associação retomou os trabalhos de preparação do DLBC no Ribatejo Norte em fevereiro, com a realização de mais duas reuniões: a 20, sobre turismo, em Tomar, e a 24, dedicada ao património, em Torres Novas. Coletividades e cultura foi o tema da reunião de 24 de março, em Vila Nova da Barquinha, que será seguida por mais quatro encontros até final de maio.

No Vale do Lima, a ADRIL apresentou as novas perspectivas para o novo período de programação através da realização de sessões de divulgação e informação, em fevereiro, em Ponte de Lima (24), Viana do Castelo (25), Ponte da Barca (26) e Arcos de Valdevez (27), que contaram com uma forte participação. A iniciativa, em colaboração com os municípios, visou dinamizar a execução de todos os projetos em curso na Abordagem LEADER e apresentar as linhas de orientação do próximo quadro comunitário de apoio, no sentido de mobilizar o tecido empresarial da região e suscitar ideias para novos projetos.

No Algarve, a primeira reunião de preparação da EDL decorreu a 18 de fevereiro, em São Brás de Alportel. Promovida pela Associação IN LOCO, contando com a presença de representantes das câmaras, constituiu o primeiro passo para a consolidação de uma parceria territorial que deverá sustentar a definição da futura EDL. A associação pretende dar continuidade a este trabalho de debate sobre o território, envolvendo outras entidades da região, nos próximos meses, de forma a desenhar uma única estratégia que envolva simultaneamente as áreas rurais e costeiras.



Nas Terras de Santa Maria estes encontros, que tomaram o formato de Jornadas Técnicas para o Desenvolvimento Local, têm vindo a percorrer as freguesias dos cinco concelhos do território, numa organização da ADRITEM, em parceria com as autarquias e envolvendo as instituições locais e a população em geral. Estas jornadas, que arrancaram na freguesia de Cesar (Oliveira de Azeméis), a 1 e 2

de fevereiro, já tiveram lugar em duas freguesias do concelho de Santa Maria da Feira, a 6 de março, e em mais três conjuntos de freguesias de Oliveira de Azeméis, a 11, 18 e 20 de março. Até final de junho, as freguesias dos restantes concelhos serão abrangidas pela iniciativa, no contexto dos Encontros para o Desenvolvimento Local, promovidos pela ADRITEM.

Alentejo XXI associa-se à Feira da Água

Sob o tema “A água como fator de desenvolvimento”, decorreu em Beja, de 21 a 23 de março, a Feira da Água. Para a associação Alentejo XXI, que partilhou a organização com o município local e a ACOS, o evento decorreu “acima das expectativas”, confirmando-se que “a água será um dos motores desta região nas próximas décadas”. “Novos investimentos, novos agricultores, novos produtos e novas dinâmicas são os trunfos que poderão garantir novos horizontes para esta região”, defende José Nobre.

Puro Algarve

No âmbito da consolidação da estratégia regional de promoção do ecoturismo no Algarve, através da marca regional “Puro Algarve” – criada pelas ADL Vicentina, In Loco e Terras do Baixo no projeto de cooperação LEADER Um Outro Algarve – estão previstas várias atividades e eventos por todo o território. Workshops, formações e outras ações de animação territorial e dinamização do sector do ecoturismo, terão o seu desfecho com a realização da Bienal de Turismo de Natureza, em Ajezur, de 3 a 6 de outubro.

<http://www.puroalgarve.pt>

X Colóquio Ibérico de Estudos Rurais

A décima edição do CIER terá lugar na Universidade de Valladolid (Espanha), entre 16 e 17 de outubro de 2014. Sob o tema “Territórios Rurais, Agriculturas Locais e Cadeias Alimentares”, congrega a pluralidade de interesses e abordagens das entidades organizadoras – Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais (SPER) e a Associação Espanhola de Economia Agrária (AEEA) –, assim como as atuais prioridades de investigação e intervenção sobre os territórios rurais.

<http://goo.gl/nlvbXT>

A ADAE tem novo site

“Acreditamos valor à nossa região”. É esta a “assinatura” do novo site da ADAE. De mãos dadas com o desenvolvimento rural da Alta Estremadura – Batalha, Leiria, Marinha Grande e Porto de Mós – desde 1994, a associação apresentou uma nova imagem, assinalando, assim, os 20 anos a “potenciar e estimular as potencialidades da região, em particular as zonas rurais e mais carenciadas”, apoiando iniciativas de investimento e criação de emprego e formação e qualificação profissional, entre outras atividades.

<http://www.adae.pt>

ADICES acolhe encontro da Minha Terra com o Secretário de Estado do Desenvolvimento Regional



Debater o Desenvolvimento Local de Base Comunitária (DLBC), no âmbito da preparação da estratégia para os Fundos Europeus Estruturais e de Investimento para o perí-

odo 2014-2020, foi o objetivo do encontro com o Secretário de Estado do Desenvolvimento Regional, Manuel Castro Almeida, que manifestou interesse em aprofundar o conhecimento relativo ao movimento de desenvolvimento local, abordagem LEADER e funcionamento dos GAL na sua intervenção nos territórios.

No encontro, realizado nas instalações da ADICES – Associação de Desenvolvimento Local, em Santa Comba Dão, dia 6 de março, as associações presentes na reunião partilha-

ram informação relativa aos resultados alcançados com a implementação da abordagem LEADER nos seus territórios, e ao modelo de governação dos Grupos de Ação Local (GAL), relativamente ao funcionamento das estruturas e equipas, modelos de candidaturas e aprovação de projetos. A articulação com outros atores dos territórios e a compatibilização com outros mecanismos de financiamento foram outros temas abordados.

Os participantes presentes destacaram ainda a forte relação dos GAL com os territórios de intervenção e a importância da consolidação das parcerias existentes, que são a base do trabalho realizado, bem como a transversalidade e complementaridade das intervenções. Elementos que contribuem para a eficácia da Estratégias de Desenvolvimento Local (EDL) e para os resultados alcançados, e que deverão ter continuidade no futuro.

ADRAT Conversas IN

A segunda edição das Conversas IN promovidas pela ADRAT – Associação de Desenvolvimento da Região do Alto Tâmega, em Chaves, a 27 de março, juntando 152 participantes, confirmou o sucesso desta iniciativa, “que se pretende se multiplique e dissemine, pois assume extrema importância para a definição não só de estratégias, mas também de formas de abordagem e metodologias de intervenção futuras no âmbito do processo de desenvolvimento da região do Alto Tâmega”, segundo a associação.

Sob o tema “Que estratégias para o futuro...”, estas Conversas IN – INteressantes, INdispensáveis, INtegradas, INteligentes, INformais, INterativas – integraram três mesas-redondas centradas nas oportunidades de financiamento 2020 para a região do Alto Tâmega, na inovação como fator de desenvolvimento do território e a criação de um espírito empreendedor, privilegiando a apresentação de casos práticos e a partilha de experiências e conhecimento.

Debater numa lógica de desenvolvimento regional, junto de jovens, professores, pais, empresários e decisores oportunidades e desafios, tendo como foco a obtenção de vantagens competitivas resultantes da inovação, empreendedorismo, networking, responsabilidade social e cidadania, foi o objetivo das Conversas IN da ADRAT, que assinala em 2014 “25 anos a promover o desenvolvimento regional”.

DUECEIRA/ELOZ entrega contratos LEADER



Os beneficiários com projetos aprovados no Eixo LEADER do PRODER foram protagonistas da cerimónia, realizada a 21 de fevereiro, no auditório da Praça da Notabilidade, em Castanheira de Pera, com a presença da Gestora do PRODER, Gabriela Ventura.

Com 103 projetos aprovados na atual Abordagem LEADER, que correspondem a cerca de 9 milhões de euros de investimento total e 5,5 milhões de euros de despesa pública, o GAL DUECEIRA/ELOZ procedeu à entrega de 24 contratos de financiamento, representando um montante total de investimento de 1,5 milhões de euros.

O programa integrou a visita a vários projetos da in-

tervenção LEADER no território ELOZ Entre serra da Lousã e Zêzere – Cercicaper em Castanheira de Pera, Casulo de Malhoa e Museu de Artes, Aldeia de Xisto do Casal de São Simão, e restaurante Varandas do Casal, em Figueiró dos Vinhos, Loja do Senhor Falcão, em Miranda do Corvo, e a Academia de Artes da Lousã, na Lousã – tendo sido ainda incluída uma empresa de produtos alimentares (Faster) apoiada no âmbito do Eixo 1 do PRODER.

As ADL Dueceira e Pinhais do Zêzere, que em conjunto trabalham a parceria e formam o território ELOZ. Entre serra da LOusã e Zêzere, celebram o seu 20.º aniversário este ano.

Workshops temáticos Rede INOVAR

A Rede INOVAR, em parceria com a Rede Rural Nacional e a colaboração do Gabinete de Planeamento e Políticas, organiza quatro workshops temáticos de sensibilização para as oportunidades inerentes à Parceria Europeia de Inovação para a Produtividade e Sustentabilidade do Sector Agrícola (PEI-AGRI), nomeadamente no que diz respeito aos Grupos Operacionais (GO), a decorrer em Vila Real (27.03), Porto (28.03), Lisboa (13.05) e Évora (29.05).

BECK FEST nas Montanhas Mágicas

Território de excelência para a prática de diversos desportos de aventura, reconhecido como destino turístico sustentável em áreas protegidas pela Europarc – Federação Europeia de Parques, as Montanhas Mágicas vão receber este evento promovido pela ADRIMAG, no âmbito da EEC PROVERE Montemuro, Arada e Gralheira. Entre 15 de abril e 4 de maio de 2014, visite as Montanhas Mágicas e desfrute de toda a sua riqueza natural e cultural, com as provas desportivas e concertos musicais do BECK FEST.

<http://www.beckfest.com>

Rio com(n) vida

A apresentação dos resultados do estudo “Monitorização da Fauna Piscícola e Qualidade da Água”, desenvolvido pela Escola Superior Agrária de Viseu, foi uma das atividades do evento promovido pela ADDLAP, nos dias 21, 22 e 23 de março.

Organizada no âmbito do projeto AARC – Atlantic Aquatic Resource Conservation, a iniciativa ficou marcada pelo início da plantação de 5000 árvores nos cinco concelhos abrangidos pela associação e a entrega de certificados e prémios às escolas vencedoras do programa educativo “Um rio com vida”.

Rur@l Inov é notícia na ENRD magazine

A edição de Inverno 2013/2014 da revista da Rede Europeia de Desenvolvimento Rural (ENRD) dedica duas páginas ao projeto Rur@l Inov – Inovar em Meio Rural, desenvolvido pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro em parceria com a Direção Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural, com o apoio do Programa da Rede Rural Nacional.

Conhecer as inovações desenvolvidas e implementadas por diferentes tipos de organizações nas áreas rurais portuguesas, é o objetivo central do Rur@l Inov.

<http://goo.gl/QvJhNH>

Redes unem-se para reforçar o desenvolvimento e os direitos humanos

Fórum de Redes da Sociedade Civil

Sete Redes da Sociedade Civil, em representação de mais 350 organizações do terceiro setor, assinaram uma Declaração de Compromisso, para a partilha de informação, organização de atividades conjuntas, reforço da participação na definição de políticas, fomento de princípios de boa governação nestas organizações e dinamização de uma plataforma de redes, no final do 1.º Fórum Nacional de Redes da Sociedade Civil, que se realizou nos dias 20 e 21 de fevereiro, no ISCTE-IUL, em Lisboa.

MINHA TERRA, ANIMAR – Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local, Centro Regional de Informação das Nações Unidas (UNRIC), Confederação Portuguesa de Associações de Defesa do Ambiente (CPADA), Conselho Nacional da Juventude (CNJ), Plataforma Portuguesa dos Direitos das Mulheres e Plataforma Portuguesa das ONGD uniram-se para a realização do evento, com o objetivo de refletir sobre o papel das organizações da sociedade civil, e estabelecer linhas de diálogo, princípios de entendimento e de atuação entre as diferentes plataformas, para desenvolverem intervenções de forma concertada e colaborativa. No foco desta mobilização a consciência de que os problemas da sociedade são

transversais, justificando intervenções articuladas.

Na sessão plenária sobre “Desafios para o futuro: agenda nacional, europeia e global para um modelo de desenvolvimento sustentável e inclusivo”, Catarina Albuquerque (relatora especial da ONU para o Direito Humano à Água e ao Saneamento), Francesco Bicchiatto (PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) e Fátima Proença (ACEP – Associação para a Cooperação entre os Povos) debateram a Agenda para o Desenvolvimento Pós-2015, as fragilidades dos ODM – Objetivos do Milénio e os Direitos Humanos.

Antes, na sessão “Sociedade Civil Portuguesa: Introspeção e debate sobre uma visão de futuro”, o investigador Tiago Fernandes (Faculdade de Ciências Sociais e Humanas)

perspetivou a sociedade civil a partir da História, referindo que a participação cívica se encontra a par da progressão normal em jovens democracias. O declínio da participação cívica dos portugueses preocupa Jorge Sampaio, mas o ex-Presidente da República preferiu salientar seis características da sociedade civil portuguesa: o trabalho coletivo, a antecipação de soluções, a abordagem pioneira e inovadora, a força mobilizadora da opinião pública e condicionadora da agenda política e das políticas públicas, a força de afirmação da cidadania, e a afirmação de Portugal no Mundo. Observações partilhadas por Jan Jarab (Alto Comissariado das Nações Unidas para os Direitos Humanos), para quem “reforçar a sociedade civil é reforçar democracia e direitos humanos”.



Sessão Paralela: Desenvolvimento Territorial, Territórios e os seus Atores

“Direito ao desenvolvimento”

MINHA TERRA e ANIMAR reclamaram o “direito das populações ao desenvolvimento”, ao mesmo tempo que afirmaram a importância de uma intervenção territorial, integrada, participativa e inovadora, assente no trabalho de parceria e atenta às especificidades de cada região, na sessão paralela: “Desenvolvimento Territorial, Territórios e os seus Atores”, promovida pelas duas organizações. Durante a sessão, Luís Chaves (MINHA TERRA) apresentou o Desenvolvimento Local de Base Territorial (DLBC), modelo inspirado no sucesso da abordagem

LEADER, como a ferramenta promovida no âmbito dos Fundos Estruturais Europeus de Investimento mais adequada para a intervenção dos Grupos de Ação Local (GAL), enquanto Clara Lourenço (ADC Moura) e José Diogo (ADREPES) ilustraram a intervenção territorial destas associações através de exemplos de projetos. No final, Joaquim Amado (MINHA TERRA) e Eduardo Figueira (ANIMAR) destacaram a importância de reconhecimento do trabalho das associações de desenvolvimento local nos territórios e a “convergência de pontos de vista” entre as duas plataformas.

Jovem formando da ATAHCA vence concurso “Namorar Portugal”



José Miguel Ribeiro, 23 anos, natural de Vila Verde (freguesia de Soutelo), foi o grande vencedor do concurso jovens criadores da Gala Namorar Portugal 2014, que decorreu na noite de 14 de fevereiro, surpreendendo o júri – presidido pela Diretora da Moda Lisboa, Eduarda Abbondanza –, com uma peça versátil, elegante e

romântica, de inspiração vintage, com um toque de contemporaneidade, inspirada nos Lenços dos Namorados.

O jovem encontra-se a frequentar o curso de Técnico de Design de Moda, iniciado em 2013 pela ATAHCA para jovens com idades compreendidas entre os 15 e os 24 anos, com o 3.º Ciclo,

desempregados ou à procura do primeiro emprego.

Segundo o presidente da ATAHCA, José da Mota Alves, que felicitou de imediato o jovem pela conquista do primeiro prémio do XI Concurso Internacional de Criadores de Moda, atribuído pelo Município de Vila Verde, “torna-se cada vez mais premente a aposta na qualificação escolar e profissional de forma a permitir uma reintegração num mercado de trabalho que se apresenta cada vez mais exigente”.



Try Nordestin promove o Nordeste de Portugal em Moscovo

A plataforma turística que representa o Nordeste de Portugal foi a única presença portuguesa na Intourmarket – Feira Internacional de Viagens e Turismo, que decorreu entre 15 e 18 de março, em Moscovo.

A participação na feira, que é das mais importantes da Rússia, e das maiores de turismo da Europa, destinou-se à divulgação e promoção deste projeto lançado pela CORANE - Associação de Desenvolvimento dos Concelhos da Raia Nordestina, ao qual aderiu recentemente a DESTIQUE - Associação para o Desenvolvimento da Terra Quente.

O stand, “modesto mas muito bem pensado em termos comunicacionais”, na opinião da coordenadora da CORANE, Luísa Pires, despertou a atenção dos milhares de visitantes do certame e da comunicação social local, que convidou o Try Nordestin para uma entrevista de 15 minutos à Channel Russian Guide TV.

“O facto de nos termos conseguido organizar para promover o território em conjunto, de marcarmos presença num evento desta natureza com baixíssimos custos, já é uma conquista muito positiva e o início de um novo caminho que, estamos certos, vai dar frutos”, refere Aurora Ribeiro, coordenadora da DESTIQUE.

<http://www.trynordest.in>

ADL promovem turismo rural na BTL

Beira Serra, Charneca Ribatejana, Montanhas Mágicas, Norte Alentejo, Pinhal Interior Sul, Ribatejo Interior, Ribatejo Norte e Vale do Lima foram as regiões que, através das Associações de Desenvolvimento Local (ADL), marcaram presença na 26.ª edição da Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL), que decorreu na capital entre 12 e 16 de março.

A Bolsa de Turismo de Lisboa foi uma oportunidade para ADER-AL, ADIBER, ADIRN, ADRIL, ADRIMAG, Charneca Ribatejana, Pinhal Maior e TAGUS divulgarem e promoverem os territórios rurais como destinos turísticos de qualidade, dinamizando um conjunto de atividades de apresentação de novos produtos turísticos, eventos, publicações e sítios na Internet.

ADIRN, Pinhal Maior e TAGUS, partilhando o pavilhão do Médio Tejo, convidaram os visitantes a desfrutar das inúmeras possibilidades oferecidas aos amantes do turismo nos seus territórios, igualmente ricos em sabores dados a degustar. A ADIRN apostou na promoção da Festa Templária, que está a organizar para os dias 22 a 25 de maio, em Tomar.

A ADRIMAG promoveu as Montanhas Mágicas – reconhecidas como destino turístico sustentável em áreas protegidas – e apresentou o Beck Fest, megaevento, promovido pela associação, que convida a desfrutar de toda a riqueza natural e cultural das montanhas mágicas entre 15 de abril e 4 de maio.

As associações ADRIL e Charneca Ribatejana apostaram também na apresentação

de dois novos produtos turísticos; a ADRIL, a Rota dos Gigantes, que recorre a personalidades históricas para promover os quatro concelhos do Vale do Lima; a Charneca, a Rota Sinestesia, que integra vários percursos pela lezíria ribatejana, ligando quintas agrícolas, ganadarias, coudearias, passeios de barco.

Já a ADER-AL convidou nove promotores de projetos turísticos apoiados através da Abordagem LEADER do PRODER: Herdade da Fonte, Quinta de Santo André, Monte da Esperança, Agro Turismo Monte Alto, Eira Velha, CPTH - Casa do Peso, Monte do Vale, Naturdelta e Train Spot.

Para a ADIBER, que participou pelo quarto ano consecutivo em conjunto com os municípios da Beira Serra, esta presença “constituiu-se

em mais um sucesso, demonstrando a coesão da região e a disponibilidade de todos os atores locais em reforçarem as parcerias existentes e darem continuidade ao trabalho desenvolvido que tem produzido resultados extremamente positivos”, segundo Miguel Ventura, presidente da associação.

Em representação das ADL da região Norte, esteve presente também a ATA – Associação do Turismo de Aldeia que, entre outras atividades de divulgação das Aldeias de Portugal, lançou a publicação “Aldeias do Norte de Portugal” e o novo [site](http://www.aldeiasportugal.pt) das Aldeias de Portugal.

<http://www.aldeiasportugal.pt>

Norte Alentejo recebe Gestora do PRODER



A visita, organizada pela Associação para o Desenvolvimento em Espaço Rural do Norte Alentejo (ADER-AL), a 12 de março, proporcionou a oportunidade de conhecer vários projetos apoiados pelo PRODER (Eixo 1 e Eixo 3 – Abordagem LEADER).

A Sala de Snoezelen da Santa Casa da Misericórdia do Crato foi o ponto de partida do programa que incluiu a visita a dois projetos agrícolas (Altas Quintas e Celestino Lourenço Gonçalves), apoiados no âmbito do Eixo 1 do

PRODER, e a dois apoiados pela Abordagem LEADER – uma unidade de Turismo em Espaço Rural (Train Spot), instalado na antiga estação ferroviária de Marvão-Beirã, e um restaurante (Varanda do Alentejo) em Marvão.

A Varanda do Alentejo, afamado restaurante, foi o local escolhido pela associação para proceder à entrega dos contratos aos promotores com projetos aprovados no último concurso LEADER da ADER-AL.

Visando promover a diversificação da economia e criação de emprego e a melhoria da qualidade de vida no Norte Alentejo (concelhos de Arronches, Campo Maior, Castelo de Vide, Crato, Elvas, Marvão, Monforte, Nisa, Portalegre e Sousel), a ADER-AL já aprovou 164 projetos, representando um investimento total de 21,1 milhões de euros e uma despesa pública de 11,1 milhões de euros, e a criação de 164 postos de trabalho.



Os desafios das produções locais

Porquê consumir produtos locais?

Porque são mais **amigos do ambiente** – não só devido ao seu processo de produção mais artesanal, mas também porque têm geralmente origem em regiões próximas, pelo que se evitam os custos ambientais de transportes longos. Permitem também a manutenção das práticas agro-silvo-pastoris, que preservam a paisagem e os ecossistemas.

Porque **criam mais empregos** – por serem pouco ou nada industrializados, empregam mais mão-de-obra do que os produtos altamente industrializados.

Porque **evitam o despovoamento rural** – ao criarem emprego nos territórios rurais, permitem a fixação das populações.

Porque **preservam a cultura e a identidade** – pela incorporação de saber-fazer ancestral e pela influência na gastronomia dos territórios.

Na era da globalização, parece que qualquer produto pode ser feito tanto em Portugal como na China ou noutro qualquer país. Com aparelhos eletrónicos americanos fabricados na China, massas italianas produzidas em Espanha, automóveis alemães feitos em Portugal, iogurtes gregos produzidos em França, que espaço fica para a diferenciação dos produtos locais? Tudo é copiável e deslocalizável?

A autenticidade não é passível de ser copiada e deslocalizada. Pode constituir-se, portanto, como uma vantagem competitiva sustentável para os produtos tradicionais/locais, assente na sua qualidade intrínseca e na valorização da sua identidade pelos consumidores.

Com efeito, os produtos tradicionais são em muitos casos sinónimo de produtos de qualidade, podendo ou não, no caso dos produtos alimentares, beneficiar das denominações de qualidade DOP – Denominação de Origem Protegida, IGP – Identificação Geográfica Protegida ou ETG – Especialidade Tradicional Garantida.

Trazendo benefícios para os consumidores, que os reconhecem como

realmente distintos daqueles produzidos em escala industrial, os produtos locais trazem também vantagens para as comunidades onde estes são produzidos, quer por desenvolverem a sua economia e criarem emprego, como por contribuírem para a preservação da identidade cultural local e a preservação da paisagem e do ambiente.

Apesar destas vantagens parecerem evidentes, os produtos locais enfrentam grandes dificuldades no desenvolvimento da sua produção e comercialização.

Desde logo, a manutenção da autenticidade, com a sua menor industrialização e a utilização de matérias-primas de qualidade, comporta custos que reduzem a sua competitividade de preço. Depois, por não se fazerem produções em larga escala têm também dificuldades no acesso aos mercados através das grandes cadeias de distribuição, que são hoje dominantes, que privilegiam fornecedores que tenham capacidade de resposta para elevados volumes de procura, sem sazonalidade.

Além disso, para os consumidores valorizarem os produtos locais é necessário um esforço de marketing que

pode também ser bastante oneroso, e em que o sucesso não é garantido. Até porque existe muita concorrência que procura mascarar os seus produtos industriais de um aspeto tradicional.

Tratam-se de desafios que a maior parte dos pequenos produtores tem muita dificuldade em superar, limitando o seu crescimento. E deixando muitos deles numa escala tão pequena que, por força até das exigências regulamentares e tributárias, deixa de valer a pena produzir.

Para que os produtos locais se possam desenvolver é necessário, antes de mais, que os produtores sintam que a sua atividade é economicamente viável. A simplificação de procedimentos, redução de taxas e licenças poderá ser um passo importante. A criação de circuitos curtos de comercialização, o desenvolvimento de estratégias de cooperação entre produtores, a promoção de feiras, festivais e outras formas de promoção e escoamento dos produtos serão outros passos necessários para desenvolver e valorizar as produções locais, contribuindo para estimular o desenvolvimento integrado dos territórios.



Circuitos curtos de comercialização

O desenvolvimento dos sistemas temporâneos de logística e distribuição (transportes, grandes armazéns, supermercados e hipermercados), com enormes economias de escala e grande atratividade para os consumidores, tornou possível que, ao contrário do que sucedia até há algumas décadas, a maioria dos produtos consumidos tenham a sua origem nos locais mais remotos.

Se por um lado isto tornou possível o escoamento das produções desses locais, fá-lo geralmente a preços e em condições que em pouco contribuem para o seu desenvolvimento sustentável. Além disso, criou a situação anacrónica de existirem muitos produtores situados muito mais próximos dos

consumidores que não conseguem escoar as suas produções.

Tornou-se por isso premente a promoção dos circuitos curtos de comercialização, que podem ser agrupados em três categorias: os mercados de produtores, as feiras de produtos locais e as novas formas de comercialização.

Com raízes ancestrais, uma nova geração de mercados de produtores estão a ser organizados por autarquias, Grupos de Ação Local (GAL) ou Associações de Produtores, para permitir aos pequenos produtores vender os seus produtos.

Em Vila do Conde, por exemplo, onde existe uma pujante feira semanal, foi criado, em 2011, pela Câmara Municipal e por Associações de Produtores, um mercado rural quinzenal,

para permitir aos pequenos produtores escoar os seus produtos. Com objetivos semelhantes, o GAL PINHAL MAIOR, em parceria com cinco municípios, criou a iniciativa Quintais nas Praças do Pinhal, levando os produtores a cada um dos concelhos participantes no projeto.

No caso da ADAE e da LEADER-ESTE, a aposta foi em criar pequenos mercados de produtos rurais nos seus territórios de intervenção, um no Cadaval e o outro em Ourém, criando o conceito (assim como a identidade gráfica e as próprias bancas) dos mercados ECORurais, para os pequenos produtores agrícolas e artesãos.

As feiras e festivais de produtos são realizadas, geralmente, com o duplo

propósito de vender e divulgar os produtos locais. Algumas tornaram-se sozamente conhecidas, como a Feira da Alheira de Mirandela, as Feiras do Fumeiro de Montalegre e de Vinhais (que, sendo das mais antigas, faz hoje parte de um processo de integrado de legalização dos produtores de enchidos, licenciamento de cozinhas tradicionais e de informação), a Feira do Vinho do Dão, a Feira da Castanha de Marvão ou o Festival da Batata Doce de Aljezur. Ao criar um local que junte os produtores para estes venderem, está a criar-se condições para organizar a oferta e estimular os produtores a apostarem na sua atividade – ou seja, está a trabalhar-se do lado da oferta. Ao mesmo tempo, divulga-se os produtos e consegue-se uma maior visibilidade destes junto dos consumidores – trabalhando-se também a procura.

Estas dinâmicas revestem-se da maior importância para o desenvolvimento local, motivo pelo qual a maior parte dos GAL estão envolvidos na organização destes eventos, que quase sempre mobilizam também as autarquias locais.

Nas novas formas de comercialização despontam experiências, algumas já com provas dadas e a caminho da velocidade de cruzeiro, protagonizadas pelos GAL. Sendo o PROVE – Promover para Vender (www.prove.com.pt) caso mais conhecido de venda direta do produtor ao consumidor, apostando numa relação de compromisso entre produtores e consumidores que recebem uma cabaz de hortofrutícolas frescos e da época, existem outras experiências promissoras.

Da Quinta Para o Prato é um exemplo. Trata-se também da venda direta pelo produtor, mas neste caso os clientes são os restaurantes e as cantinas. Deste modo, os produtores conseguem clientes que lhes compram maiores quantidades e os estabelecimentos podem oferecer produtos frescos de qualidade, originários dos próprios territórios.

Gradualmente, os circuitos curtos de comercialização estão a voltar a ser implementados, o que constitui um importante contributo para a sustentabilidade dos territórios rurais e para oferecer produtos de qualidade aos consumidores.

Sabia que...

Portugal é o 2.º país da União Europeia com maior número de produtos protegidos por denominações de qualidade (DOP/IGP/ETG)?

Com 2% da população e da superfície da UE, Portugal detém 16% dos registos.

PRODUTOS PORTUGUESES PROTEGIDOS:



Fonte: Comissão Europeia

Na promoção dos produtos locais, a abertura de lojas situadas em meio urbano é uma importante estratégia, quer de promoção e comercialização desses produtos, quer de divulgação dos mesmos, espelhando a diversidade dos territórios rurais e das suas produções. Os territórios urbanos concentram grande parte da procura potencial para os produtos locais, pelo que se torna imperioso, primeiro aceder a esses mercados e, depois reforçar os canais de comercialização.

O espaço Portugal Rural, em Campo de Ourique, Lisboa, foi uma das primeiras experiências e conta já com 15 anos de existência. O espaço comercial, para além da venda de agroalimentar e artesanato, é a montra de um projecto de valorização, qualificação (de produtos e produtores) e de sensibilização (de produtores e consumidores), que beneficiou do apoio LEADER através da medida de cooperação.

Inaugurado em 2009, o Espaço Açores – Tradição & Gourmet, resultado da união das Associações de Desenvolvimento Local (ADL) dos Açores, ARDE, GRATER, ASDEPR e ADELIAÇOR, é outro projeto que mostra a qualidade dos produtos locais na Capital, consistindo num espaço de promoção e representação dos produtos açorianos em plena Baixa Pombalina que já conquistou consumidores fieis que sabem em que dias da semana chegam os bolos lêvedos ou a carne açoriana.

Também em Lisboa, a abertura, prevista para o Verão de 2014, de uma montra de diversidade agroalimentar e turística dos territórios portugueses, no Largo do Intendente, resultou de um protocolo entre a Câmara Municipal

Lojas de produtos locais nas cidades

de Lisboa e seis ADL (TAGUS, ADER-AL, CORANE, LEADERSOR, PINHAL MAIOR e TERRAS DE SICÓ). Para além de uma loja de produtos alimentares, o espaço contempla também uma zona de exposições e um programa de animação, permitindo estimular o consumo dos produtos locais, não só no mercado interno, lisboeta, mas também no externo, ao mostrar-se ao turismo que procura Lisboa.

Localização diferente, mas também marcadamente urbana, foi escolhida pela Raia Histórica e a Pró-Raia. Localizada no cais de Gaia, a loja Portugal Interior promove, e comercializa, desde Janeiro de 2013, o que de melhor se produz na Beira Interior, chegando também a um vasto público, nacional e estrangeiro.

Destinos diferentes foram escolhidos pela ADAE, que abriu também uma loja de produtos locais em Leiria, pela ADIRN, com uma loja em Tomar, pela ADRUSE, que situou a loja em Gouveia e pela TAGUS, que abriu uma loja em cada um dos concelhos onde intervém, Abrantes, Constância e Sardoal, promovendo assim os produtos locais nos seu territórios de intervenção e nas cidades que dele fazem parte.



Dieta Mediterrânica classificada Património Imaterial da Humanidade

A UNESCO consagrou a Dieta Mediterrânica, no início de dezembro, como Património Cultural Imaterial da Humanidade. Este reconhecimento abrange sete países: Portugal, Espanha, Itália, Grécia, Marrocos, Croácia e Chipre.

A candidatura trabalho técnico realizado durante dois anos e meio pelas comunidades que em cada país lideraram a candidatura, que no caso português foi liderada pelo município de Tavira, com o acompanhamento de uma Comissão Nacional, coordenada por Vítor Barros, do Instituto Nacional de Investigação Agrária e Veterinária, constituída por Ministérios, instituições públicas e privadas.

Entre os elementos que caracterizam a Dieta Mediterrânica destaca-se o consumo de produtos frescos (hortícolas, fruta, etc.), a utilização do azeite como principal fonte de gordura alimentar, o pão, o recurso às ervas aromáticas e aos frutos secos, o vinho consumido com moderação, a esporádica utilização da carne.

Importante é notar que a Dieta Mediterrânea não se refere apenas à alimentação, mas assenta em vários aspetos que constituem um estilo de vida saudável: atividade física moderada, descanso adequado, a convivência à mesa, as atividades culinárias de preparação das refeições, a opção pelos alimentos dentro da sua sazonalidade,

frescos ou com o mínimo de processamento.

Na reunião da UNESCO que classificou a Dieta Mediterrânica foi destacada por diversos Estados a relação entre a proteção do Património Cultural Imaterial e a sustentabilidade dos territórios e a necessidade da urgente proteção da diversidade cultural do mundo.

Com esta inscrição na lista do Património Imaterial da Humanidade, Portugal assume particulares responsabilidades na defesa das culturas locais, a obrigação de realizar inventários e de participar no Plano de Salvaguarda com os outros Estados e comunidades representativas.

“A Dieta Mediterrânica traduz um estilo de vida, e não apenas um padrão alimentar, que combina ingredientes da agricultura local, receitas e formas de cozinhar próprias de cada lugar, refeições partilhadas, celebrações e tradições, que, juntamente com o exercício físico moderado, favorecido pelo clima ameno, completam um estilo de vida que a ciência moderna nos convida a adotar em benefício da nossa saúde, tornando-a um excelente modelo de vida saudável.”

Associação Portuguesa de Dietistas
<http://www.apdietistas.pt>

A classificação cria boas oportunidades para o desenvolvimento das produções locais, protecção das espécies autóctones e paisagens culturais, para a promoção de estilos de vida saudável e turismo cultural, elementos indispensáveis para o desenvolvimento sustentável.

Redes Colaborativas de Produção Local

As Redes Colaborativas de Produção Local são uma forma de organização de produtores locais, que colaboram entre si para melhorarem os seus negócios. Trata-se de uma forma de organização pouco convencional: o mais habitual é as empresas organizarem-se por fileira ou por setor de atividade, de forma a defenderem os seus interesses comuns, alcançarem escala no fornecimento aos mercados, beneficiarem de uma identidade comum, etc.

No caso destas redes, a agregação dos produtores faz-se essencialmente em função da complementaridade dos produtos, da possibilidade da sua comercialização conjunta ou da integração de produtos de outros produtores como matéria-prima ou subsidiária.

José João Rodrigues, da Casa do Sal da Figueira da Foz, conta como lhe surgiu a ideia: para criar mais valor para o sal “olhei à minha volta e tentei ver que produções poderiam articular-se com o sal. Então, descobri as Plantas Aromáticas da Ti Preciosa de Penacova, o Queijo de Ovelha e Cabra do Delmino do Rabaçal, as Azeitonas da Quinta da Ribeira de Lodões de Vila Flor, Trás-os-Montes, a Olga Cavaleiro de Tentúgal da Pastelaria ‘O Afonso’, etc. E com estes produtores fui criando produtos novos, com outros fomos distribuindo em conjunto e participando em eventos.”

Apesar de ainda estarem no início do seu caminho, as Redes Colaborativas de Produção

Local revelam já um grande potencial para ajudar ao crescimento das vendas das produções locais, inovação e criação de novos produtos a partir dos produtos locais, criação de uma densidade e variedade de produtos locais ligados à cultura do local e dinamização do tecido de produtores locais, com efeitos na animação dos agentes e da economia do território.

Para estimular a constituição e fortalecimento destas redes é importante que os agentes de desenvolvimento local, realizem um verdadeiro trabalho de animação territorial, mobilizando os produtores para se organizarem em redes, dinamizando a interação entre os produtores, organizando feiras para promoção e venda dos produtos locais, apresentando nos eventos em que participem os produtos dos seus territórios, criando ferramentas de divulgação das produções locais (websites, lojas, etc.), realizando a mediação entre os produtores locais e os organismos da administração pública, sempre que tal se justifique, e organizando ações de formação e informação para os produtores.

Perante o potencial de que Redes Colaborativas se revestem, é importante existirem entidades com a missão agregadora e dinamizadora, trabalho exigente, mas que vale indubitavelmente a pena, para reforço da economia e da identidade locais.



ONDE ESTAMOS



As 53 ADL que constituem a Federação MINHA TERRA encontram-se distribuídas por todo o território nacional.

Portugal Continental



- 01 ADER-SOUSA
www.adersousa.pt
- 02 AD RAT
www.adrat.pt
- 03 AD RIL
www.adril.pt
- 04 AD RIMAG
www.adrimag.com.pt
- 05 AD RIMINHO
www.adriminho.pt
- 06 AD RITEM
www.adritem.pt
- 07 ATAHCA
www.atahca.pt
- 08 BEIRA DOURO
www.beiradouro.pt
- 09 CORANE
www.corane.pt
- 10 DESTIQUE
www.destique.com
- 11 DOLMEN
www.dolmen.co.pt
- 12 DOURO HISTÓRICO
www.dourohistorico.pt

- 13 DOURO SUPERIOR
www.dourosuperior.pt
- 14 PROBASTO
www.probasto.pt
- 15 SOL DO AVE
www.soldoave.pt
- 16 AD ELO
www.adelo.pt
- 17 ADAE
www.adae.pt
- 18 ADD
www.add.pt
- 19 ADD LAP
www.addlap.pt
- 20 ADERES
www.aderes.com.pt
- 21 ADIBER
www.adiber.pt
- 22 ADICES
www.adices.pt
- 23 AD RUSE
www.adruse.pt
- 24 AD RACES
www.adraces.pt
- 25 RAI A HISTÓRICA
www.raiahistorica.org
- 26 DUECEIRA
www.dueceira.pt
- 27 PINHAL MAIOR
www.pinhalmajor.pt
- 28 PRÓ-RAIA
www.pro-raia.pt
- 29 RUDE
www.rude-adr.pt
- 30 TERRAS DE SICÓ
www.terrasdesico.pt
- 31 ADIRN
www.adirn.pt
- 32 ADREPES
www.adrepes.pt
- 33 APRODER
www.aproder.pt
- 34 CHARNECA
www.charnecaribatejana.pt
- 35 LEADER OESTE
www.leaderoeste.pt
- 36 TAGUS
www.tagus-ri.pt
- 37 ADER-AL
www.ader-al.pt
- 38 ADL
www.adl.litoralalentejano.pt
- 39 ESDIME
www.esdime.pt
- 40 LEADERSOR
www.leadorsor.pt
- 41 ROTA DO GUADIANA
www.rotaguadiana.org
- 42 MONTE-ACE
www.monte-ace.pt
- 43 ALENTEJO XXI
www.alentejoxxi.pt
- 44 TERRAS DENTRO
www.terrasdentro.pt
- 45 VICENTINA
www.vicentina.org
- 46 IN-LOCO
www.in-loco.pt
- 47 TERRAS DO BAIXO GUADIANA
www.atbaixoguadiana.pt
- 48 ADELI AÇOR
www.adeliacor.org
- 49 ARDE
www.arde.pt
- 50 ASDEPR
www.asdepr.com.pt
- 51 GRATER
www.grater.pt
- 52 ACAPORAMA
www.acaporama.org
- 53 AD RAMA
www.adrama.pt

Região Autónoma dos Açores



Região Autónoma da Madeira



Nuno Vieira e Brito é Doutor em Ciências Veterinárias pela Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Foi docente da Escola Superior Agrária do Instituto Politécnico de Viana do Castelo, de que foi também vice-presidente. Nomeado Secretário de Estado em abril de 2012, assumiu a nova pasta da Alimentação e Investigação Agroalimentar.

Valorizar as pequenas produções locais

Como é que o Governo olha para os produtos locais e para o seu potencial desenvolvimento do país?

Qualquer país denota-se e valoriza-se muito com a sua diversidade. A diversidade pode ser encontrada, não só pelos produtos em si, mas também pelos modos de produção e de fabrico. E Portugal tem tido, ou tem, uma riqueza enorme. Se nós olharmos para o nosso espaço geográfico, a relação que temos entre o nosso espaço geográfico e a riqueza dos nossos produtos locais é imensa. Ou seja, neste pequeno território nacional conseguimos encontrar uma diversidade imensa, que tem muito a ver com os nossos hábitos de vida e com as necessidades que as próprias

populações foram tendo, construindo a sua área dos produtos tradicionais, sejam eles da área da gastronomia, sejam da área do artesanato.

E o que é interessante é que esses produtos locais, mesmo em períodos difíceis ao longo destes tempos, conseguiram-se manter e, mais do que isso, conseguiram agora valorizar-se numa nova forma de olhar a cultura, numa nova forma de valorizar a agricultura e numa nova forma de valorizar o território. Hoje procuramos muito o território, não só pela sua geografia, pelas suas características de construção de património edificado, mas muito também pela sua cultura e, dentro da cultura, a cultura gastronómica.

O Governo está muito atento aos produtos tradicionais e tem atuado em vários níveis. Dentro do Ministério da Agricultura, onde houve uma intervenção maior foi na criação de um grupo interministerial de valorização dos produtos tradicionais [Grupo de Estratégia para a Valorização da Produção Agrícola Local], que de alguma forma olhou para os pequenos produtores, para os produtores tradicionais, e já elaborou um conjunto de normas e de características que é necessário melhorar. Algumas entretanto já foram propostas e já foram publicadas; outra está em publicação – refiro-me à abertura das pequenas quantidades, fundamental no apoio à produção dos pequenos produtores; e

outras estão em construção, para que durante 2014 consigamos terminar.

Posso dar-lhe vários exemplos. Posso dar-lhe o exemplo dessa portaria das pequenas quantidades, que era uma necessidade já há mais de 12 anos, e que felizmente se conseguiu – quer o Ministério da Agricultura, quer o Ministério da Economia, porque é uma portaria conjunta – valorizar em relação aos pequenos produtores: no aumento da quantidade de venda direta, na possibilidade de venda à restauração de forma direta, no comércio a retalho, na forma de promoção dos seus produtos, na redução das análises necessárias aos pequenos produtores, que às vezes tornavam completamente inviável a produção, pela quantidade de baterias de análises obrigatórias sob o ponto de vista comunitário.

São também **derrogações** que nós encontramos junto da Comissão Europeia e que, a partir do momento da sua publicação, irão facilitar muito e valorizar muito os pequenos produtores.

Existem outras medidas: a partir do dia 1 de janeiro foi permitido o abate para autoconsumo, que, para a pequena produção e para os consumidores, nomeadamente na área rural, é extremamente importante. E alargando a possibilidade desse autoconsumo ser feito em turismo rural, preservando as características gastronómicas típicas daquilo que nós usualmente utilizamos.

Fizemos também uma nota explicativa que permite que os pequenos produtores apenas paguem taxas nos meses em que produzem e não ao longo de todo o ano.

Pretendemos também atuar no esclarecimento e na redução da burocracia relativamente aos rótulos, nomeadamente na área das aguardentes e dos licores.

Nos mercados de proximidade estamos a trabalhar em áreas da formação técnica para o pequeno produtor e para o pequeno artesão.

A norma do porco preto vai apoiar e suportar os produtores de porcos de raça alentejana e permitir a rastreabilidade e a identificação do produto. Está neste momento em consulta na União Europeia e, se o resultado for favorável, como entendemos, será publicada.

Portanto, tem havido um esforço contínuo de medidas para apoio ao pequeno produtor, fundamentalmente em duas áreas que são relevantes: área da produção e área da comercialização e do marketing, nomeadamente chegando ao consumidor.

Relativamente ao GEVPAL, enunciou uma série de medidas, umas que já foram publicadas, outras que serão publicadas em breve. O que há ainda a fazer em relação a estas matérias?

O elencar e a identificação foram feitos por esse grupo de trabalho, que vai da área das Finanças até à área do Ministério da Agricultura. O principal objetivo que aqui foi concebido foi colocar a comunicar organismos que às vezes não tinham canais de comunicação tão rápidos e imediatos. Por exemplo, a ASAE, a Autoridade Tributária, a DGADR, que tem um papel fundamental neste setor, os municípios, a Federação MINHA TERRA. Digamos que o primeiro ponto, que eu acho que foi um sucesso, foi colocar todas estas entidades a falar. E compreender que muitas vezes, quando nós tínhamos o estigma de dizer “isto não é possível fazer porque a entidade “A” não deixa”, percebemos que a entidade “A” até já deixa fazer, e às tantas já não o fazíamos por eventual inércia ou eventual estigma, por entendermos que isso não seria possível executar.

O segundo foi elencar as dificuldades, que eram muitas, de ordem sanitária, de fiscalização e de comercialização. E são nestas que nós estamos a atuar. Há outras de ordem fiscal, que estão também integradas num pacote fiscal que hoje está a ser trabalhado,

Portaria 74/2014, que introduz alterações às derrogações previstas nos regulamentos relativos à higiene - Regulamentos (CE) n.º 852/2004 e n.º 853/2004.

<http://goo.gl/7H8H1o>

“Tem havido um esforço contínuo de medidas para apoio ao pequeno produtor, fundamentalmente em duas áreas que são relevantes: área da produção e área da comercialização e do marketing, nomeadamente chegando ao consumidor.”

não só pela segurança social, mas também na área do IVA, e outras medidas que têm sido anunciadas. E, portanto, digamos que essa será o passo seguinte.

Um outro passo que considero relevante, e que ainda está a necessitar de mais trabalho, é a divulgação da nossa riqueza. O Turismo [de Portugal] e DGADR estavam comprometidos a divulgar os nossos produtos. Sei também que a intenção da Federação MINHA TERRA era elencar nos territórios os seus produtos tradicionais e torná-los mais divulgáveis, de uma forma também mais acessível. É importante olharmos hoje para os nossos roteiros gastronómicos e percursos tradicionais e divulgá-los melhor, ligados ao turismo. Esse é também um caminho que ainda está numa fase muito inicial e que é necessário valorizar.

E, portanto, parece-me que aquilo que faz nitidamente falta focar de uma forma mais acentuada é a divulgação para o nosso mercado nacional, mas também para os estrangeiros que nos visitam. E aí é necessário olharmos para duas coisas: para a organização da nossa oferta e para a capacidade que podemos ter de internacionalizar os nossos produtos tradicionais, artesanais, etc.

Nós temos excelentes produtos tradicionais – não há português que não considere isso. Mas a verdade é que às vezes não temos a capacidade de nos organizarmos, de comercializar e

exportar os produtos, valorizando-os e permitindo que se produza mais.

A verdade é que enquanto há produtos artesanais que já têm alguma organização agroindustrial ou empresarial, podendo estar no limite daquilo que é tradicional ou artesanal. Mas quando olhamos para os verdadeiros produtos tradicionais, eles têm a tipicidade própria, gosto próprio, diversidade própria. Mas não têm ainda uma estratégia de organização e de comercialização, o que não valoriza o produto e não valoriza o produtor. Manter a tipicidade é necessário. Mas também olho para a internacionalização como uma grande mais-valia, porque mais gente vem à produção e ao mercado, criando mais escala e mais volume para os pequenos produtores.

Voltando à questão dos regulamentos, considera hoje injusta a perspectiva de que há um excesso de regulamentos que entravam a vida aos pequenos produtores?

Nós temos que olhar para os regulamentos comunitários como um regulamento de compromisso, de uma União Europeia, agora a 28, com realidades completamente distintas. Compete a Portugal defender nesses fóruns formas em que nós olhamos para os regulamentos que nos impõem de acordo com a diversidade que o nosso tecido tem. Nós temos pequenos produtores com uma realidade diferente daquilo

que é a realidade das empresas agroindustriais, que têm de ter necessariamente produtos, produções e formas de produzir diferentes.

E eu acho que deveríamos ter olhado com mais atenção para a nossa realidade e adequar os regulamentos à nossa realidade. A nossa realidade é fácil de adequar ao regulamento quando nós estamos a falar de áreas que já são muito mais industrializadas. Porque aí os métodos e os processos de fabrico, o HACCP, a forma como nós pretendemos exportar, o volume de negócio, necessariamente têm de cumprir essas regras. Mas se as obrigações forem excessivas, matamos a pequena escala. E isso é matarmos um pouco de nós, da nossa identidade, da nossa realidade. E eu não tenho vontade nenhuma de matar uma das coisas que nós temos com mais riqueza, que é a nossa diversidade, e aquilo que nos separa de outras culturas, dentro da Europa e fora da Europa.

Nós temos é de valorizar a nossa cultura e não tornar a nossa cultura numa faz-de-cultura, ou numa cultura idêntica àquilo que é a cultura europeia ou uma cultura globalizada a nível mundial.

Acho, então, que há um trabalho interessante das autoridades competentes portuguesas, a olhar para todas as dificuldades, ver se elas são impostas pelos regulamentos e ver se é possível ainda corrigir ou derrogar tudo aquilo que vai reduzindo a pequena escala.



Sendo muito mais objetivo, sou profundamente a favor de uma análise cuidada que valorize a pequena produção e que olhe para os regulamentos com um sentido crítico, mantendo a segurança alimentar, porque a segurança alimentar é de um país e não de uma maior ou menor escala. Mas olhando para a pequena produção e, se possível, corrigir aquilo que limita o seu crescimento.

A classificação da dieta mediterrânica como património imaterial da humanidade é importante para Portugal? Portugal pode aproveitar essa distinção?

Eu entendo a dieta mediterrânica não só como uma valorização gastronómica, mas também como uma valorização do nosso estilo de vida. Nós olhamos para a dieta mediterrânica como dos países do sul da Europa e do norte de África, olhando-a como a valorização de um conjunto de produtos que têm efeitos nutricêuticos muito interessantes: as carnes de aves, o vinho em

a vontade de olharmos com alguma atenção para as denominações e para aquilo que se poderá considerar.

Tudo aquilo que seja uma rotulagem que ajude o consumidor e o produtor, eu acho que deve ser aprovado e que nem sequer deve ser não permitida por questões ideológicas, mais do que de utilidade de valorização de produtos. Certamente que haverá discussão relacionada com o que é um produto “A” ou “B”, mas ao fim de algum tempo os cientistas e os técnicos chegarão a um acordo, e nós ajudaríamos nessa discussão. E, assim sendo, o consumidor e o produtor sairão muito mais valorizados.

A experiência dos Grupos de Ação Local na dinamização dos circuitos curtos agroalimentares tem relevado o potencial desses circuitos na promoção das economias locais. Como está previsto no futuro o apoio a estas iniciativas?

No novo PDR [Programa de Desenvolvimento Rural] ele está bem



moderação, os frutos secos, etc. E, para além disso, o próprio estilo de vida, a forma como nós ainda nos sentamos à mesa ao almoço, ao contrário dos outros estilos do norte da Europa.

Olho a dieta mediterrânica como uma análise positiva do nosso estilo de vida, que está relacionado com a gastronomia e com a nossa paisagem, e que tem de ser valorizada. Creio que é uma aposta que nós devemos valorizar, e entendo que o Ministério tem valorizado, e que se vai cada vez mais intensificar. E creio que os nossos produtores na área alimentar também o devem fazer.

Está prevista a criação de menções de qualidade facultativas, constantes nos regulamentos europeus, como os produtos de montanha, por exemplo?

Sim. A nossa intenção é criar a rotulagem facultativa de um conjunto de normas que valorizem os produtos relacionados. Há, no entanto, uma questão relativamente àquilo que é considerado ou não produto de montanha e há

equacionado, em toda a ação que está diretamente relacionada com os GAL [Grupos de Ação Local], valorizando e dando mais importância a esses grupos. O novo PDR é, neste caso, mais um contributo que se poderá dar à economia local. Faço notar que é intenção nossa reforçar esses circuitos locais, fazer com que sejam cada vez mais uma realidade e que o sejam num âmbito nacional.

E faço notar também que há concelhos que ainda não têm Grupos de Ação Local e que, necessariamente, terão de olhar com atenção para esta oportunidade que o PDR lhes está a dar, criando, alargando ou integrando-se em grupos que já existem, no sentido também de aderirem a estas ações que são importantes nos circuitos de comercialização para os pequenos produtores.

Portanto, o novo PDR vai ser também um desafio para os grupos, no sentido de alargar, não só competências, mas também âmbitos e também locais nesta intervenção nos circuitos.

“Nós temos é de valorizar a nossa cultura e não tornar a nossa cultura numa faz-de-cultura, ou numa cultura idêntica àquilo que é a cultura europeia ou uma cultura globalizada a nível mundial.”

e a outra, não menos importante, é o modo de fabrico. E o modo de fabrico, quer queiramos quer não, só pode ser interpretado quase pela génese dos locais. Perceber porque é que nós fazemos um determinado processo é compreendido pelos locais, que sempre viveram nessa cultura onde esse processo era normativo, mas se houver alguém que vem de longe não o entende, não o compreende, considera absurdo e às vezes até desnecessário. A valorização dos seus produtos tem de ser feita de forma pioneira pelos GAL e por aqueles que os dirigem.

Reconhece-se que cada vez mais a caracterização do produto é feita localmente, com um forte apoio dos GAL. O caminho da certificação ou de outras formas de valorização dos produtos tem sido também feito, promovido e apoiado pelos GAL. E entendo que agora, depois dessa valorização, desse conhecimento e dessa preservação, quer do produto de origem quer do modo de fabrico, os produtos devem ser agrupados, valorizados, associados. E por isso a Federação MINHA TERRA é fundamental, numa estratégia comum de valorização e promoção dos produtos locais num sentido mais lato.

Repare que todos nós temos a ganhar, sob o ponto de vista nacional, turístico, gastronómico e de valorização da produção. Sabendo, por exemplo, que os enchidos são mais típicos no inverno, se vier cá um turista no verão, o que temos para oferecer? Mesmo esta complementaridade e sazonalidade pode e deve ser avaliada a promoção dos nossos produtos, num sentido mais global e geral, associando os GAL.

Essa associação é necessariamente da Federação MINHA TERRA, que o poderá fazer de uma forma muito mais valorizada, relacionando o turismo e gastronomia, que hoje é uma arte, uma cultura e que é uma das grandes fontes de receita e de atração do país. E relacionando o património que nós temos em termos locais, conseguimos dar uma imagem de Portugal histórico, de cultura, mas inovador e moderno.

A ideia do tradicional ser uma ideia ancestral não acolhe de todo. Nós conseguimos de uma forma inovadora valorizar aquilo que os outros foram fazendo durante gerações, durante centenas de anos. E é um pouco essa ideia que nós vamos ter de transmitir, de que os produtos tradicionais são resultado da manutenção de profundas tradições que chegaram até nós, e que são hoje tidos como uma forma de modernidade: um país que tem tantos anos e consegue apresentar e manter produtos de uma forma inovadora. Consegue ter produtos tradicionais mantendo-os no século XXI perfeitamente acessíveis a qualquer cidadão, a qualquer turista e consegue manter os sabores com a segurança alimentar necessária para qualquer cidadão da União Europeia.

Nomeadamente nas áreas de transição entre o rural e o urbano...

Precisamente.

Até porque mesmo a área urbana que já existe em Portugal tem uma diversidade tão grande que a transição entre o urbano e o rural é ténue: nós conseguimos encontrar concelhos nitidamente urbanos com freguesias que são nitidamente como algumas áreas de forte pendio rural.

Há alguma necessidade de imaginação e inovação, no sentido de estas oportunidades que vão surgindo serem totalmente aproveitadas pelos grupos, reforçando a coesão, mesmo em áreas de urbanização mais ténue que também têm uma composição rural.

Para concluir, que papel entende que podem ter os Grupos de Ação Local no desenvolvimento dos produtos locais?

Eu acho que têm de ser os pioneiros, os promotores e os protagonistas. E porquê? Porque os produtos locais têm duas características que os associam à zona: uma é o produto e a sua origem;



Produção local

Portugal tem uma grande diversidade de produtos agrícolas e agroalimentares locais, reconhecidos como produtos de qualidade, com uma importância vital para os territórios onde são produzidos, sendo a base da sua sustentabilidade económica, social, ambiental e cultural. Produzidos ou transformados a nível local, são valorizados e procurados pelas suas características distintivas, geralmente identificadas de forma clara e simples. Entre essas, destacam-se, o sabor, frescura, qualidade, tradição local, regimes de qualidade, aliada a formas de produção sustentável e à perceção do importante contributo para a competitividade económica da agricultura, à sua eficiência social e ambiental. As novas tendências do consumo valorizam estes atributos, aliando-os ao sentimento da defesa dos produtores e produtos nacionais/locais, à perceção destes como parte da nossa herança cultural que pretendemos preservar para as gerações futuras, criando assim novas oportunidades de mercado.

Os sistemas alimentares locais, entendidos como um conjunto de atividades interligadas, em que a produção, transformação, distribuição e consumo de produtos alimentares visam promover a utilização sustentável dos recursos ambientais, económicos,

sociais e nutricionais de um território, são importantes nas zonas mais desfavorecidas, constituindo um incentivo para valorizar o potencial local e melhorar a imagem dos territórios menos conhecidos. Este sistema implica um conjunto de características-chave: proximidade; sazonalidade; rastreabilidade; sustentabilidade; qualidade; implantação territorial.

A comercialização de proximidade representa uma solução para ultrapassar dificuldades de acesso ao mercado sobretudo por parte das produções diferenciadas ou de pequena dimensão, possibilitando melhorar os preços de venda, aumentar o rendimento dos produtores e reter localmente o valor acrescentado. Esta forma de comercialização ganhou nova dinâmica, via renovação das tradicionais formas de venda ou através do desenvolvimento de novas iniciativas inovadoras.

Os Circuitos Curtos Agroalimentares (CCA), modo de comercialização que se efetua ou por venda direta do produtor para o consumidor ou por venda indireta, participando no máximo um intermediário, assenta em aspetos distintivos tais como: origem local e identificada do produto; intervenção direta do produtor na produção, transformação e comercialização; utilização de

matérias-primas, nos produtos transformados, provenientes das explorações agrícolas locais identificadas; acesso do consumidor a informação sobre a proveniência, modo de produção e respetivas características específicas.

Os CCA asseguram vantagens mútuas, aos consumidores e produtores. Proporcionando aos produtores segurança e regularidade do escoamento dos produtos, permitem aumentar a produção, maior participação na cadeia de valor, por via da diversificação das atividades, prática de preços mais justos, acesso a novos mercados locais, melhoria do rendimento, a par dum acrescido reconhecimento social e profissional. Dado que a produção agrícola local tem importância não só pelo seu valor intrínseco, como pelos benefícios económicos induzidos, criando dinamismo noutras atividades económicas em meio rural, como as associadas ao turismo, gastronomia e lazer, contribui para a criação de empregos e fixação de populações.

Estes canais criam relações de confiança e uma possibilidade de rastreabilidade imediata dos produtos para os consumidores, além de proporcionarem uma maior soberania alimentar.

Existem diferentes formas de CCA já implementadas,

como os mercados de produtores, feiras de produtores locais, postos coletivos de venda, cabazes de produtores, bem como os postos de venda direta, com resultados muito positivos. Estes bons exemplos foram inclusivamente alvo de publicação em 2013, no âmbito da Revista “Em Rede” da Rede Rural Nacional (RRN), em edição dedicada aos CCA – *Produzir e consumir local*.

Complementarmente, foi disponibilizada no sítio internet da RRN um local que pretende reunir informação útil para produtores e consumidores. Dando continuidade a este trabalho, pretende-se a dinamização da ligação em rede, dos vários atores e agentes do desenvolvimento rural, através da RRN, instrumento relevante para a divulgação e dinamização da implementação do próximo Programa de Desenvolvimento Rural (PDR) e das atividades e projetos promovidos nos territórios.

Sendo uma atividade extra produção, muitas vezes assente em modelos inovadores de comercialização, os CCA exigem uma estratégia comum de vários parceiros locais, implicando organização, planeamento, promoção, investimento, novas competências, necessários para a criação de novos e o desenvolvimento dos já existentes.

O apoio ao desenvolvimento dos CCA, reconhecido como importante para o desenvolvimento rural e previsto no quadro comunitário de apoio, procurará incentivar soluções baseadas em modalidades de cooperação e integração de atores. Pretende-se apoiar, o desenvolvimento e implementação de soluções inovadoras, a criação e desenvolvimento de CCA e mercados locais através da cooperação, entre todos os intervenientes da cadeia de abastecimento, bem como a aquisição de novas competências e atividade de promoção, num contexto local.

O foco geral sobre a inovação também se detém nos CCA, quer pela forma inovadora de organização dos mercados, quer pela diversificação. Produtos diferenciados e inovadores serão, porventura, uma das chaves para o acesso a mercados mais diversificados.

Nos últimos anos, o Ministério da Agricultura tem dado especial enfoque a questões como, a soberania alimentar,

os preços dos alimentos no consumidor, os baixos rendimentos dos agricultores, levando as instituições a analisar o funcionamento da cadeia alimentar e a propor medidas para uma maior integração dos produtores na cadeia de valor, nomeadamente via CCA, como uma forma de valorização dos produtos locais, em virtude dos benefícios que pode trazer para os agricultores, consumidores e para as zonas rurais.

A DGADR participou em dois grupos de trabalho dedicados à valorização da produção agrícola local. Em 2012 com vista à preparação de uma proposta de Estratégia para a valorização da produção agrícola local (GEVPAL), cujo relatório final destaca a necessidade de clarificar e adaptar, à comercialização em CCA, nomeadamente normas de comercialização, rotulagem, higiene dos géneros alimentícios de origem animal, licenciamento das unidades de transformação, numa ótica de simplificação de procedimentos e facilitação do acesso aos mercados, matéria retomada em 2013, no âmbito do GT GEVPAL IMP, no intuito de promover a implementação das propostas de simplificação e clarificação legislativa que já deram origem a um pacote de alterações legislativas.

Ainda, reconhecendo a ligação dos CCA com a agricultura familiar, e tendo a DGADR assumido a coordenação das comemorações do Ano Internacional da Agricultura Familiar (AIAF) 2014, encontra-se disponível um site que constitui uma plataforma centralizadora de informação sobre a temática, promovendo a divulgação de documentos, publicações, estudos e as ligações a vários sites (nacionais e internacionais) com interesse para o AIAF, bem como as notícias (nacionais e internacionais) e o calendário de eventos em Portugal.



Pedro Teixeira

Diretor-Geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural

PROTAGONISTAS RESPONDEM A TRÊS QUES

- 1 Qual a importância dos produtos locais para o desenvolvimento dos territórios rurais?
- 2 Que dificuldades existem na implementação de circuitos curtos?
- 3 Qual o papel dos Grupos de Ação Local?



Luísa Pires

1 Os produtos locais são protagonistas e motor de desenvolvimento do território. A sua valorização favorece a diversificação da atividade e, conseqüentemente, criação de postos de trabalho o que contribui para fixação da população. Os modos de produção usados ainda respeitam em muito as técnicas tradicionais, com baixo consumo de combustíveis e outros poluentes, nomeadamente os pesticidas. A sua comercialização deverá, preferencialmente, fazer-se diretamente ao consumidor, reduzindo os intermediários e os custos de transporte e armazenamento. Este tipo de comercialização de proximidade, circuitos curtos, dinamizam a economia local, promovem a agricultura familiar e a relação entre a família.

Para além do fator económico, os produtos locais são também diferenciadores dos territórios, valorizam e contribuem para a oferta qualitativa do mundo rural. São fundamentais na afirmação da identidade do território, na transmissão de saberes e sabores originais, únicos e irrepetíveis.

2 A existência de exigências legais excessivas torna-se num freio à implementação dos circuitos curtos, que só poderão ser ultrapassadas a nível superior, politicamente. Depois, a concorrência das grandes superfícies, que conseguem colocar produtos no mercado a preços muito abaixo do custo de produção. Em época de crise e de uma forte concorrência na grande distribuição, os pequenos produtores sentem-se manietados na origem. A única forma de ultrapassar esta questão é pela informação, reforçando a importância da qualidade, criando laços sociais

na comunidade onde estão inseridos e educando o consumidor. A grande distribuição possui meios, recursos e conhecimentos que arrebatam o mercado.

Importa apostar numa cultura empresarial mais ousada, que aposte na inovação, na qualificação do pequeno produtor, convencê-lo a trabalhar em parceria, mostrar-lhe onde estão as oportunidades e os caminhos para não as deixar escapar.

3 Pela proximidade, quer dos produtores quer consumidores, os GAL são os mediadores privilegiados para o estabelecimento dos circuitos curtos. Há já um enorme trabalho feito pelos GAL na estimulação e no apoio à criação de pequenas empresas, vocacionadas para a produção e valorização dos produtos locais, muito importante para a criação de emprego e de riqueza.

Se motivámos estes pequenos negócios, temos o dever e até a obrigação de os acompanhar numa fase inicial para que os projetos vingam. E uma das formas é dotar esses promotores de competências e de meios necessários para o sucesso das empresas. Outra será o apoio à comercialização.

Os GAL podem apoiar na criação de redes de comercialização, no desenvolvimento de campanhas de sensibilização e informação junto do consumidor. Podem participar na organização de setores de atividade, levar os produtos, devidamente organizados, para eventos específicos, procurando novos nichos de mercado, e desafiar os promotores a inovar, mostrando-lhes as ferramentas que existem ao seu dispor e ajudando-os na gestão correta dessas ferramentas.

Luísa Pires é Coordenadora da equipa técnica da CORANE



Manuel Cardoso

1 No mercado global, a valorização dos Produtos Tradicionais está a assumir cada vez mais importância para o desenvolvimento sustentável dos territórios rurais. Decisivamente, em muitos casos.

Esta produção de bens transaccionáveis de âmbito local, com base em recursos do território (humanos, culturais e materiais), dinamiza o tecido económico (regenerando atividades tradicionais e turísticas, criando emprego) e contribui para a identidade, mantendo vivas tradições, contrariando o despovoamento e levando a população urbana aos territórios rurais.

É costume dizer-se que os produtos tradicionais “estão associados a um saber fazer, a uma região, a uma paisagem, a uma tradição, a um ambiente, a uma cultura e que podem funcionar como essa ponte entre o rural e o urbano”. Só que daqui surge muito a ideia de que tais produtos são o que sobra dum mundo em extinção e dum passado já ido. Que caminham para a extinção. Esta visão há que mudá-la: tais produtos são um excelente instrumento presente de desenvolvimento e uma não menos excelente aposta económica de futuro e assim devem ser encarados. Está aqui a sua verdadeira importância: a capacidade de gerarem riqueza hoje, amanhã e depois de amanhã. Ao mesmo tempo que perpetuam a cultura e afirmam a identidade, pois claro. O mercado é multifacetado e exigente. É desejável que a obtenção de produtos indiferenciados e produzidos em grande escala conviva com a de produtos específicos e de produção limitada, cumprindo sempre os padrões de segurança alimentar e de qualidade.

2 Quando falamos de circuitos curtos agroalimentares, falamos de uma forma de comercialização que se

efetua por venda direta. Neste contexto, a origem da matéria-prima está associada a uma área geográfica e o produtor também transforma e comercializa. Por estas razões e pela dimensão destas produções, a venda direta deve ser regulamentarmente simples, adequada e resumir-se ao essencial. Com o objetivo de conseguir tal simplificação, em 2012 foi criado o grupo de trabalho com vista à preparação de uma proposta de Estratégia para a valorização da produção agrícola local (GEVPAL). Esperamos que este grupo conclua rapidamente os seus trabalhos e cumpra a missão para que foi criado.

3 Os Grupos de Ação Local, devido à sua visão e articulação integrada e sendo responsáveis por parte das estratégias de desenvolvimento local e pela administração de fundos públicos, têm um papel percursor das produções locais e sua comercialização. Que é hoje reforçado na perspectiva 2020.

A sua inserção nos respetivos territórios já lhes permite estabelecer parcerias indispensáveis para a valorização dos recursos locais e das produções agroalimentares. Na minha opinião pessoal, falta-lhes agora fazer um voltar de página para o que se necessita em termos de 2020. A sua missão terá que ser mais holística ainda e a sua compreensão do seu relacionamento interinstitucional terá de evoluir para formas mais descontraídas, mais frequentes, mais eficientes e, sobretudo, mais eficazes para os fins em vista.

Tenho a certeza de que se irão sair muito bem nesse desempenho!

Manuel Cardoso é Diretor Regional de Agricultura e Pescas do Norte

TÓPICOS SOBRE PRODUTOS LOCAIS

circuito curtos agroalimentares e como podem ser superadas?
Agregação Local para dinamizar a produção e comercialização de produtos locais?



Isabel Rodrigo

1 Gostaria de começar por diferenciar os produtos locais nas duas vertentes que lhes estão implícitas, concretamente, os produtos de qualidade ou certificados, e os produtos transacionados através dos designados por Circuitos Curtos Agroalimentares (CCA) para, depois, enumerar alguns aspetos que lhes são comuns e específicos. Em termos gerais, a importância daqueles dois tipos de produtos para o desenvolvimento rural é manifesto no seu contributo para a (re)descoberta e valorização social e económica dos saberes e saberes-fazer agrícolas e agroalimentares, dos patrimónios genéticos e culturais rurais locais e, ainda, das identidades territoriais. Um outro aspeto a sublinhar é o contributo daqueles produtos para as economias rurais e sua diversificação. Porém, no meu entender, este contributo é sobretudo relevante no caso dos circuitos curtos agroalimentares, pelo facto de estes últimos serem “produtos locais para mercados locais”, enquanto os produtos de qualidade são “produtos locais para mercados nacionais e/ou globais”. Ou seja, os CCA garantem que o local não só assegura a produção mas também retém o rendimento económico gerado por esta última.

2 Relativamente à primeira questão existem duas ordens de dificuldades: as relacionadas com a legislação e com a “mobilização” de produtores e consumidores. Relativamente às primeiras destaco a clara desadequação das normas legais nacionais de natureza fiscal e de higiene e sanitárias às especificidades dos circuitos curtos agroalimentares. Reconhecida a importância económica, social e ambiental dos pequenos produtores, que no caso português são maioritariamente

familiares, envolvidos naquelas formas de produção e comercialização local, bem como a respetiva competitividade nos mercados locais, há que adequar as referidas normas legais. A este propósito quero sublinhar que a Comissão Europeia reconhecendo a importância dos Estados-Membros apoiarem o desenvolvimento dos CCA, sugere que estes adotem a flexibilidade que dispõem, na definição das normas de higiene, com vista a este apoio. Contudo, este aspeto continua a não ser por nós reflectido, o que dificulta ou afasta a adesão de muitos produtores aos CCA. A oferta regular de produtos ao longo do ano e a necessidade de alguns equipamentos e de tipos de formação são outras dificuldades sentidas pelos produtores. A falta de informação e divulgação quer da existência de CCA quer, sobretudo, das vantagens dos mesmos são dificuldades na implementação daqueles circuitos do lado da procura.

3 Não fora o trabalho, empenho e persistência dos GAL, consubstanciados no Projeto PROVE, os CCA não teriam seguramente a expressão que hoje têm entre nós. Face ao exposto, considero que no momento presente, os GAL devem concentrar esforços e “fazerem-se ouvir” junto das entidades nacionais responsáveis pelo “desenho” do Programa de Desenvolvimento Rural (2014-2020) para que este contemple instrumentos de política específicos de real apoio àqueles circuitos, onde inclua a adequação das normas legais que antes referi.

Isabel Rodrigo é Professora Associada com Agregação no Instituto Superior de Agronomia (Universidade de Lisboa)



Olga Cavaleiro

1 A importância é bastante e é transversal. É importante para a economia local, porque permite a entrada de riqueza nas comunidades locais, e essa entrada de riqueza faz-se normalmente empregando pessoas da própria localidade, da própria comunidade, até porque os produtos tradicionais estão muito associados a um saber-fazer que é passado de geração em geração. Estão também associados a matérias-primas já existentes nos locais, e é um desenvolvimento que se verifica dentro da própria comunidade. Não é preciso importar matéria-prima ou recursos, e a própria comunidade consegue criar o produto e gerar a entrada de riqueza que é tão importante para que não haja a desertificação populacional. Depois diria também que tem uma importância muito grande ao nível da cultura, porque ao valorizarem-se os produtos tradicionais e locais valoriza-se também a cultura associada, porque um produto nunca é somente um conjunto de matérias-primas que são transformadas num determinado produto com qualidade. Ou seja, há ali uma componente de património cultural e histórico associado que faz com que, ao valorizarem-se esses produtos, também se esteja a valorizar essa cultura e essa história da comunidade, com mais-valias para o reforço da autoestima e da identidade local.

2 Estão relacionadas com uma ausência de comunicação entre os vários atores que deveriam ter uma presença muito mais ativa. Obviamente que tem havido legislação que favorece a comercialização desses produtos em mercados de cadeia curta, mas eu julgo que tem de se fazer muito mais sobretudo ao nível da informação.

Ou seja, os próprios produtores têm de saber quais são as facilidades que podem ter, quais são as oportunidades que existem e depois as próprias Associações de Desenvolvimento Local, as próprias autarquias, enfim, todas as estruturas que existem ao nível local, porque as centrais estão preocupadas com outro tipo de assuntos, têm de favorecer a realização destes mercados de cadeia curta, têm de favorecer que haja realmente a venda desses produtos sem problemas.

3 Os Grupos de Ação local têm um papel muito importante no sentido de criarem uma produção e a comercialização, e reforçarem toda a identidade da própria comunidade a que essa produção pertence. Se nós pensarmos que essa produção nunca é dissociada de um determinado ambiente social e histórico será muito favorável para quem está a vender e para quem está a organizar a venda poder contar com uma associação entre aquilo que é o produto, a sua história e toda a sua cultura. Seria muito importante apostar nas rotas e poder mostrar a quem nos visita como se produz, que matérias-primas, em que altura, ou seja, fazer uma associação entre a geografia física, humana e cultural da produção. Quando se faz a ligação entre o produto e o próprio ambiente isso muda radicalmente a forma como a pessoa percebe o produto, fá-lo sentir também dele e faz com que as pessoas fiquem amigos desse produto, queiram defendê-lo e integrá-lo naquilo que é o seu circuito alimentar.

Olga Cavaleiro é Presidente da Federação Portuguesa das Confrarias Gastronómicas



Qualificação e comercialização de produtos tradicionais

1. Os produtos tradicionais portugueses são, pela sua qualidade diferenciada e origem geográfica conhecida, instrumentos importantes para a valorização dos territórios de origem, dos quais muitas vezes captaram o próprio nome. Se analisada a importância comercial destes produtos no mercado global, as quantidades diminutas podem parecer não importantes ou mesmo ridiculamente baixas aos olhos dos leigos ou dos decisores menos avisados. Mas quando avaliada a sua importância não em termos meramente comerciais, mas em termos do impacto socio-económico e cultural, verifica-se que a produção de “tradicionais” contribui para ocupar o território, diminuir o despovoamento de regiões menos favorecidas, fortalecer o tecido económico, gerar postos de trabalho

qualificados, aumentar os pontos de atracção turística e contribuir para a coesão territorial e cultural.

O respeito pelas raças e variedades autóctones, a preservação das condições ambientais naturais, dos ecossistemas, da biodiversidade e do património genético, a racionalização de circuitos produtivos, a melhoria das formas de apresentação comercial, a diversificação da oferta, a diminuição da monotonia alimentar, a obtenção de significativas economias de escala, a “exportação” de produtos e de reputação (para fora da região e em certos casos mesmo, para fora do país); a “importação” de turistas através da realização de feiras temáticas e pluri-temáticas, de eventos gastronómicos, de rotas, de pontos de interesse turístico específico, com relevante

expressão local; o reforço ou a retoma da oferta gastronómica local/regional; a capacidade de comercialização em todo o tipo de canais, incluindo os electrónicos, desde o mercado dos agricultores até ao grande salão internacional; a capacidade de integrar a oferta gastronómica de grandes restaurantes e voltar a interessar os mais notáveis cozinheiros portugueses e estrangeiros

2. Mas, se Portugal ainda possui um enorme capital em produtos agrícolas, agroalimentares e não alimentares com características tradicionais, se a produção se vai fazendo e talvez cada vez com maior número de pessoas interessadas quer na produção quer no consumo, também possui um desgraçado capital de legislações e normas desadequadas que tornam a

comercialização um inferno!!!!

Como pode um pequeno produtor resistir, por exemplo:

- às normas existentes que o obrigam a ter número de controlo veterinário e pagar as taxas correspondentes mal pretende fazer uns biscoitos tradicionais, apenas porque levam ovos! E ovos que são comprados no comércio geral, onde qualquer consumidor também os compra, devidamente acondicionados e fiscalizados!
- à complicação legal e tributária de fazer da sua casa um entreposto aduaneiro, mal tenta fazer uns litros de um qualquer licor de ervas aromáticas ou de frutos! E pagar as taxas e impostos e manter todos os registos burocráticos!!
- ao facto de ter uma cozinha licenciada para servir refeições e não poder vender produtos de salsicharia preparados nessa mesma cozinha, porque o técnico da Câmara não “acha” bem?
- a não ver contemplado no caderno de Especificações as ginjas obtidas em pomares bem conduzidos, bem enxertados e das boas variedades porque um técnico qualquer “acha” que as produções das sebes e das polas selvagens chegam bem para produzir “Ginja de Óbidos”?
- a ser instigado por técnicos ignorantes ou mal intencionados que lhe dizem que é obrigatório usar aditivos nos enchidos e presuntos, ovos pasteurizados na doçaria conventual ou na tradicional, margarinas em lugar de manteiga e óleos vegetais em lugar de azeite?
- a ter que diminuir drasticamente a produção de “alheiras de Mirandela” porque os sabedores técnicos do Ministério não sabem afinal que não há porcos bísaros que cheguem!
- a não ter qualquer protecção em feiras e mercados quando certos comerciantes ou certos comerciais colocam em venda como “tradicionais” produtos que não o são e que constituem imitações grosseiras dos tradicionais, fazendo-lhes concorrência desleal e enganando os consumidores!

- e ver imitações e falsificações registadas como “marcas” ou comercializadas como “regionais”, locais”, “gourmets”, tradicionais, etc. sem que ninguém actue contra tudo isto e perceba que a reputação dos genuínos está a ser minada!

Os Senhores Membros do Governo têm que averiguar o que se passa e não pedir apenas informações (normalmente pouco informadas) aos serviços dos seus ministérios. Vejam pelos seus olhos os entraves à comercialização feitos através de uma leitura rígida e incompleta dos normativos comunitários, vejam a falta de orientações harmonizadas sobre o registo das diversas actividades, vejam a ausência de normas e de procedimentos claros em matéria de qualificação oficial de produtos tradicionais, vejam a falta de inspecção sobre as fraudes! E vejam também a abundância de situações em que o “eu acho” e o “tem de ser assim” fazem fé, sem base legal nem inteligência que os suporte!

Os produtos tradicionais, os seus produtores e a economia local e nacional agradecerão a atenção!

NOTA: A pedido da autora, este texto é publicado com a antiga ortografia.



Ana Soeiro

Secretária Geral da QUALIFICA – Associação Nacional de Municípios e de Produtores para a Valorização e Qualificação dos Produtos Tradicionais Portugueses



Foto: Boa-Sorte & Carreira

Diversificar e acrescentar riqueza, inovar com as pessoas

O território da Terra Quente transmontana é extremamente rico em produtos de qualidade e a valorização destes produtos tem sido sempre uma preocupação central no processo de desenvolvimento local do território. Dominantes, também, têm sido as tarefas de garantir o reconhecimento dessa qualidade a nível local/regional, nacional e europeu e proporcionar ao mercado a garantia da sua genuinidade, recorrendo aos mecanismos legais delineados para o efeito.

Face à sua pequena dimensão, é impressionante e ilustrativo o número de produtos protegidos, a nível europeu que têm já, a totalidade ou parte do território da Terra Quente reconhecidamente incluído como sua região de origem. Todavia, não basta este reconhecimento para garantir o sucesso e são necessários

outros passos no sentido de tirar maior partido desta “benção”, para o desenvolvimento do território.

A agricultura é matriz dominante e estruturadora da Terra Quente e, como tal, grande parte dos produtos de qualidade do território são produtos da agricultura.

Neste contexto, e, desde há mais de vinte anos a valorização e comercialização destes produtos, integram a(s) estratégia(s) construídas pela Desteque, enquanto Grupo de Ação Local. Capitalizamos a abordagem LEADER nos vários quadros de programação sempre com enfoque no aumento da riqueza pela diversificação, qualificação e inovação dos produtos.

Assim, e já em 1998, quando ainda o tema estava ausente dos debates nacionais, co-organizamos com a Rede

Europeia (o então Observatório Europeu LEADER) e na Terras Quente, um seminário internacional sobre comercialização em circuitos curtos. Estávamos então, como hoje, convictos da importância na economia local da criação destes circuitos como uma modalidade de comercialização com potencialidade. Esta visão decorre(u) da experiência adquirida pelo GAL enquanto entidade gestora de intervenções (territoriais) integradas – o LEADER, enquanto programa e abordagem, capacitou-nos para o entendimento e atuação nas várias frentes que concorrem para o papel bem sucedido dos circuitos curtos – **qualificar o produto por via do licenciamento dos estabelecimentos, do embalamento e rotulagem, proporcionar aos produtores acesso à informação e conhecimento de**

novos repositórios de saber-fazer e do marketing, valorizar a componente cultural dos produtos desde o cultivo até à sua utilização, fazer notícia de todas estas valias junto do consumidor e trazer o consumidor ao território.

No âmbito deste domínio da comercialização em circuitos curtos apoiámos a instalação de unidades de produção dentro e fora da exploração agrícola, de pontos de venda em estações de serviço, em alojamentos turísticos, em restaurantes e montras museológicas, a abertura e modernização/qualificação de lojas de produtos regionais. Ainda, e de curta duração, estivemos com outras entidades do território no arranque e lançamento de eventos temáticos de valorização dos produtos locais como são exemplo a Feira da Cereja de Alfândega da Fé, a Feira da Alheira de Mirandela, a feira da Maçã e do Vinho em Carrazeda de Ansiães, a feira da Caça em Macedo de Cavaleiros e a TerraFlor produtos da terra e Azeite de Vila Flor. Ao longo do tempo muitos outros eventos se lhe juntaram e atualmente são liderados por uma parceria efetiva de atores locais. E, esta é uma das missões que exemplarmente este e os outros GAL levaram e levam a cabo – **agregar num mesmo desafio os agentes económicos dos territórios.**

Ainda dentro do território, e com relevância na obtenção

dos bons resultados na comercialização direta e local dos produtos agroalimentares e artesanais, outros circuitos foram e estão a ser explorados. Referimo-nos a circuitos de desporto e aventura, turismo de natureza e turismo ativo, gastronómicos e culturais e outros, misto de algumas destas vertentes, capazes de apelar a vários segmentos de mercado.

Grande parte dos pontos fortes do território estão contidos na sua paisagem, na sua natureza, na sua cultura e nas suas gentes e não são, portanto, aspetos exportáveis no seu todo.

Como tal e ao mesmo tempo, desenvolvemos trabalho e apoiamos iniciativas de promoção junto dos mercados fora do local e da região. Adquirimos um espaço comercial em Lisboa no qual promovemos o território e disponibilizámo-lo aos nossos produtores para a venda em meio urbano. Ainda em meio urbano e no exterior, conseguimos mais uma vez fazer aderir os produtores à promoção e venda conjunta e aos benefícios da mesma em ganhos de escala e redução de custos, especialmente no que refere o setor agroalimentar. Continuamos nesta tarefa de agregação e consequente ganhos de escala, possível de executar junto e com todos os agentes de oferta da Terra Quente, sustentados no facto de sermos a entidade de maior representatividade social do território, onde a cultura do trabalho em rede se faz porque a inovação com as pessoas é também missão que nos identifica.

A fixação das populações e o seu bem-estar passa evidentemente pelo reforço da economia e pelo acréscimo de rendimento da população do território que se procura alcançar com as ações de dinamização da economia local como as que se descreveram e a que é necessário dar continuidade.



Aurora Ribeiro

Coordenadora da equipa técnica da DESTEQUE



Rico em regiões vitivinícolas, onde são produzidos vinhos de grande variedade e reconhecida qualidade, Portugal está a virar-se cada vez para o enoturismo, de forma a valorizar o que de mais singular e único pode oferecer cada uma.

Associado às vertentes ambientais, culturais e gastronómicas das regiões vitivinícolas, o enoturismo pode contribuir para a diversidade da oferta turística, a criação de emprego, a captação de novos investimentos, assumindo um papel importante no desenvolvimento económico e cultural dos territórios.

Inserido na Gastronomia e Vinhos – um dos 10 produtos considerados prioritários do Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), nos quais deverão assentar as políticas de desenvolvimento e capacitação da oferta turística do país – o enoturismo tem nas Rotas dos Vinhos um dos seus principais instrumentos.

Perceber como estão organizadas as rotas dos vinhos e que tipo de serviços disponibilizam aos visitantes e turistas não é um “trabalho” fácil... No entanto, pretendendo contribuir para um conhecimento mais aprofundado deste produto estratégico, procedeu-se à recolha e sistematização de informação, junto das

organizações do sector, nomeadamente, as Comissões Vitivinícolas Regionais (CVR), responsáveis por algumas rotas, municípios, que também assumem esta responsabilidade, o Instituto da Vinha e do Vinho (IVV) e a Associação de Municípios Portugueses do Vinho (AMPV), a trabalhar atualmente na criação da Associação de Rotas dos Vinhos de Portugal.

As 13 rotas de todo o país que são referidas, para além de evidenciarem a importância deste novo turismo – que já é uma das principais atrações turísticas e importante fonte de receita em regiões como o Douro –, convidam à descoberta das tradições e a cultura associadas à produção do vinho, mas também dos territórios, do seu património natural e cultural e as suas gentes.

Rota do Alvarinho

rotadoalvarinho.pt

O Paço do Alvarinho, em **1 Monção**, e o Solar do Alvarinho (Casa Mãe da Rota), em **Melgaço**, são os locais mais emblemáticos e de visita obrigatória desta rota, gerida pela Câmara de Melgaço. Integram atualmente a rota cerca de meia centena de aderentes, entre adegas, unidades de alojamento e restauração, enotecas, museus e centros



de interpretação e empresas de animação turística, alguns deles beneficiários do apoio LEADER, através da associação ADRIMINHO.

Rota dos Vinhos Verdes

rota.vinhoverde.pt

Sediada na CVR dos Vinhos Verdes, no Porto, dispõe de um gabinete de apoio ao visitante para a organização de programas de enoturismo na região Demarcada dos Vinhos Verdes. Subdividida em nove sub-regiões abrange 49 concelhos, ocupando uma área de vinha de 21 mil hectares. Instalado na antiga escola do Assento em **2 Gatão (Amarante)**, o Centro Interpretativo do Vinho Verde, inaugurado a 1 de março, pretende ser um local de observação e divulgação do vinho verde e da sua cultura fortemente implantada na região. O projeto foi apoiado no âmbito da Abordagem LEADER do PRODER através da DOLMEN.



Rota das Vinhas de Cister

cm-tarouca.pt

Esta rota, que se funde com a Região Demarcada Távora-Varosa – uma das mais recentes regiões vitivinícolas –, propõe dois itinerários:

“O Caminho dos mosteiros” e “Entre vinhas e castanheiros”. Para além de dar a conhecer alguns dos melhores espumantes nacionais e frutados vinhos de mesa, brancos e tintos, proporcionam a oportunidade de admirar alguns dos testemunhos vivos do espírito dinâmico dos Monges



de Cister, como o Mosteiro de São João de Tarouca, o primeiro da Ordem de Cister construído em Portugal. A rota dispõe de um gabinete, que funciona na **3 Casa do Paço, em Dalvares**.

Rota do Vinho do Porto

ivdp.pt

Das mais conhecidas e atrativas, com produtores-engarrafadores, adegas cooperativas, enotecas e centros de interesse vitivinícola dispersos por toda a Região Demarcada do Douro – a mais antiga do mundo, classificada como Património Mundial da Humanidade pela UNESCO – a rota oferece ao visitante a oportunidade de visitar vinhas e adegas, provar e comprar os



vinhos do Douro e participar nas vindimas. O Gabinete da rota está localizado nas instalações do Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto (IVDP), em **4 Peso da Régua**.



Rota dos Vinhos da Beira Interior

cvrbi.pt

Lançada pela CVR da Beira Interior, convida à descoberta dos afamados vinhos brancos, tintos e rosados das sub-regiões vitivinícolas de **5 Castelo Branco**, Cova da Beira e Pinhel, mas também dos lugares arqueológicos, dos castelos e outros monumentos da região. “Aldeias Históricas”, “Rios”, “Serras” e “Roteiro Aldeias” são os percursos que ligam adegas, casas agrícolas, hotéis e restaurantes dos 11 municípios que integram a rota.



Rota do Vinho do Dão

cvrdao.pt

A Rota do Vinho do Dão é um projeto da CVR do Dão, com sede no **6 Solar do Vinho do Dão, em Viseu**, em fase de operacionalização. Previsivelmente a funcionar em 2015, esta nova rota irá reunir produtores e adegas da Região Demarcada do Dão, com cerca de 20 mil hectares de vinha, que se estendem pelos distritos de Coimbra, Guarda e Viseu. Instituída em 1908, é hoje das mais afamadas do país, especialmente pelos seus vinhos tintos. Aliás, terá sido



no Dão, na aldeia de Tourigo, que nasceu aquela que é por muitos considerada a rainha das castas tintas portuguesas: a Touriga Nacional.

Rota da Bairrada

rotadabairrada.pt



Projeto de revitalização da antiga Rota dos Vinhos da Bairrada, esta nova rota – criada pela **7 Associação da Rota da Bairrada** – une os vários intervenientes na área do turismo de toda a região da Bairrada. Oito roteiros dão a conhecer e promovem esta emblemática região vitivinícola, reconhecida em 1979, englobando os pontos de interesse a visitar, a gastronomia local e uma série de experiências a realizar na Bairrada.

Rota dos Vinhos do Tejo

rotavinhostejo.com



Esta rota, da responsabilidade da **8 Associação da Rota dos Vinhos do Tejo**, veio alargar a oferta turística da região, rica nas tradições, gastronomia, património edificado, artesanato, animação turística e cultural. Com dezenas de associados, apresenta quatro percursos de descoberta dos vinhos do Tejo, os seus produtores e adegas: “Tesouro Gótico”, “Touros e Cavalos”, “Beira Tejo” e “Tesouro Manuelino”.

Rota dos Vinhos de Bucelas, Carcavelos e Colares

Próxima da capital, esta região produz três dos vinhos portugueses com mais história e tradição. No entanto, apenas o de **9 Bucelas** conserva uma produção relevante, já que os tão apreciados tintos de Colares são cada vez mais raros e a cultura da vinha em Carcavelos é quase simbólica. É implementada e promovida pelos municípios de Loures, Sintra, Oeiras e Cascais, que disponibilizam informação relativa aos produtos turísticos e atividades disponíveis em torno da cultura do vinho e da qualificação do património enológico.



Rota dos Vinhos da Península de Setúbal

rotavinhospsetubal.com

A **10 Casa Mãe da Rota de Vinhos, em Palmela**, é um dos elementos diferenciadores desta rota, que se constituiu, em 2002, como associação privada sem fins lucrativos, vocacionada para a organização da oferta enoturística na Península de Setúbal. Dinamizada em parceria com os agentes locais, aposta fortemente na divulgação e promoção, tendo sido determinante o apoio da associação ADREPES, através do LEADER+, ao



nível da criação da imagem, sinalização e sítio na internet. Ponto de informação turística e central de reservas, a antiga adega funciona também como loja de vinhos e outros produtos regionais. Entre os 26 associados, encontram-se 15 adegas, integradas em seis roteiros de descoberta das vinhas e dos vinhos da Península de Setúbal.

Rota dos Vinhos do Alentejo

vinhosdoalentejo.pt



É no centro histórico da cidade de **11 Évora** – Património Mundial da Humanidade – que se situa a sala de provas desta rota, que reúne mais de meia centena de produtores dos distritos de Beja, Évora e Portalegre. Na sede da rota, além da oportunidade de provar os melhores vinhos do Alentejo, os visitantes podem encontrar informação sobre as adegas, enotecas, tasquinhas e restaurantes, e unidades de alojamento disponíveis na região. É da responsabilidade da CVRA Alentejana que também controla e protege os vinhos DOC Alentejo e os vinhos Regional Alentejano.

Madeira

vinhomadeira.pt

De extrema importância para a região, o vinho Madeira ganhou fama e prestígio em todo o mundo. Visitar as quintas e empresas ligadas à sua produção e comércio, os dois museus, um pertencente ao **12 Instituto do Vinho, do Bordado e do Artesanato da Madeira (IVBAM)**, outro da Madeira Wine Company, e contemplar a paisagem, indissociável da cultura da vinha na ilha, são formas de



ficar a conhecer um pouco mais sobre este vinho com mais de 500 anos de história.

Açores

A **13 Rota do Vinho na Ilha do Pico** propõe um passeio em redor de toda a ilha, em especial da vila da Madalena, que foi o grande centro vitivinícola dos Açores devido à sua localização entre as duas áreas de vinha mais extensas do arquipélago: o Lajido da Criação Velha e o Lajido de Santa Luzia – Zona de Paisagem Protegida da Cultura da Vinha do Pico, classificada Património da Humanidade pela UNESCO. A entidade gestora desta rota é a associação ADELIAÇOR, que apoiou através do LEADER+ algumas das adegas e empresas aderentes. A implementação da Rota dos Vinhos da Terceira é um objetivo que se pretende ver alcançado num futuro próximo, de forma a reforçar a oferta enoturística da ilha.



Agora é só escolher a(s) sua(s) rota(s) preferida(s) e programar uma visita, entregando-se à descoberta do vinho e do seu território... Percorrer as rotas dos vinhos é, sem dúvida, uma outra forma de conhecer Portugal.



Frutaformas

“O pedido de adiantamento ao PRODER permitiu comprar as máquinas e arrancar com a comercialização.”
Anabela Sá, NSprojects

“Damos nova forma à fruta!” É o lema da Frutaformas, projeto formado por João Azevedo, da Azevagro, e Anabela Sá, da NSprojects. Neste consórcio, ele trata da produção e desenvolvimento de novos produtos, ela é a responsável pelo marketing e comunicação.

Pegando nas frutas do Oeste, e partindo de uma ideia que não sendo completamente original, pois há séculos que se desidratam os alimentos (retirar-lhes a água) como forma de os conservar, a dupla desenvolveu um novo conceito de fruta desidratada, pronta a comer, que está a ser um sucesso.

A pera Rocha e a maçã, produzidas na região do Oeste são as principais matérias-primas dos produtos da Frutaformas, comercializados sob a forma de rodela (croca maçã), barras (lingotes) e corações, disponíveis em duas gamas de produtos: gourmet e healthy.

A pensar nos mais pequenos existe o “Frutinhas”. Foi, aliás, a pensar no público infantil que surgiu a Frutaformas, como explica Anabela Sá, com o objetivo de colocar no mercado um produto 100% natural, com forma e texturas diferentes, incentivando o consumo de fruta.

A ideia estudada e experimentada vezes sem conta durante dois anos ganhou força com a apresentação de um projeto à Abordagem LEADER do PRODER na associação LEADER OESTE, cujo apoio foi fundamental para lançar a marca, colocando a Frutaformas no patamar em que está hoje, já a pensar na exportação e num espaço maior”.

<https://www.frutaformas.pt>

Localização	Bombarral
Data da candidatura	2011
Investimento total	102.333,63 EUR
Comparticipação LEADER	60%
Postos de trabalho criados	2



Fumeiro regional de Castro de Avelãs

“Mais importante que o apoio financeiro é sentirmos que alguém acredita na nossa ideia.”
Natércia Pires, promotora

Na aldeia de Castro de Avelãs, a 3 km de Bragança, Natércia Pires acompanha com expectativa a produção dos primeiros chouriços, salpicões e butelos, seguindo o saber-fazer familiar.

Ainda em fase de experimentação, “à procura de um sabor perdido no tempo”, defende que o mais importante é a qualidade, sublinhando a garantia que a carne de porco de raça Bísara oferece logo à partida.

A transformação de 2000 kg de carne de porco por ano em vários produtos de fumeiro e a sua comercialização direta é o objetivo do projeto apresentado ao LEADER através da CORANE.

O apoio financeiro concedido para a criação da unidade de produção familiar de fumeiro regional incidu no espaço de laboração, através da recuperação e adaptação de uma antiga casa da família, e aquisição do equipamento necessário ao desenvolvimento da atividade.

A promotora, licenciada em Sociologia, desempregada, viu neste projeto uma oportunidade de negócio para aumentar o rendimento familiar, através de uma atividade de enorme importância na região da Terra Fria.

Além disso, pretende rentabilizar os equipamentos apostando na elaboração de compota de mirtilos e alheiras de cogumelos, valorizando as produções da sua atividade como jovem empresária agrícola, com um projeto apresentado ao Eixo 1 do PRODER, que resultou da formação promovida pela CORANE no âmbito do projecto de Cooperação LEADER AMBIEMPLEATE.

Localização	Castro de Avelãs (Bragança)
Data da candidatura	2013
Investimento total	24.823,10 EUR
Comparticipação LEADER	40%
Postos de trabalho criados	0



Queijaria São Miguel

“O apoio foi muito importante. Sem a ajuda do PRORURAL não seria possível fazer este investimento.” Ruben Salgado

Melhorar e aumentar a produção de queijo fresco e criar uma nova gama de produto – queijo curado – foram os objetivos que levaram o promotor a apresentar um pedido de apoio à associação ARDE, no âmbito da Abordagem LEADER do PRORURAL.

O projeto, num investimento total de cerca de 150 mil euros, visando a construção de uma queijaria com cerca de 200 m², na freguesia de Arrifes, Ponta Delgada, permitirá à empresa consolidar a sua posição no mercado regional e lançar-se na comercialização na região da Madeira e no Continente.

A falta de espaço e equipamentos, nomeadamente de cura e de armazenamento em câmara frigorífica, eram os maiores obstáculos da Queijaria São Miguel de Rodrigues & Salgado, que incluiu no projeto a aquisição de equipamento frigorífico, tanque refrigerador de leite, máquina de lavar industrial, tinas de coagulação e equipamento de câmara de cura.

O investimento permitirá não só satisfazer as exigências do sector, que têm vindo a aumentar, como sublinha Ruben Salgado, bem como diversificar a oferta, para já, com a produção de um queijo curado com aproximadamente 550 gramas.

Queijos frescos, de leite de vaca e de leite de cabra, adquiridos a produtores de São Miguel, requeijão (vaca), queijo fresco light (sem sal e com menos gordura), e queijo fresco aromatizado com alho e salsa são os produtos que já conquistaram o mercado regional.

<http://www.queijariasomiguel.com>

Localização	Arrifes (São Miguel – Açores)
Data da candidatura	2011
Investimento total	149.931,50 EUR
Comparticipação LEADER	50%
Postos de trabalho criados	1