

# PESSOAS LUGARES

Jornal de Animação da Rede Portuguesa LEADER+

Directora: Cristina Cavaco

II Série | Nº 11 | Julho/Agosto 2003



Foto Limão / INDE

Em Destaque  
Produtos locais

P 9 a 12 Norte Alentejano

P 13 e 14 Museu do Pão | P 15 Site da Rede Portuguesa LEADER+ | P 18 Agenda da Rede

# Produtos locais

## uma aposta na qualidade

Os produtos locais, para além das características específicas de cada um e das fileiras em que se inserem, são um elo fulcral da ligação produtores consumidores, entre meio rural e meio urbano, na construção de uma relação de confiança baseada nos saberes-fazer locais aliados a uma forte exigência de qualidade.

Não poderíamos começar este número do *Pessoas e Lugares* sem uma palavra sobre o drama que envolveu durante semanas diferentes territórios rurais portugueses. Em primeiro lugar para expressarmos a nossa solidariedade com as vítimas directas dos fogos e com as populações envolvidas. E depois para alertar para a urgência de uma mudança, integrando uma perspectiva preventiva e sustentável do desenvolvimento das florestas e que envolva todos os actores: instituições, populações, produtores e empresários locais.

Atendendo à importância deste problema para as zonas rurais e para muitas das Associações de Desenvolvimento Local que viram os seus territórios afectados pelos incêndios, este espaço deste editorial é repartido com uma mensagem do Sr. Director Geral das Florestas, Eng.º António Sousa Macedo.

O nosso tema de capa deste mês era e mantém-se, apesar do curso dos acontecimentos, os produtos locais, que também nalgumas regiões foram duramente atingidos pelo flagelo do fogo.

Os produtos locais constituem um elemento forte nas economias rurais. Para além das características específicas de cada um e das fileiras em que se inserem, os produtos locais são um elo fulcral da ligação produtores consumidores, entre meio rural e meio urbano, na construção de uma relação de confiança baseada nos saberes-fazer locais aliados a uma forte exigência de qualidade. Preferidos dos consumidores, os produtos locais de qualidade foram construindo um espaço de relevância no mercado.

Os artigos apresentados neste número traduzem e ilustram como partindo de experiências territoriais e de formas inovadoras de organização e comercialização, os principais trunfos são também os principais desafios que enfrentam os produtos locais. No artigo sobre os Produtos Tradicionais Portugueses sublinha-se a importância da qualidade "ligada ao saber fazer tradicional", as características sensoriais e as matérias-primas a partir dos quais são feitos: No texto enviado pela Leader Oeste a ideia da produção de produtos diferenciáveis aliada à segurança alimentar. A ADRUSE apresenta a iniciativa Terra Preservada, uma cooperativa que apoia a produção biológica, e que incentiva a organização e o reconhecimento dos produtores organizados em torno de sistemas de agricultura familiar. A estratégia de intervenção da Dolmen assenta no tema forte da valorização dos produtos locais, considerando-os os seus melhores embaixadores. O tema da comercialização e à sua história, também estão bem patente neste texto, aliás como em todos os artigos deste número. Identificar soluções para melhorar o circuito comercial dos produtos locais, é a principal preocupação do grupo de trabalho que a Federação Minha Terra anima sobre este tema, e cujo trabalho também aqui é dado a conhecer.

O tema é rico de imagens e de memórias, que estimulam todos os nossos sentidos, porque também aí reside o poder evocador e o potencial económico destas actividades.

Na Região Oeste é todo o manancial da gastronomia regional, mas também a diversificação da oferta ligada a produtos-chave, neste caso a Pêra Rocha. Na Serra da Estrela a cooperativa Terra preservada aposta nos produtos biológicos entre os quais o azeite e a azeitona e numa forma de distribuição ao domicílio, através de pequenos cabazes. No artigo sobre Produtos Tradicionais Portugueses evoca-se a utilização do leite cru e do cardo ou coalho animal na produção do queijo. Já os enchidos querem-se "alegremente combinados com o uso da tripa natural e ensacados com as lenhas do azinho e oliveira".

Na Serra do Caldeirão na Feira de S. Brás de Alportel enchidos, licores, os doces, o pão e as ervas aromáticas fizeram também as delícias dos visitantes, num evento em que o LEADER permitiu consolidar e reunir as associações gestoras do Programa na região. Juntando-se o útil ao agradável pôde-se discutir em pequenas tertúlias o comércio justo ou a agricultura biológica.

Em Seia visitámos o Museu do Pão, uma inovadora iniciativa empresarial e um espaço polivalente em homenagem ao pão.

Finalmente, na Rubrica Territórios, convidamo-lo a uma viagem por um Alentejo diferente, "onde acaba a planície e começa a Montanha" e onde "o Norte abraça o Sul" - a zona de intervenção da ADER-AL.

Cristina Cavaco

## Repensar a floresta em Portugal

Se dúvidas houvesse, a devastação provocada pelos incêndios deste Verão veio mostrar até que ponto é urgente e importante preservar e desenvolver, de forma sustentável, essa riqueza estratégica que é a floresta em Portugal.

Contudo, apesar da calamidade, poderemos estar, afinal, perante uma oportunidade única para repensar a floresta portuguesa e seria imperdoável que o não o fizessemos e puséssemos em prática.

É, pois, imperioso ir além dos apoios imediatos rapidamente disponibilizados pelo Ministério da Agricultura para fazer face às situações de maior carência dos agricultores e dos produtores florestais.

É absolutamente necessário fazer uma profunda Reforma Estrutural da Floresta em Portugal.

Essa reforma, que poderá corresponder ao aprofundamento das grandes linhas já contidas no Programa de Acção para o Sector Florestal adoptado em Março, deverá ser orientada por um princípio de ordem geral, que se afigura incontornável: a necessidade de sobrepôr o interesse público ao interesse privado na definição do novo ordenamento florestal, em termos de organização dos espaços e da distribuição das espécies.

Isto significa, por um lado, encontrar formas de vincular os proprietários a adoptar e cumprir normas de boa gestão florestal, definidas e aplicáveis numa base zonal que transcende a área de cada propriedade individual; por outro, criar os mecanismos financeiros que permitam assegurar a esses proprietários a justa compensação por contribuírem para a preservação de um bem de que toda a sociedade deve poder usufruir, designadamente em termos ambientais.

Será igualmente desejável colocar a floresta sob a tutela de uma única entidade dotada da necessária autoridade política para pôr em prática e levar a bom termo esta reforma.

Tudo isto envolve importantes decisões políticas, sobre as quais poderá ser ainda preciso reflectir. Mas convém não esquecer que além de inadiáveis, são decisões que deverão ser tomadas tão rapidamente quanto possível, para que não se perca a dinâmica gerada na sociedade portuguesa em defesa desse bem precioso que é a floresta.

António Sousa Macedo  
Director Geral das Florestas

# Produtos Tradicionais Portugueses

## Produção e comercialização

Os produtos tradicionais portugueses respondem a todos os requisitos actualmente colocados pelos consumidores, mantendo-se orgulhosamente fiéis às matérias-primas e aos ingredientes e auxiliares que lhes reforçam sabores e aromas. E, não obstante, verificarem-se adaptações nos processos de fabrico - perfeitamente aceitáveis, senão desejáveis - os produtos tradicionais portugueses têm vindo a granjear tal reputação que são mesmo conhecidos pelos seus nomes.

Os produtos tradicionais portugueses respondem, a todos os quesitos actualmente colocados pelos consumidores, porquanto: têm uma origem conhecida e comprovável, não só pelas indicações constantes da rotulagem, mas também através do sistema de controlo apropriado a que se sujeitam; têm uma "qualidade" específica, diferenciada e ligada à sua origem geográfica e ao saber fazer tradicional que, a muitos deles, já permitiu o reconhecimento nacional e comunitário; as suas características sensoriais (gosto, aroma, textura, suculência, tenrura, etc.) afastam-se absolutamente dos produtos correntes no mercado globalizado, onde todos os produtos correspondem a padrões "mundiais", tentando agradar a um consumidor-padrão, que ninguém sabe quem é nem quem representa; as matérias-primas com que são produzidos são obtidas a partir de raças e variedades autóctones ou, pelo menos, muito bem adaptadas região de produção, o que assegura não só o respeito pela biodiversidade mas, também, o respeito pelas boas práticas agrícolas, sustento e protecção de um ambiente saudável; os ingredientes usados são todos eles naturais e as técnicas de produção são as ancestrais, desde a alimentação e manejo dos animais, até às operações tecnológicas de corte, salga, fermentação, cura, fumagem, secagem ao ar ou ao sol, conhecidas e usadas desde tempos imemoriais; são objecto de acções específicas de controlo em todas as fases do seu ciclo produtivo, desde as matérias-primas até aos locais de venda, passando pelos circuitos de transporte, armazenagem, fabrico, maturação ou pelas fase de ordenha, abate, desmancha, acondicionamento, etc., consoante o necessário para verificar o cumprimento integral das disposições do respectivo Caderno de Especificações, cuja análise e aceitação estiveram na base do reconhecimento de seu nome e respectiva protecção jurídica; São seguros, na medida em que desde há séculos uns, há dezenas de anos outros, se mantêm no mercado, agradando aos seus consumidores e contribuindo para uma alimentação sã e equilibrada.

Mas, e muito curiosamente, os produtos tradicionais portugueses mantêm-se orgulhosamente fiéis às matérias-primas e aos ingredientes e auxiliares que lhes reforçam sabores e aromas, citando-se como exemplo, o uso em doses "imoderadas": Para os queijos, do leite cru – sempre que possível, das raças autóctones - e do cardo ou do coalho animal; para os enchidos e presuntos, da carne de porco alentejano ou a carne de porco bísaro, do alho, da massa de pimentão ou do colorau e do vinho- branco ou tinto, consoante os usos. Alegrementemente combinados com o uso de tripa natural para os enchidos e ensacados e com as lenhas de azinho e oliveira, fornecedoras de uma fumagem lenta e cuidadora, proporcionadora de aromas únicos e ancestrais; para os azeites, das variedades tradicionais portuguesas, como a Galega, a Verdeal, a Cordovil, a Cobrançosa, a Lentisca, a Verdeal Transmontana e a Madural, que estão na base da sua tipicidade e dos seus "gostos" genuínos; para as frutas, das variedades autóctones ou muito bem adaptadas, sendo exemplo das primeiras a *Rocha* para as pêras do Oeste e *Esmolfe* para as maçãs.

"velhos produtos" e "modernas técnicas"

No entanto também se verificam adaptações nos processos de fabrico, que permitem sobretudo minorar a penosidade de certas tarefas ou aumentar a vida útil dos produtos. Como exemplo, podem ser referidas a colheita e a ordenha mecânica, prensagem de queijos, o corte mecânico de carnes, a conservação prolongada pelo frio, a apresentação de queijos e produtos à base de carne em pedaços ou fatiados, desde que pré-embalados na origem, etc.

Estas e outras adaptações são perfeitamente aceitáveis, senão mesmo desejáveis. O seu limite é a manutenção da genuinidade dos produtos. Enquanto não forem alteradas os processos e os ingredientes que, de facto, contribuem para a especificidade e tipicidade dos produtos, é desejável a modernização dos processos produtivos.

Mas, curiosamente, também noutras áreas se verifica a compatibilidade possível entre os "velhos produtos" e as "modernas técnicas".

Siglas e referências como HACCP, ISO 9000, EN 45 011 e outras, acreditação,

certificação de empresas, etc., etc., começam a ser linguagem corrente entre o mundo dos tradicionais.

E não nos deveríamos espantar com tal já que estamos a falar de produtores com uma enorme experiência produtiva que, senão tivessem as suas empresas organizadas, os seus sistemas de qualidade implementados, os seus provedores credenciados, os seus fornecedores de matérias-primas e serviços acreditados, as suas técnicas para evitar os pontos críticos nas suas empresas, não teriam subsistido ao longo dos tempos... com os resultados que ainda hoje estão à vista, com milhares de clientes fidelizados.

Questão diferente é serem capazes de evidenciar toda esta parafernália de sistemas, técnicas e documentações de suporte para contentamento de algumas regulamentações, quanto vezes desajustadas das realidades e dimensões das nossas pequenas empresas. Mas não devemos dúvidas sobre a capacidade humana e a persistência dos nossos produtores. Quem produz com qualidade e segurança, saberá sempre agradar aos consumidores e evidenciará que a qualidade e a segurança não acontecem por acaso, mas que resultam sempre de um trabalho inteligente.

É esta a razão pela qual, ao longo de décadas, senão mesmo de séculos, pela forma local, leal e constante com que são produzidos, os Produtos Tradicionais Portugueses têm vindo a granjear tal reputação que são mesmo conhecidos pelos seus nomes, já actualmente com estatuto europeu de protecção

Este estatuto europeu não se consegue sem grande esforço e sem demonstrar, de facto, que por detrás de cada nome (geográfico, ou assimilado), está um produto: que tem uma produção real e efectiva (embora a quantidade não seja relevante); que tem uma história, uma reputação e uma notoriedade; que tem modos de produção locais, leais e constantes ao longo dos tempos; que tem características qualitativas intrinsecamente ligadas à região ou local onde tem a sua origem; ou, que tem reputação ou qualidades atribuíveis a tal origem geográfica.

Face ao exposto, julgo ser fácil deduzir que a protecção de um nome geográfico: não estão ao alcance de qualquer produto, só pelo facto de ser produzido num dado local; não é "atribuída", sendo, pelo contrario, apenas formalmente reconhecidas, já que o seu uso constitui uma prática corrente e um dado histórico; não resulta de uma estratégia comercial (por tantos hoje tentada), de adicionar indevidamente ao nome do produto, o nome da terra onde é fabricado, confundindo o consumidor.

Pese embora o facto de, ao nível da legislação em vigor, os nomes de diversos Produtos Tradicionais Portugueses estarem protegidos contra as utilizações abusivas, contra a concorrência desleal e contra a exploração da sua reputação, o que é facto é que ainda se assiste a toda uma série de atropelos, não tanto contra os nomes protegidos mas contra o consumidor, fazendo-o crer que produtos sem quaisquer características de qualidade ligadas a uma origem ou a um modo de produção, são dos "bons", dos "legítimos", dos "verdadeiros".

O uso imoderado de nomes geográficos em produtos que nada têm a ver com a região onde são meramente fabricados, de qualificativos sonoros como "fumeiro tradicional", "produto caseiro", "receita da avó", "tipo alentejano", "tipo beirão", "serrano", "especialidade típica", "produto tradicional" etc., são práticas comerciais quase sempre abusivas, que lesam produtores e consumidores.

Para tentarem marcar uma diferença nítida em relação aos "falsos produtos tradicionais", os legítimos Produtos Tradicionais Portugueses apresentam-se comercialmente: devidamente rotulados, indicando explicitamente o Nome e a Denominação a que têm direito (DOP ou IGP); com uma marca de certificação, numerada, que garante que o produto foi submetido a uma sistema de controlo ao longo da sua fileira produtiva e que pode ser rastreado até à sua origem; com o logotipo comunitário (cujo uso é, no entanto, facultativo) que pode, apenas, ser utilizado pelos produtores expressamente autorizados para o efeito.

Ana Soeiro  
IDRHa

Agricultura familiar

# Preservar o que a terra tem de melhor

*Terra Preservada* é uma cooperativa que fomenta a agricultura biológica na Serra da Estrela, apoiando os pequenos produtores da região. A agricultura familiar é a área de intervenção de maior sucesso desta cooperativa, com a distribuição semanal de Cabazes em Gouveia, Seia e Covilhã. Com o apoio do LEADER+, a Terra Preservada pretende a criação de uma imagem de marca e prestar assistência técnica aos produtores que queiram enveredar por este modo de produção.

Criada em 1999, a *Terra Preservada* começou por ser uma cooperativa de consumo. Não tendo vingado como tal, passou a cooperativa agrícola “visto que era necessário dar mais apoio aos produtores, na parte da produção”. Foi o ponto de partida para uma conversa com Pedro Ferreira e Clara Coelho dos Santos, os rostos mais visíveis deste projecto.

Sediada em Gouveia, a *Terra Preservada* é uma “cooperativa agrícola polivalente que tem a secção agrícola onde trabalha com o pequeno produtor na agricultura familiar, e a secção de modo de produção biológica, que apoia e fomenta os produtos biológicos. “Por outro lado”, refere Clara Coelho dos Santos, “pretende ainda incrementar uma secção de Turismo, sendo esta uma das formas de dar apoio à pequena agricultura que tem de ser diversificada não podendo ser apoiada apenas na produção, mas também complementada noutras áreas como, por exemplo, o Turismo”. A Agricultura Biológica e a consequente criação e comercialização de produtos biológicos, como o azeite e as azeitonas de mesa, é antes de mais uma filosofia de vida. Neste tipo de agricultura – “cultivar e produzir sem influenciar negativamente o ambiente -, uma das inovações é a preocupação com o solo e só depois com a cultura. A cultura passa a ser uma consequência e não um fim”, refere Pedro Ferreira.

## Produtos seleccionados

Uma das outras áreas de intervenção da *Terra Preservada* - talvez aquela de maior sucesso - é da Agricultura Familiar – a agricultura tradicional da região. Mensalmente, mais concretamente no último sábado de cada mês, em lugar central de Gouveia realiza-se a Feira da “Agricultura Familiar”, onde os produtores/agricultores vendem directamente ao público os produtos criados na terra com o sabor genuíno e qualidade garantida.

Aliás, um dos lemas de trabalho da cooperativa é precisamente a qualidade dos produtos. De referir que os produtores integrados no projecto da Agricultura Familiar, e que possuem contrato com a cooperativa, têm assistência técnica gratuita e direito ao apoio e material necessários para a promoção e imagem dos produtos, através da publicidade dos mesmos, tais como etiquetas e sacos.



Paula Matos dos Santos / INDE

A distribuição semanal de Cabazes é outras das acções de sucesso da *Terra Preservada*. Directamente da origem, com qualidade reconhecida, é possível ter em casa um cabaz com uma selecção de produtos (à escolha do consumidor). A *Terra Preservada* faz a recolha dos produtos e a posterior distribuição dos cabazes em Gouveia, Seia e Covilhã. Futuramente, Coimbra é uma das localidades a apostar para a entrega dos cabazes e, assim, promover e garantir a comercialização de produtos de qualidade. Através deste projecto da Agricultura Familiar e com o apoio do Programa LEADER+, a *Terra Preservada* pretende a criação da Imagem de Marca, de um Logotipo e prestar serviço de apoio, através da assistência técnica aos produtores que queiram enveredar por esse modo de produção.

Com vontade de “agarrar” as gentes à terra o trabalho desta cooperativa passa por uma vontade de preservar o que de bom tem a terra.

ADRUSE

Dolmen

# Valorização dos Produtos do Interflúvio Douro-Tâmega

Ao apostar nos produtos locais como factor de afirmação e dinamização económica do território, a Dolmen não se abstrai de quem os produz, daqueles que com a sua resistência, o seu apego à Terra preservam a identidade de um povo.

A aposta estratégica do Plano de Desenvolvimento Local (PDL) LEADER+ da Dolmen -Cooperativa de Formação, Educação e Desenvolvimento do Baixo Tâmega assenta no tema forte da "Valorização dos Produtos Locais", utilizando-se a qualidade dos produtos do território como os seus melhores embaixadores.

A existência de um Mundo Rural Vivo, com alguma dinâmica a nível de criação do próprio emprego e a proximidade de mercados (Porto e cidades polarizadoras nos concelhos da ZI) validam a nossa opção. Por outro lado, não há economia sem população e um território sem população acaba por perder a sua matriz cultural. Ao apostar na valorização dos produtos locais, não abstraímos de quem os produz, ou seja aqueles que com a sua resistência, o seu apego à Terra preservam a identidade de um povo, no seio da União Europeia, valorizando-a, assegurando a riqueza da sua diversidade a nível cultural. Não tenhamos ilusões; se não conseguirmos melhorar as condições de vida das populações rurais, tudo ficará resumido a uma questão temporal: mais tarde ou mais cedo os últimos resistentes desaparecerão.

Descartado o alcance ao centrarmos a nossa intervenção na "Valorização dos Produtos Locais", funcionando como factor de dinamização económica do território (e fundamentalmente gerador de riqueza), perguntar-se-á: Como operacionalizar essa opção estratégica?

As necessidades também se criam. Não existem necessidades (além das biológicas) cuja existência se ignore. Um produto, por melhor que seja, não se vende por si próprio. Conhecedores desta realidade, só existem duas possibilidades, quanto a nós complementares: Ir de encontro ao mercado; Trazer o mercado até nós.

Através da primeira hipótese (também primeira em termos cronológicos) pretende-se concretizar uma série de iniciativas que facultem o acesso ao mercado de produtos locais de qualidade. A proximidade de mercados com algum significado adjacentes ao território (Amarante, Marco de Canaveses e Penafiel), além de um grande mercado a meia centena de quilómetros – o Porto – são realidades a ter em consideração e a explorar no PDL e nele previstas através de "Centros de Promoção e Comercialização do Douro-Tâmega" e "Promoção e Animação do Interflúvio Douro-Tâmega".

A segunda via insere-se numa metodologia complementar, tendente à concretização da mesma estratégia. Assinalada a existência de produtos de qualidade e sua identificação com o território, urge dar o passo seguinte. Aqui surgem várias iniciativas, umas ligadas directamente ao acesso ao mercado de produtos tradicionais, como a "Recuperação e Revitalização de Feiras Tradicionais" e outras associadas à realização de eventos que pela sua amplitude façam afluir visitantes e potenciais consumidores ao Interflúvio.

Criada a necessidade junto dos consumidores esta tem de ser alimentada, surge então o "Apoio a Actividades produtivas"; e como os produtos de um território não se esgotam nos agro-alimentares e no artesanato, a dinamização a nível turístico será um reflexo imediato desta estratégia.

A nossa opção em termos turísticos passa pela oferta de um produto turístico composto, multi-facetado e atractivo, centrado na existência de recursos de interesse natural, patrimonial e antropológico. Para reforçar a atractibilidade do território, o PDL prevê investimentos que, por um lado, contribuam para a melhoria da qualidade de vida dos residentes e, por outro, diversifiquem a oferta turística, surgindo então apoios destinados aos "Espaços de Cultura e Lazer" e "Centros de Interpretação da Natureza" entre outras componentes. A necessidade de diversificar a oferta de alojamento, criando modalidades mais acessíveis e alternativas, também se encontra prevista.

A aposta estratégica apresentada tem subjacente outra que consiste em afirmar o Interflúvio Douro-Tâmega como destino privilegiado, ao nível da gastronomia, produtos de qualidade, lazer e cultura, da área metropolitana

do Porto, assegurando fluxos de proximidade e em menor escala um pólo atractivo para Lisboa, Galiza e Castilla-León. Para dar corpo a esta estratégia, consideramos três áreas temáticas: Agricultura e espaço rural (aposta nos valores, sabores, saberes e fazeres locais); Lazer e Turismo (diversificar, organizar e inovar); Cultura e Património (promover eventos de âmbito regional, criar novos pólos de dinamização cultural, divulgar potencial existente).

## A promoção do Interflúvio e seus produtos

A Dolmen, através do LEADER+, e graças às parcerias formais e informais existentes, tem feito um esforço enorme para promover integralmente o território e seus produtos de qualidade, participando em vários certames a nível nacional e internacional. O impacto na promoção dos produtos locais de qualidade e do potencial turístico do território tem sido notório, existindo sempre enorme receptividade e curiosidade relativamente ao nosso país por parte dos agentes económicos e público em geral.

Na XII Feira Agro-Pecuária de Castilla e León - 2002, em Salamanca, tivemos a honra das comemorações do Dia de Portugal terem decorrido no nosso stand, proporcionando assim às entidades oficiais a oportunidade de degustar produtos locais de qualidade. Na ExpoGalaecia – Feira de Turismo, Artesanato e Gastronomia- 2002, em Vigo, a Dolmen obteve o Primeiro Prémio - Medalha de Ouro – correspondente ao melhor stand. Um espaço onde se podia encontrar o artesanato mais genuíno e produtos locais de qualidade, como os Vinhos Verdes, a doçaria regional e conventual de Amarante, a broa de milho e o mel de montanha. Mais recentemente, a convite da respectiva Direcção Regional de Agricultura, a Dolmen representou a Região do Entre Douro e Minho na Feira Nacional de Agricultura, em Santarém, dinamizando a "Casa Rural do Minho".

Para além destas feiras - dois exemplos que merecem especial destaque - a Dolmen tem participado noutras iniciativas, como a Manifesta 2003, a Feira Nacional de Doçaria Tradicional (Abrantes) e Feiras de Artesanato (Foz do Douro, Vila do Conde, Mercado Ferreira Borges no Porto, etc.), sempre com o mesmo objectivo: promover os produtos do Interflúvio Douro-Tâmega.

A nível local, referência para um caso exemplar na promoção de produtos locais: o "Cavalinho". Um local com fortes tradições comerciais, em Amarante, onde a Dolmen, em parceria com a Junta de Freguesia de Gondar, e através do LEADER II, criou um centro de promoção dos produtos locais, sobretudo do artesanato.

Rolando Pimenta  
DOLMEN



Região do Oeste

# Os agro-alimentares no desenvolvimento rural

Hoje, importa produzir bem e, muito mais, produzir bens diferenciáveis, com valor acrescentado, preferencialmente regional e de tradição. É o que já acontece na região do Oeste que embora sendo uma região produtora de matéria-prima suficiente e com elevada qualidade, encaminhou essa produção para a agro-indústria e o abastecimento de outras regiões.

No contexto da União Europeia onde a segurança alimentar está tanto na ordem do dia, os produtos agro-alimentares assumem um especial relevo, dado que constituem um repositório cultural de inestimável valor. A Europa possui uma tradição secular na arte de confeccionar os alimentos que urge preservar e promover. Contudo, as sucessivas crises que afectam as fileiras produtivas são apenas alguns indícios de como a produção intensiva de alimentos pode conduzir a situações nefastas em todos os sentidos e que carecem de uma profunda reflexão.

Actualmente, a adopção de medidas pela União Europeia em matéria de segurança alimentar passa pelo conceito de rastreabilidade; isto é, identificar o circuito produtivo, desde o produtor inicial, até ao consumidor final. Esta normalização de produtos será benéfica para o consumidor, caso existam padrões de equidade que garantam a não adulteração do que é efectivamente autêntico nos produtos. A qualidade por si só não é garantida pela normalização; esta é que pode ser garantida pela qualidade do produto.

A gastronomia regional do Oeste, apesar de ser reconhecida a nível nacional, precisa de uma promoção aprofundada em termos de origem e qualidade dos seus produtos. Os agentes económicos ligados à hotelaria e restauração necessitam de criar uma abertura para a inovação no sentido de diversificar os seus produtos gastronómicos e serviços turísticos.

Embora sendo uma região produtora de matéria-prima em quantidade suficiente e com elevada qualidade, para a criação da própria marca regional, a região do Oeste encaminhou essa produção para a agro-indústria e o abastecimento de outras regiões.

Hoje, importa produzir bem, com alguma escala e algum valor simbólico. Importa, muito mais, produzir bens com valor acrescentado, diferenciáveis no mercado, cujo valor económico esteja associado a um valor simbólico preferencialmente regional e de tradição. Ou seja, uma marca estar associada a uma região. Dai que a gastronomia seja uma forma de promover com valor acrescentado, os produtos oriundos da agricultura e do mundo rural.

## Preservar a qualidade

Actualmente, vive-se um período de reconversão das actividades industriais. Os produtos são necessariamente seleccionados pelos consumidores cada vez mais exigentes e despertos para elevados níveis de qualidade.

Esta crescente exigência leva a que a transformação de produtos seja mais cuidada, mais qualitativa e com um grau de normalização crescentemente elevado, e orientada pela procura e não pela oferta.

O processo de transformação deve preservar a qualidade dos produtos hortofrutícolas consumidos em fresco. Nesta região de produção da Pêra Rocha, podemos e devemos equacionar o aproveitamento deste produto de forma a potenciar os diversos tipos de posicionamento no mercado.

O aproveitamento dos produtos agrícolas locais, quer num formato comum quer num formato mais inovador, proporcionam oportunidades económicas sustentadas que ajudam a valorizar a cultura do Oeste e dinamizar a própria identidade regional.

A LeaderOeste, sendo uma entidade que se identifica com este espírito de inovação e renovação, aprova todas as iniciativas que consigam dar relevância aos recursos que ainda subsistem no nosso meio rural, preservando o saber-fazer tradicional. Uma das mais recentes experiências efectuadas com uma das frutas bem características desta Região - o Bolo de Pêra Rocha - será sem dúvida, uma mais-valia em termos de imagem territorial.

LEADEROESTE



ProRegiões - Promoção das Regiões

# O melhor de Portugal está na Loja do Mundo Rural

O melhor de Portugal está na Loja do Mundo Rural - Portugal Rural é o projecto da ProRegiões em curso. Criar um espaço onde a transmissão da cultura e do saber-fazer (aliado à qualidade dos produtos oferecidos), o comércio é justo, e de apoio aos artesãos e produtores, é o desafio da Loja do Mundo Rural. Um local que a animação permanente torna sempre apetecível.



Paula Matos dos Santos / INDE

Em 1994 algumas Associações de Desenvolvimento Local (ADL) e cooperativas sentiram a necessidade de criar uma estrutura de promoção do Mundo Rural em Lisboa, com o objectivo de permitir aos pequenos produtores das zonas rurais de atingir os grandes mercados de consumidores, contribuindo para a criação de uma rede de comercialização dos produtos rurais, e uma maior e melhor introdução destes produtos nos mercados. Esta ideia leva finalmente, em 1997, a Aadruse - Associação para o Desenvolvimento Rural da Serra da Estrela, a Inde - Intercooperação e Desenvolvimento e a Trote-Gerês - Cooperativa de Ocupação de Tempos Livres a juntarem-se e a criar a ProRegiões - Promoção das Regiões, Lda.

Posteriormente aderem a Adirn - Associação para o

Desenvolvimento Integrado do Ribatejo Norte e a Tagus - Associação para o Desenvolvimento Integrado do Ribatejo Interior. Surge assim uma empresa cujo objecto social é a Promoção das Regiões, suas Gentes e Culturas e a Comercialização dos seus Produtos. Ainda em 2003, o convite para a entrada de novos sócios vai permitir que novas entidades se juntem a este projecto, alcançando o mesmo uma representatividade nacional. Durante o ano de 1998, a ProRegiões, em colaboração com a Adirn implementa um projecto de cooperação transnacional, as *Antenas Comerciais Europeias* (financiamento do LEADER) e, em colaboração com a ProBarroso - Associação de Promoção e Desenvolvimento do Barroso, lança-se na comercialização dos produtos no quadro do projecto CEART. Ainda em 1998, a Proregiões realiza o *Barco do Mundo Rural*, um projecto para o qual são convidados todos os grupos LEADER. A utilização de um barco tradicional do Tejo, o Varino, aparece como um projecto ideal de promoção do Mundo Rural na ocasião da EXPO'98, pela originalidade do projecto, a grande visibilidade que dá aos territórios rurais e aos seus produtos e o efeito atraente para os actores locais. O projecto, que envolveu 19 grupos LEADER, aos quais se juntaram ainda a Animar e os parceiros galegos da Trote-Gerês, tornou-se no maior projecto de parceria da ProRegiões.

A necessidade de encontrar um espaço de exposição e venda permanente, tornou-se imprescindível para a concretização de todos os objectivos para os quais esta empresa foi criada. Um espaço onde fosse possível iniciar a comercialização dos produtos rurais, a comercialização em rede, a divulgação da nossa cultura, a promoção dos nossos territórios. A existência da *Loja do Mundo Rural*, desde Dezembro de 1998, com a parceria de diversas

entidades, ADL, bem como do Ministério da Agricultura, permitiu avaliar o sucesso de um projecto que pretende promover o Mundo Rural.

A ProRegiões, com o trabalho em rede com as ADL, propôs-se trabalhar e contribuir para a promoção das Regiões, das suas gentes e culturas, colaborando assim para a continuidade de um trabalho em que o futuro será mais colorido, mais gostoso e mais alegre, e o Mundo Rural possa ser uma opção e uma alternativa de vida sociocultural.

Valorizar a oferta, fomentar a procura

Foi conhecendo o território nacional, os seus produtos, as pessoas que os produzem, as necessidades da valorização e promoção, as dificuldades do escoamento destes produtos que a ProRegiões pôde constatar os novos mercados que se abrem vindos das populações urbanas, das populações urbanas com maior poder de compra. Existe uma oferta que é necessário preservar, valorizar, promover, qualificar e uma procura que é necessário fomentar, através da promoção e da valorização, criando assim mercados equilibrados e auto-sustentáveis que satisfaçam simultaneamente produtores e clientes.

O melhor de Portugal está na Loja do Mundo Rural - Portugal Rural. Este é o projecto que está em curso através da ProRegiões na Loja do Mundo Rural. Criar um espaço diferente nos meios urbanos, um espaço de identificação do Mundo Rural, um espaço onde a transmissão da cultura e do saber-fazer é o ponto forte, aliado à qualidade dos produtos oferecidos. Um espaço onde o comércio é justo. Um espaço de apoio ao artesão e ao produtor. Esta é uma loja interessada em valorizar os produtos e a sua origem.

A realização de eventos de promoção de um território, onde podemos encontrar os produtos dessa região, os artesãos e produtores, os animadores, o turismo, as festividades tradicionais, o azeite ou o linho e a realização de provas e concursos são atractivos para o público tendo em vista a promoção do território e a divulgação das suas características. É a animação permanente que torna este um espaço sempre apetecível. A realização de eventos dentro e fora da Loja do Mundo Rural têm permitido uma maior proximidade entre os centros comerciais, as empresas e as feiras, e os nossos produtores.

A realização de *workshop's* criando locais de discussão e troca de conhecimentos tem vindo a permitir uma melhor implementação de estratégias para a comercialização dos produtos locais como foi o caso da loja virtual, a apresentação de projectos de comercialização em França ou ainda como será o da a certificação de produtos.

A inserção dos produtos noutros circuitos de distribuição de pequena e média dimensão, nacional e estrangeira: eco-museus, charcutarias, restaurantes, superfícies comerciais (El Corte Inglés), lojas de artesanato (em Bruxelas) e a criação da rede de Lojas do Mundo Rural - Portugal Rural (Chaves, Tomar, Póvoa de Santarém, Batalha ou Coimbra) permitirá ganhar a dimensão necessária e uma imagem de qualidade dos produtos produzidos no Mundo Rural Português. Uma parceria que conta com a Adirn, Adae, Adices, Esdime, Inde, Tagus, Trote-Gerês e o IDRHa e que se pretende alargar a outras ADL, agrupamentos de produtores, associações de artesãos e a todos aqueles que queiram assegurar a vitalidade das comunidades rurais e a continuidade de um instrumento para a sustentabilidade do desenvolvimento dos territórios rurais.

ProRegiões

# Comercialização de Produtos Locais

A Minha Terra, visando criar condições para melhor rentabilizar os produtos locais e potenciar os resultados dos projectos dos GAL nesta área, anima um grupo de trabalho sobre este tema, constituído por elementos de oito ADL. A principal preocupação deste grupo é identificar soluções para melhorar o circuito comercial dos produtos locais.

A comercialização dos produtos locais de qualidade é uma preocupação de grande parte dos Grupos de Acção Local (GAL), tal como é evidenciado pela importância que assume nos Planos de Desenvolvimento Local (PDL) e em muitas ideias de projectos de cooperação interterritorial, nacional e mesmo transnacional. Visando criar condições para melhor rentabilizar estes recursos e potenciar os resultados destes projectos, a Federação Minha Terra anima um grupo de trabalho sobre este tema, constituído por elementos de oito Associações de Desenvolvimento Local (ADL).

Após algumas reuniões, em que se tentou balizar a discussão, se definiram pressupostos, se analisaram experiências anteriores e documentação sobre o tema e se apontaram algumas pistas de trabalho, os elementos do grupo de trabalho consideraram chegado o momento de partilhar as suas reflexões com a REDE, recorrendo para isso ao jornal de animação do LEADER+, no sentido de alargar o debate e alimentar a reflexão.

A principal preocupação do grupo de trabalho é identificar soluções para melhorar o circuito comercial dos produtos locais, equacionando hipóteses que dêem auto-sustentabilidade aos produtos e aos territórios, bem como às soluções adoptadas para os comercializar. Para além de uma reflexão que coloca a problemática de uma forma genérica, pareceu importante discutir o papel das ADL neste contexto.

A sustentabilidade das próprias ADL, enquanto actores do processo, também deverá ser assegurada, dado que estas têm tido um papel fundamental na identificação, promoção, certificação dos produtos e na sensibilização e formação dos produtores.

As dificuldades...

Embora pareça claro que a logística associada à recolha e distribuição dos produtos surge como o elo mais fraco de todo o circuito comercial, a verdade é que o sucesso dos produtos de qualidade continua a encontrar obstáculos nas diferentes etapas, tanto a montante como a jusante da comercialização.

Para a generalidade dos produtos locais, a produção, tal como está organizada actualmente, apenas consegue garantir a qualidade dos produtos. Mesmo essa, nem sempre suportada por mecanismos de protecção e reconhecimento, cada vez mais importantes para o consumidor final. De um modo geral verifica-se uma desarticulação com os circuitos comerciais e com as solicitações do mercado e dos consumidores, tanto no que diz respeito às quantidades, como à capacidade de integrar nos produtos aspectos técnicos e de inovação como resposta à evolução do mer-

cado. Não obstante, verificar-se nos últimos anos um significativo esforço por parte dos produtores para melhorar as condições de produção e de acondicionamento dos produtos, nomeadamente o respeito pelos diferentes normativos e a criação de embalagens mais apelativas e funcionais, onde as ADL têm tido um papel relevante, ainda há muito trabalho a desenvolver nesta área.

Por outro lado, verifica-se também a necessidade de fazer evoluir o quadro legal que regulamenta este tipo de produções, onde alguns ajustamentos legislativos podem ser importantes para minimizar estrangulamentos em alguns sectores.

Os consumidores, enquanto último elo do circuito de comercialização, devem também ser alvo da atenção das ADL. A par dos novos hábitos de consumo emergentes (consumo bio, consumo ético, consumo justo...) que representam verdadeiros nichos de mercado para muitos produtos locais, algumas acções concretas de esclarecimento e sensibilização podem ajudar a transformar hábitos de consumo – um consumidor informado está disposto a pagar (mais) por um produto diferenciado!

A participação das ADL

A reflexão dos elementos do grupo de trabalho vai no sentido de que muitos dos problemas identificados sobre este tema e as respectivas soluções, se podem constituir como oportunidades a serem aproveitadas pelas ADL na perspectiva da sua sustentabilidade, ou seja da sua capacidade técnica e financeira e da justificação da sua intervenção. A margem de risco, regra geral elevada, associada a este tipo de operações reduz-se quando se entra em conta com factores como a experiência, o saber-fazer das ADL e a sua organização em rede.

De facto, a rede das ADL em processo de dinamização crescente sobre outras problemáticas, como a cooperação, as alternativas ao financiamento do desenvolvimento local, poderá assumir a questão da comercialização dos produtos locais, equacionando soluções que permitam ultrapassar, pelo envolvimento de diferentes produtores de vários territórios os aspectos relacionadas com a escala e com a diversidade dos produtos.

Algumas destas soluções passam pela montagem de circuitos de recolha e distribuição de produtos e a dinamização de espaços de promoção e comercialização, afigurando-se como hipótese interessante a criação de estruturas empresariais das quais as ADL podem fazer parte.

Também neste campo as possibilidades são múltiplas. Desde o estabelecimento de circuitos comerciais totalmente novos, com ou sem a participação das ADL, até à valorização dos já instalados para escoar a produção dos produtos locais (lojas de qualidade, cadeias de hotéis, etc.)

As ADL podem, cada uma nos seus territórios de intervenção e organizadas em rede a nível nacional ou mesmo transnacional, desempenhar um papel fundamental em vários aspectos, e nas diferentes fases dos circuitos comerciais. A organização da produção e a sua articulação com o mercado; a promoção dos produtos visando tanto os circuitos longos como os circuitos curtos (muitas vezes é mais difícil encontrar um produto no território de origem do que num centro urbano); a própria comercialização participando em soluções empresariais a diferentes níveis; a formação dos produtores; e a sensibilização dos consumidores, são alguns dos aspectos onde a intervenção das ADL surge como particularmente pertinente.

Pretende-se que esta discussão passe deste grupo de trabalho restrito para a REDE e que as novas contribuições permitam encontrar soluções inovadoras e viáveis em tempo útil.



INDE

Minha Terra  
Federação Portuguesa de Associações de Desenvolvimento Local



# Norte Alentejano

Textos de João Limão e Paula Matos dos Santos

Um Alentejo diferente. Um território de fronteira, que surge como zona de delimitação de duas paisagens distintas. Aqui acaba a planície e começa a montanha. Aqui, o Norte abraça o Sul.

A Zona de Intervenção da ADER-AL - Associação para o Desenvolvimento em Espaço Rural do Norte Alentejano, considerada no âmbito do Programa LEADER+ é constituída por 10 concelhos – Arronches, Campo Maior, Castelo de Vide, Crato, Elvas, Marvão, Monforte, Nisa, Portalegre e Sousel – do distrito de Portalegre, perfazendo um total de 3719 km<sup>2</sup>.

Segundo dados da Associação Nacional de Municípios Portugueses (ANMP), a população residente é de aproximadamente 89 514 habitantes. Mais de metade deste número concentra-se nos concelhos de Portalegre e Elvas, num total de 48 574 habitantes, o que é indicador do efeito aglutinador destes concelhos em termos de fixação populacional. Em termos globais, e de acordo com os resultados definitivos dos Censos de 2001, a demografia do Alentejo registou uma perda de população no período intercensitário de -0,7 por cento, correspondentes a 776 585 habitantes. Uma tendência regional, que se agrava no Alto Alentejo, onde a perda do efectivo populacional ascendeu a -6 por cento. Toda a região do Alentejo tem sentido grande dificuldade de fixação da população. Verifica-se o abandono gradual dos meios rurais em direcção aos centros urbanos, sobretudo para a Área Metropolitana de Lisboa, Algarve e alguns países europeus industrializados. O fenómeno é histórico. Entre as décadas de 50 e 80, com principal destaque para a de 60, o norte alentejano perdeu 32 por cento do seu efectivo populacional. Ao problema da desertificação rural no interior, acresce a problemática da existência de uma estrutura demográfica desequilibrada. Dada a forte

incidência do fenómeno emigratório na população jovem adulta em idade activa, o número de residentes com mais de 65 anos corresponde a mais de 20 por cento da população. Este envelhecimento demográfico generalizado a todos os segmentos da população, inclusive na população activa, tem implicações várias, como os índices de dependência, que são dos mais elevados na região do Alentejo e no país.

A afirmação desta tendência acentua-se com a baixa taxa de natalidade natural na região, que é de -0,134 por cento. Em contraponto a este fenómeno, apenas subsiste o balanço migratório positivo (0,648 por cento), revelador da existência de indivíduos de outras origens que procuram a fixação na região, e que pode representar um mecanismo para contrariar a desertificação.

No domínio da economia, de acordo com o indicador “PIB per capita”, o Alentejo situa-se entre as 25 regiões mais pobres da União Europeia. Em 1986, era a terceira região mais pobre, com um PIB per capita de 37 por cento da média comunitária, passando para a 16<sup>a</sup> posição em 1996, com um índice de 59,7 por cento daquela média.

Ao nível das actividades produtivas, o sector primário ainda tem um papel preponderante na economia da região. A agricultura e silvicultura representam 13,9 por cento do Valor Acrescentado Bruto a preços de mercado (VABpm), e 25,4 por cento do emprego.

A Superfície Agrícola Utilizada (SAU) representa 240 mil hectares, sendo 30 por cento ocupado por pastagens permanentes, 15 por cento com culturas permanentes (olival e vinha), e 0,1 por cento com horticultura familiar. A vitivinicultura é uma das áreas de maior importância económica da região.

No sector pecuário predomina o gado ovino (69 por cento do efectivo), sendo o gado bovino explorado essencialmente em regime extensivo. É de realçar o facto da raça mais representada ser a alentejana, cuja carne está reconhecida como DOP (Denominação de Origem Protegida), devido à inegável qualidade.

Relativamente ao tipo de propriedade, verifica-se que a norte, nos concelhos de Marvão, Castelo de Vide e parte dos concelhos de Nisa e Portalegre, se observa a propriedade de pequena dimensão, enquanto

os restantes concelhos se caracterizam pela média e grande dimensão. O Alentejo é ainda a região onde o sector secundário se revela menos dinâmico, representando 21,4 por cento das sociedades sediadas. No nordeste alentejano verifica-se a existência de indústrias com alguma tradição em áreas como a cortiça, lanifícios, e também no sector químico, observando-se em paralelo, a emergência de indústrias novas, nomeadamente ligadas ao sector das componentes para automóveis. O sector terciário é aquele que tem maior expressão, com uma dinâmica de crescimento idêntica ao resto do país, que representa 64,1 por cento das sociedades sediadas, e corresponde à ocupação de 50,5 por cento dos empregados da região. Contudo, à imagem do que tem acontecido no resto do país, verifica-se que a fixação de grandes superfícies comerciais, nomeadamente hipermercados e supermercados, tem contribuído para um progressivo desaparecimento do comércio dito tradicional.

#### Dois paisagens distintas

Este é um Alentejo diferente. Distinto da imagem tradicional de extensas planícies a perder de vista. A região de Portalegre surge como zona de delimitação de duas paisagens distintas, ponto de contacto entre o fim da planície e o começo das terras altas. Território fértil em recursos hidrológicos, patentes na existência de várias barragens, como Caia, Apartadura, Póvoa e Poio.

É aqui, neste cenário de paisagem entrecortada, que se situa a principal zona protegida da região: o Parque Natural da Serra de São Mamede, com 31 750 hectares que abrangem os concelhos de Arronches, Castelo de Vide, Marvão e Portalegre. Uma paisagem de vegetação rica e diversa, devido ao clima, que engloba a norte carvalhos, castanheiros e sobreiros, e a sul o montado puro. A águia de bonelli, o bufo real, o abutre negro, a cegonha preta e a abetarda são algumas das espécies que constituem a fauna da região. Nesta serra encontra-se ainda a maior colónia de morcegos da Europa, bem como víboras, lontras, rãs ibéricas, veados e javalis.

A riqueza do património ambiental constitui um inegável foco de atracção para visitantes. No entanto, as potencialidades da região não se esgotam nesta área. O património histórico e cultural é, também, uma das mais valias do território. Portalegre, a “cidade mimosa”, constitui, desde há 40 anos, um dos pólos do chamado “triângulo turístico”, do qual Marvão e Castelo de Vide são os outros vértices.

Se o casario branco de Portalegre, de acordo com Francisco Sampaio Soares, coordenador da ADER-AL, começa a pecar por “alguma descaracterização”, as outras duas localidades mantêm quase intactas as suas características. A vila de Marvão candidatou a sua estrutura de casario medieval a Património Mundial, enquanto Castelo de Vide, a chamada “Sintra do Alentejo”, também soube preservar o burgo medieval, o antigo bairro judeu e a muralha setecentista.



O património arqueológico é outra das riquezas do território. As estações arqueológicas dos Mosteiros, da Meada e de Santo Amarinho, a necrópole megalítica dos Coureiros, são alguns exemplos deste património, aos quais é possível acrescentar a “Villa” lusitano-romana de Torre de Palma e as ruínas de Ammaia.

No domínio etnográfico, as festas de Campo Maior são um dos acontecimentos mais emblemáticos da região, sem paralelo nas feiras temáticas em localidades como Marvão, Monforte e Arronches. Mas, uma das principais riquezas do território reside na gastronomia, onde pratos como a cabeça de Xara, alhada de cação, sopa de cachola, sopa de tomate, sarapatel, ou lampreia de Portalegre, são bons exemplos, aliados aos vinhos da região, às ameixas de Elvas, à doçaria conventual, e à cereja de São Julião.

Um cardápio de fazer crescer água na boca, mas que não pode ficar completo sem a presença dos tradicionais e afamados enchidos: cacholeira, bucho, farinheiras, chouriço, ou lombo enguitado. Por isso, a certificação dos produtos tradicionais da região tem sido uma das apostas da ADER-AL. Uma aposta firme, porque como afirma Francisco Sampaio Soares, “são os produtos que promovem a região, e não a região que promove os produtos”.



# PDL LEADER+ da ADER-AL

## Valorizar os produtos locais

Os produtos locais de qualidade são o ponto de partida do Plano de Desenvolvimento Local (PDL) LEADER+ da ADER-AL. A aposta não é nova. Já no LEADER II, embora não existisse essa necessidade ao nível do Programa, a associação definiu o apoio à produção, comercialização e valorização dos produtos alimentares de qualidade como linha mestra da sua estratégia de actuação.

Com um vastíssimo leque de produtos alimentares protegidos na Zona de Intervenção (ZI), e face aos resultados alcançados no LEADER II - que evidenciaram que a fileira dos produtos alimentares representa um contributo incontornável para o desenvolvimento do Norte Alentejano - a ADER-AL concluiu que esta era uma experiência a prosseguir no LEADER+.

Daí que o apoio a "acções que visem a protecção/certificação dos produtos locais", "acções com vista à melhoria da capacidade de comercialização e penetração nos mercados dos produtos locais", "acções de qualificação profissional em áreas relacionadas com a produção, transformação e comercialização dos produtos locais, em especial nas áreas da segurança alimentar e dos produtos biológicos", "acções de promoção do próprio território, privilegiando aquelas que estabeleçam ligação aos produtos locais e/ou os utilizem como instrumento de produção", "acções que visem a introdução das novas tecnologias de informação como factor de valorização da produção, transformação e comercialização dos produtos e serviços locais, bem como do próprio território", "o apoio a unidades de restauração com vista ao fomento da utilização dos produtos locais e da gastronomia regional e "o apoio à produção e comercialização do artesanato regional" apareçam como objectivos operacionais do PDL LEADER+ da ADER-AL.

No LEADER II, do trabalho desenvolvido em parceria com outras entidades da região, nomeadamente organizações de produtores e empresas agrícolas e agro-alimentares, ficara demonstrado que "a protecção pode ser uma mola de desenvolvimento dos produtos". O coordenador da equipa técnica da ADER-AL, Francisco Sampaio Soares, dá como exemplo o Queijo de Nisa (DOP) e os vários enchidos (IGP) de Portalegre. "O objectivo não era proteger por proteger mas conseguir através da sua protecção um valor acrescentado para os produtores". Os produtos tradicionais



são assim encarados como um meio, com efeitos a montante (a nível da actividade agrícola, florestal e pecuária) e a jusante (ao nível do turismo, gastronomia, comércio tradicional). "Toda a fileira pode beneficiar, e tem beneficiado na nossa opinião, do trabalho que há mais de 14 anos tem vindo a ser desenvolvido em torno dos produtos locais".

Na ADER-AL, o LEADER+ arrancou em Maio de 2002 e, de acordo com dados da associação, até 25 de Julho último deram entrada na ADER-AL 82 projectos, 52 dos quais foram aprovados. "Se continuarmos neste ritmo", admite Francisco Sampaio Soares, "no final do ano já não temos dinheiro". Anúncios na rádio e o sítio da ADER-AL na Internet têm ajudado a divulgar o Programa mas para o coordenador da ADER-AL os resultados alcançados no LEADER II têm, por si mesmo, levado muitos promotores a bater à porta da ADER-AL, alguns repetentes. "No LEADER II verificámos que o simples facto de aprovarmos candidaturas num tempo relativamente curto e fazermos os pagamentos num prazo médio de 15 dias, levou a que pessoas que nós nunca pensaríamos que pudessem arriscar a lançarem-se numa actividade empresarial". Como exemplo, Francisco Sampaio Soares refere o caso dos oleiros de Nisa. "Primeiro apareceu um; como a coisa correu bem, os outros oleiros foram induzidos a fazê-

lo também. Resultado: a sua forma de trabalhar mudou radicalmente; não ao nível do produto final mas do esforço, do tempo e dos custos da actividade". Para Francisco Sampaio Soares, este é um bom exemplo que contraria a ideia de que os incentivos não são para os pequenos investidores. "Eles nunca se tinham candidatado a nada porque nunca tinham tido condições para tal; o LEADER veio fazer a diferença. E o que aconteceu com eles aconteceu com outras pessoas. O termo incentivo é isto mesmo".

Não trabalhando com intenções de candidaturas, a ADER-AL optou também por não estabelecer prazos para recepção das mesmas, embora não ponha de parte essa possibilidade no futuro. Na prática, reunido um determinado número de candidaturas previamente analisadas pela equipa técnica e pelo Conselho Consultivo que emite um parecer (não vinculativo), a Direcção pronuncia-se acerca das mesmas.

Até ao momento, com base nos 52 projectos aprovados, verifica-se que a maior percentagem de verba afectada aparece nas acções materiais, reflectindo a necessidade que continua a existir na ZI da ADER-AL de apoiar o investimento ao nível das actividades produtivas, como afirma o coordenador da ADER-AL. E porque, sublinha, "não é possível distribuir riqueza sem primeiro criá-la".



## Plano de Desenvolvimento Local Medidas e submedidas - resumo

### Medida 1 Investimentos

**Submedida 1.1 Investimentos em infra-estruturas**  
Apoio a investimentos em infra-estruturas de natureza económica, social, cultural ou desportiva, destinada a servir a população em geral ou uma parte específica da população.

**Submedida 1.2 Apoio a actividades produtivas**  
Apoio a investimentos corpóreos por agentes económicos privados com finalidade produtiva que tenham como objectivo, designadamente, a melhoria e o aumento da capacidade de oferta de produtos e serviços da região, nas diversas áreas, como sejam a área agrícola, silvícola e pecuária, actividade transformadora (em especial de produtos alimentares de qualidade), turismo, serviços, artesanato, restauração, comércio tradicional, novas tecnologias de informação e comunicação, ambiente e segurança alimentar.

**Submedida 1.3 Outras acções materiais**  
Apoio a investimentos de natureza corpórea, em equipamentos e pequenas obras, com vista a reforçar a capacidade de intervenção de

entidades sem fins lucrativos ou de entidades que coloquem em comum meios de produção ou comercialização, nas áreas económica, social, cultural ou desportiva, com o objectivo de servir a população em geral ou uma parte específica dessa população.

### Medida 2 Acções imateriais

**Submedida 2.1 Formação profissional**  
Realização de acções de formação específica para as áreas da produção, qualificação e promoção dos produtos de Qualidade e da Segurança alimentar, não previstas em outros programas nacionais ou comunitários.

**Submedida 2.2 Outras acções imateriais**  
Investimentos de natureza não corpórea, designadamente os relativos à melhoria da produtividade, à qualificação e promoção dos produtos e serviços da ZI bem como da própria ZI e ainda os relativos à animação para o desenvolvimento, protecção ambiental e melhoria da segurança alimentar. Apoio a investimentos com vista à colocação em comum de serviços relacionados com as áreas acima enunciadas.

# ADER-AL

## Associação para o Desenvolvimento em Espaço Rural do Norte Alentejano



A ADER-AL - Associação para o Desenvolvimento em Espaço Rural do Norte Alentejano foi constituída em Julho de 1996 com o objectivo de vir a ser uma das entidades gestoras do LEADER II no Alentejo.

A ideia nasce no seio de uma associação que já existia desde 1976 - a ADENA - Associação de Desenvolvimento Empresarial do Norte Alentejano mas, logo após as primeiras negociações no terreno, o grupo de promotores da ideia (sócios da ADENA na sua maioria) chega à conclusão que seria preferível criar uma outra associação para o efeito. Surge assim a ADER-AL, a tempo de apresentar a candidatura ao LEADER II. Decorridos sete anos, a filosofia e modo de funcionamento mantêm-se. Segundo Francisco Sampaio Soares, coordenador da equipa técnica da ADER-AL desde a primeira hora, "não se justifica que a associação desenvolva outras actividades para além da gestão do programa LEADER". A não ser assim, "correr-se-ia o risco de duplicação de tarefas com dispêndio de recursos e de meios, não só desnecessária como inconveniente".

Pegando nas palavras do coordenador da ADER-AL, o funcionamento da associação, inclusive a definição da estratégia de desenvolvimento tem a ver com a estreita (e assumida) ligação com a Associação de Agricultores do Distrito de Portalegre (AADP), assim como (a segundo nível) às associações de produtores àquela associadas. Entre os primeiros associados, a AADP que assume desde então a presidência da Direcção da ADER-AL. De lá para cá, o número de associados cresceu mas não muito. Actualmente, entre individuais e colectivos (públicos e privados), são 28 os associados da ADER-AL.

Também ao nível da equipa, a ADER-AL tem mantido a mesma postura: a de uma equipa pequena. Pequena mas com a qual, sublinha Francisco Sampaio Soares, tem sido possível desenvolver o trabalho necessário. Sediada desde o início no Parque de Leilões de Gado de Portalegre, que também dá morada à AADP, ao Agrupamento de Produtores Pecuários do Norte Alentejano e Agrupamento de Produtores Agrícolas e Florestais do Norte Alentejo, a ADER-AL também assume que pode contar, quando é necessário, com a colaboração de outras entidades, designadamente das associações vizinhas.

A nível estratégico, e com um território de intervenção com quase quatro mil quilómetros quadrados - distribuídos por 10 dos 15 concelhos que compõem o distrito de Portalegre - a aposta da ADER-AL passa, desde o primeiro momento, pelo apoio à produção, comercialização e valorização dos produtos alimentares de qualidade. Com um número bastante significativo de produtos protegidos na Zona de Intervenção - fruto do trabalho devolvido por diversas entidades da região, nomeadamente da AADP, a ADER-AL constrói, no LEADER II, um Plano de Acção que privilegia acções em torno dos mesmos.

Dedicando-se exclusivamente a este Programa e perante os resultados alcançados na sua segunda fase, a ADER-AL decide, sem hesitar, apostar na continuidade. A valorização dos produtos locais aparece assim como tema forte do PDL LEADER+. E, a avaliar pelos números divulgados pela própria associação, os promotores estão a corresponder à estratégia traçada.

O coordenador da ADER-AL, à excepção de alguma carga burocrática que, defende, "acaba por afectar a essência do Programa", não aponta dificuldades, nem no passado nem presentemente. Quanto ao futuro, Francisco Sampaio Soares não evidencia quaisquer sinais de preocupação. Até porque, como diz, não imagina a ADER-AL sem as restantes entidades a que estão ligados. Não defendendo para as ADL a via comercial como solução para alcançar a auto-sustentabilidade, Francisco Sampaio Soares acredita no trabalho que está já a ser feito neste âmbito pelas ADL e Federação Minha Terra. De qualquer forma, pessoalmente, não crê "que seja possível conciliar a actividade de desenvolvimento local com a comercial".

As ADL desempenham um papel fundamental junto das populações. Quanto a isto não há dúvidas na ADER-AL. "Uma grande empresa não precisa de nós para nada mas um pequeno produtor, um artesão... para estes a ADER-AL pode ser útil". E, isso, conclui, mais tarde ou mais cedo acabará por ser reconhecido. "As ideias, às vezes, demoraram algum tempo a fazer o seu caminho...".

**ADER-AL**  
Parque de Leilões de Gado, E. N. 246  
Apartado 181  
7301-901 Portalegre  
Telefone: 245 366723  
Fax: 245 366680  
E-mail: [ader.al@mail.telepac.pt](mailto:ader.al@mail.telepac.pt)  
Site: [www.ader-al.pt](http://www.ader-al.pt)

### Órgãos Sociais

**Assembleia Geral:** *Presidente* Câmara Municipal de Marvão | *Vice-Presidente* ACBRA - Associação de Criadores do Bovino da Raça Alentejana | *Secretário* Parque Natural da Serra de São Mamede | **Direcção:** *Presidente* AADP - Associação dos Agricultores do Distrito de Portalegre | *Vice-Presidente* Associação Comercial de Portalegre | *Vogal* Francisco António Porto Semedo | **Conselho Fiscal:** *Presidente* Natur-Al-Carnes - Agrupamento de Produtores Pecuários do Norte Alentejano | *Vogal* AZCT/NA - Associação de Zonas de Caça Turística do Norte Alentejano | *Vogal* CHP - Centro Hípico de Portalegre

### Equipa Técnica da ADER-AL

*Coordenador* Francisco Sampaio Soares | *Assessor* Francisco António Semedo | *Técnicos* António Carrilho, Francisco João Semedo

### Associados

*Individuais* Aristides Pires Chinita, Carlos Manuel Costa Pinto Gomes Crespo, Filipe Rosa Parreira Ramalho, Francisco António Porto Semedo, Francisco José Romão de Moura, Francisco Maria Oliveira Sampaio Soares, João Florêncio Mimoso Duarte, João Nuno de Figueiredo Ferreira Moniz, José Fernando da Mata Cáceres, José Eduardo Gordo Fragoso | *Colectivos Públicos* Câmara Municipal de Crato, Câmara Municipal de Elvas, Câmara Municipal de Marvão, Instituto Politécnico de Portalegre, Parque Natural da Serra de São Mamede, Região de Turismo do Norte Alentejano | *Colectivos Privados* AADP - Associação dos Agricultores do Distrito de Portalegre, Adegas Cooperativas de Portalegre, APAFNA - Agrupamento de Produtores Agrícolas e Florestais do Norte Alentejo, ARANA - Associação de Artesãos do Norte Alentejo, Associação Comercial de Portalegre, AZCT/NA - Associação de Zonas de Caça Turística do Norte Alentejano, APE/NA - Associação de Profissionais de Educação do Norte Alentejo, Associação de Regantes e Beneficiários do Caia, ACBRA - Associação de Criadores do Bovino da Raça Alentejana, Associação Sete Montes de São Julião, CHP - Centro Hípico de Portalegre, Natur-Al-Carnes - Agrupamento de Produtores Pecuários do Norte Alentejano



Francisco Sampaio Soares  
Coordenador

Coordenador da equipa técnica da ADER-AL desde 1996, Francisco Sampaio Soares acompanha todo o processo de preparação da candidatura da associação ao LEADER II. Licenciado em Direito, pela Universidade Católica, Francisco Sampaio Soares, logo após terminar o curso em Lisboa, regressa a Portalegre (de onde é natural) para proceder à instalação do NERPOR - Núcleo Empresarial de Portalegre. Começa aqui a "minha ligação profissional ao mundo rural", afirma. O convite para integrar a equipa da ADER-AL chega quando Francisco Sampaio Soares se encontra a desempenhar a função de secretário-geral da Associação de Agricultores do Distrito de Portalegre, para onde fora em 1989. Passados sete anos, o coordenador da ADER-AL fala de rotina e alguma falta de encanto do programa LEADER+. "Imagino que quem esteve no LEADER I tenha sentido isso durante o LEADER II mas continuamos a trabalhar", até porque, acrescenta, "gostaria que os meus filhos continuassem aqui a viver".



Francisco António Semedo  
Assessor

Licenciado em Ciências Sociais e Políticas pelo Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (Universidade Técnica de Lisboa), Francisco António Semedo é colaborador da ADER-AL desde a primeira hora. Ligado ao mundo rural e aos programas comunitários à data da constituição da associação, Francisco António Semedo aceita o desafio que as associações empresariais de Portalegre lhe lançam. O distrito a nível nacional que tem o maior número de produtos de qualidade com nome protegido; uma realidade à qual o PDL da ADER-AL responde. Para Francisco António Semedo, "as virtualidades do LEADER sempre foram a proximidade com os promotores e a inovação das candidaturas a aprovar".



António Carrilho  
Técnico Superior de  
Acompanhamento de Projectos

António Carrilho é o mais antigo na casa. Chega à ADER-AL pela porta da ADENA - Associação de Desenvolvimento do Norte Alentejano. Na altura, como agora, António Carrilho assume funções diversas. Depois de completar o 12º ano em Évora, António Carrilho tenta dar continuidade à vida académica em Lisboa mas rapidamente conclui que "não era realmente o que queria". De regresso a Portalegre experimenta diversas funções até entrar na ADENA. E é aqui que António Carrilho, ao elaborar um projecto de valorização do Norte Alentejano (no âmbito da CCR Alentejo), começa a trabalhar em desenvolvimento. Recuando no tempo, até 1995, António Carrilho não tem quaisquer dúvidas: a experiência tem sido muito rica e justifica. "Quando vim para cá nem sabia mexer num computador, tinha ódio aos computadores; hoje sou eu quem gere a parte informática da ADER-AL", inclusive do site.



Francisco João Semedo  
Técnico Administrativo e Financeiro

Na ADER-AL desde Setembro de 1998, Francisco João Semedo é o membro mais jovem da equipa técnica da associação. Nasceu há 28 anos nos Açores (São Miguel) mas vive desde os seis em Portalegre, Arronches mais exactamente. Concluído o 12º ano ainda tenta o curso de "Produção Animal" em Castelo Branco mas abandona ainda durante o 1º ano. A existência de uma exploração agrícola na família e o gosto pela actividade (desde pequeno) leva-o a dedicar-se à exploração pecuária. Gosta muito do que faz mas começando a notar, a certa altura, que "estava a afastar-se das pessoas", não hesita quando surge a oportunidade de entrar na ADER-AL, a meio tempo porque não quer "de modo algum abandonar a actividade agrícola". O contacto com as pessoas e o acesso à informação é o que Francisco João Semedo mais valoriza no seu trabalho na ADER-AL.

# O Museu do Pão

Em Seia, em plena Serra da Estrela, foi inaugurado em Setembro de 2002 o Museu do Pão. Nascido da iniciativa privada, apresenta ao fim de menos de um ano evidentes marcas de sucesso - acaba de comemorar o visitante 100 000. Talvez por isso não seja difícil encontrá-lo, escondido na encosta. Qualquer transeunte, em Seia, lhe dará as indicações, solícitas e eficientes. Mas, para lá da estrutura museográfica está uma vasta iniciativa empresarial, intimamente ligada aos produtos regionais da Serra da Estrela.

Fruto da iniciativa privada, o Museu do Pão é uma estrutura museográfica que pretende preservar e divulgar a história e a arte do pão português. Para além disso constitui-se como um espaço de lazer e de dinamização cultural, tendo permanentemente como pano de fundo o pão. Por trás da iniciativa está uma empresa privada familiar, num projecto que, há mais de uma década, tem vindo a trabalhar a comercialização dos produtos tradicionais da Serra da Estrela.

A família Quaresma, de Santa Marinha, Seia, tem em todo este processo um papel crucial. Emigrantes regressados a Portugal, passam a levar para Lisboa, todas as semanas, um carregamento de pão e enchidos que colocam no comércio da capital. Estamos no início dos anos 90 e António Manuel Quaresma, o filho, frequenta um Curso de História numa Universidade da capital. Paralelamente aos estudos dedica-se eficazmente à promoção comercial, garantindo novos clientes que rapidamente exigem novas estruturas de comercialização. É então que surge a primeira empresa de comercialização de produtos, integrando a família Quaresma e um produtor de enchidos da Serra da Estrela.

Entretanto, António Quaresma licencia-se e passa a exercer o ensino, como professor de História, em Lisboa. Sem deixar a actividade empresarial e, sobretudo, sem deixar de sonhar com a ideia de rentabilizar e promover os valores e os produtos da Serra da Estrela. A ideia de um Museu cresce na conversa com um colega, professor de História, Sérgio Carvalho. Descobrem que não existe nenhum museu dedicado ao pão em Portugal e que, mesmo na Europa, são raros. Documentam-se sobre o assunto e entusiasmam-se. Da firma de comercialização faz parte António Martins, que possui, junto a Seia, a Quinta da Fonte do Marrão. Estão reunidos os ingredientes para o início do projecto, que vai contar com a invulgar capacidade de iniciativa dos promotores, que lhe imprimem, dia a dia, a sua marca. António Quaresma coordena e dinamiza, Sérgio Carvalho assume o papel de director científico e define as componentes museográficas. Na encosta da Serra surge então o complexo que alberga hoje em dia o Museu do Pão. Meia década de esforços e de investimento. Sem qualquer apoio público, única e simplesmente fruto da iniciativa privada, como fazem questão de referir os promotores.

Um espaço dedicado à história e à arte do pão

O espaço museográfico do Museu do Pão conta essencialmente com três salas. A primeira é dedicada ao Ciclo do Pão e nela está documentada, em painéis e objectos, o processo da produção dos cereais, da sua recolha e acondicionamento, da transformação em farinha, do fabrico do pão e da sua comercialização. Esta sala está

projectada para uma ampla vitrina onde se pode observar em permanência o funcionamento de um moinho.

A segunda sala apresenta uma significativa mostra documental, que ilustra o papel do pão na História de Portugal desde o período da Restauração. Documentos ligados às questões agrárias e ao fabrico do pão, são apresentados aos visitantes, possibilitando verificar a importância fundamental que desempenhou na afirmação social e política do país. A sala possui igualmente um tratamento do papel simbólico religioso do pão, tratado através das religiões judaica e cristã.

A terceira sala do Museu procura ligar o pão à criação artística. É nela que se exibem a maioria dos pães tradicionais portugueses e que se exibem um conjunto de peças artísticas inspiradas no pão e nos cereais.

Mas o Museu do Pão conta ainda com um espaço pedagógico dedicado às crianças. Maquetas animadas permitem aos jovens acompanhar a sementeira, o armazenamento, a debulha e a separação das sementes bem como a transformação em farinha no moinho. Isto antes de observarem uma padaria "a sério" através de uma ampla vidraça e de se dedicarem, num atelier de trabalho, a amassar e fazer os seus próprios pães que, depois de cozidos, poderão levar para casa.

O Museu do Pão é complementado com amplos espaços de lazer, que podem receber os visitantes para além da simples visita ao Museu. Um bonito e agradável Bar possibilita uma bebida refrescante, obrigatoriamente acompanhada com pão fresco saído da padaria do Museu. Iguaria apreciada perante um amplo panorama da paisagem, proporcionado pela varanda. E ao lado do Bar, um espaço de biblioteca consagrado ao Pão e à gastronomia, para os que quiserem documentar-se um pouco mais sobre o assunto.

Mas o Museu do Pão conta igualmente com um restaurante, assumido como "Centro de Investigação Gastronómica". Na decoração,

continua >>



Francisco Botelho



Museu do Pão  
Quinta Fonte do Marrão  
Seia  
[www.museudopao.pt](http://www.museudopao.pt)

elementos trabalhados em massa de pão, com destaque para um enorme painel onde é reproduzido o poema “A moleirinha” de Guerra Junqueiro. Na ementa, um prato de peixe e um prato de carne da cozinha tradicional portuguesa. Antes, um *buffet* de pão e outro de aperitivos. Para finalizar um *buffet* de doces.

A preocupação de divulgar a gastronomia tradicional portuguesa, aliás, é um projecto sério do Museu do Pão, de que é responsável Laura Quaresma, professora requisitada pelo Museu. A recolha de receitas tradicionais portuguesas e o seu tratamento terão sequência na prática do próprio restaurante e, também, numa publicação “diferente” que honre tão significativo património.

As valências do Museu do Pão são completadas com um espaço de comercialização, numa reconstituição de uma antiga mercearia, onde o pão e os produtos tradicionais da Serra da Estrela podem ser adquiridos pelos visitantes.

#### Ponte para novos empreendimentos

A componente cultural do Museu do Pão não é descurada pelos seus dinamizadores. Mensalmente, o Museu leva a cabo tertúlias, para as quais convida personalidades da vida artística e cultural nacional. Uma iniciativa que tem contado com uma forte adesão e que se pretende manter no futuro. No plano editorial foi publicado, na Colares Editora, uma colectânea de provérbios e ditos populares portugueses “As Palavras do Pão”, da autoria de Sérgio Carvalho. No prelo está ainda um Roteiro Infantil do Museu.

O comboio do Museu do Pão, um veículo motorizado que o Museu põe à disposição dos visitantes que se deslocam em autocarro até Seia, poderá vir a ser rentabilizado a curto prazo na dinamização de

um circuito pelas imediações de Seia, proporcionando aos visitantes a visualização de um moinho, de um forno comunitário e do património de povoações como a Póvoa Nova.

Com um ano de funcionamento, o Museu do Pão encontra-se ainda numa fase de consolidação. Mas já se sonham novas iniciativas. A reconstituição de uma Taberna antiga (“Pão e vinho alegram caminho”), a construção de um forno ao vivo e de uma esplanada de Inverno bem como o fornecimento de alojamento em turismo rural são ideias a considerar no futuro.

Uma obra que tem por detrás um significativo esforço empresarial e que emprega já cerca de 100 pessoas, contando em alguns períodos com mais meia centena de eventuais. A estrutura familiar, que se mantém, assume já dimensões de *holding*. A antiga empresa de comercialização de produtos está activa, agora com escritórios em Lisboa e no Porto. O Museu do Pão dá nome a três empresas, uma para a actividade museológica e a conservação, outra para o fabrico do pão (três padarias) e ainda uma para eventos e comercialização de serviços (catering de produtos tradicionais).

Recentemente, uma nova empresa foi criada para se apresentar a concurso dos serviços de restauração do novo Estádio do Benfica. Ganhou. Vai ser responsável por um restaurante de luxo, uma cervejaria e cerca de 50 pontos de alimentação. Um novo desafio empresarial que mantém, com todos os restantes, uma constante – o apreço pelos valores tradicionais de uma região e de um país. Que os empresários se esforcem por mostrar que podem ser encarados de uma forma rentável e empresarial, paralelamente ao respeito e preocupação pela sua conservação.

Francisco Botelho



Francisco Botelho



Francisco Botelho

## Site da Rede Portuguesa LEADER+



O IDRHa promoveu no passado dia 29 de Julho uma reunião de preparação do site da Rede Portuguesa LEADER+. Apresentar a proposta do site e promover uma reflexão entre as entidades parceiras da rede portuguesa LEADER+, com vista à definição dos procedimentos para o acompanhamento e actualização do site e funções dos diversos inter-

venientes, foram os principais pontos da agenda de trabalho.

Apelando à participação activa de todos os GAL e entidades parceiras da Rede (Animar, Federação Minha Terra, INDE e ProRegiões), o presidente do IDRHa, Carlos Mattamouros Resende, reforçou a ideia de que "o site da rede portuguesa LEADER+ é um site de todos nós".

O site da Rede Portuguesa LEADER+ - que não se pretende que substitua outros sites já existentes - visa difundir de forma interactiva informação sobre o desenvolvimento rural e o LEADER+, constituindo-se assim num instrumento importante na promoção e animação da rede. A informação aparece sistematizada em seis áreas: LEADER+, Em Rede, Actualidades da Rede, Assistência Técnica à Cooperação, Bolsa de Oportunidades e Fórum LEADER+, e na sua estruturação estão previstas ligações a outras fontes de informação, nomeadamente aos sites dos

GAL. Em resumo, a primeira área disponibiliza informação sobre o LEADER+ e Em Rede será possível ter acesso a textos temáticos e publicações, conhecer projectos demonstrativos e obter dicas para organizar uma candidatura ou elaborar um projecto. O jornal *Pessoas e Lugares* e a Agenda da Rede aparecem no item Actualidades da Rede e na Assistência Técnica à Cooperação são apresentados por GAL todos os projectos de cooperação interterritorial e transnacional aprovados e onde a oferta e procura de entidades parceiras de projectos de cooperação está organizada através de uma Bolsa de Contactos. A Bolsa de Oportunidades apresenta-se como um espaço aberto aos GAL para divulgação e promoção dos seus territórios, produtos e serviços e de oportunidades de investimento nos seus territórios e, no final da barra do menu, o Fórum LEADER+ disponibiliza três espaços: Debate por temas (a partir de Novembro), Mensagens e Perguntas Mais Frequentes. Na página de abertura, para além da possibilidade de aceder àquelas áreas, o site permite consultar *on line* o jornal *Pessoas e Lugares* e dá notícia de actividades desenvolvidas ou a desenvolver no âmbito do LEADER+ através de uma Agenda actual e com informação diversa. Alimentar esta secção será, desde já, uma das áreas para onde todas as entidades da Rede deverão encaminhar contributos vários, dando assim início a um trabalho conjunto e sistemático que assegure a construção deste site, cujo lançamento público está previsto para o próximo dia 25 de Setembro.

Paula Matos dos Santos

## Feira da Serra

Realizou-se no último fim-de-semana de Julho mais uma Feira da Serra em S. Brás de Alportel. Nesta 11ª edição da Feira a aposta continuou a ser a qualidade dos produtos da Serra do Caldeirão. Com muitos milhares de visitantes, S. Brás de Alportel foi por este fim-de-semana local de visita para quem procura o que de melhor se produz no Caldeirão: desde o artesanato feito pelo pequeno produtor à empresa de tecelagem local, da cerâmica aos bonecos, dos enchidos aos licores, do pão às ervas aromáticas, passando pelos doces e gastronomia local e mostrando a realidade económica local através da presença da actividade corticeira. A Feira da Serra de S. Brás cresceu em dimensão e variedade e não parando no tempo, estimulou a participação de produtores e produtos inovadores, como por exemplo a produção em agricultura biológica.

Sendo a responsabilidade da sua organização integralmente assumida pela autarquia, com o apoio de entidades locais e regionais, a Feira consolidou-se tornando-se mesmo um acontecimento marcante na economia local e no calendário do Verão algarvio, proporcionando uma visão da qualidade que existe no interior da região e incentivando o visitante a conhecer melhor algumas das zonas deste outro Algarve, um Algarve interior e rural que muitas das vezes só é referido quando, como agora, é pasto das chamas. A 1ª Feira da Serra em S. Brás de Alportel realizou-se em 1993, promovida pela In Loco, em colaboração com a autarquia local e com o apoio do Programa LEADER, com o intuito de promover os produtos locais num processo posteriormente continuado e desenvolvido durante o LEADER II. Esse processo permitiu a realização de Feiras da Serra em vários concelhos de intervenção do LEADER tendo sido realizadas feiras em Loulé, Silves, Tavira e S. Brás.

Sendo um programa inovador, o LEADER possibilitou apoios e financiamentos que permitiram o arranque de iniciativas como esta, que são na actualidade integralmente assumidas pelas autarquias com o apoio de entidades regionais. As Feiras da Serra continuam a realizar-se em Tavira no mês de Abril; S. Brás de Alportel em Julho e Loulé em Dezembro, com uma imagem forte da riqueza de um território. As entidades que gerem o programa LEADER+ no Algarve apresentaram-se na Feira da Serra de S. Brás de Alportel num espaço conjunto denominado "Algarve Rural de Lés a Lés" num projecto que visa a participação regional conjunta em eventos, promovendo o interior do território e promovendo as especificidades de cada uma das suas zonas.

Assim no mesmo espaço estiveram presentes as associações In Loco, Terras do Baixo Guadiana e Vicentina, dando uma imagem de uma cada vez maior unidade naquilo que são as zonas rurais do Algarve.

Com o apoio da AJP - Acção Jovem para a Paz e a participação da Salva - Associação de produtores em Agricultura Biológica desenvolveram-se ainda neste mesmo espaço tertúlias sobre o Comércio Justo, Desenvolvimento Local e Agricultura Biológica. Temas estes que propõem um consumo ético, assente no respeito pelos direitos humanos; na protecção do ambiente e na promoção de um desenvolvimento mais equilibrado, que se procura a nível local e global.

Miguel Velez  
IN LOCO



## Melão Casca de Carvalho

Com o objectivo de valorizar e recuperar o melão Casca de Carvalho e visando o incremento da qualidade e produtividade deste produto endógeno, a ADER-SOUSA, no âmbito do Programa AGRO, promoveu a acção de formação *Enxertia e Fitossanidade do Melão*, durante o mês de Julho, nas instalações da Adegua Cooperativa de Lousada.

A acção contou com a participação de 16 formandos, foi monitorada por técnicos da Direcção Regional de Agricultura de Entre Douro e Minho e, dado o elevado grau de especificidade técnica e formativa, foi possível transmitir aos formandos importantes conhecimentos da qualidade produtiva do

melão Casca de Carvalho, designadamente, os conceitos sobre métodos e épocas de enxertia, preparação dos solos, agentes fisiológicos, agentes patogénicos e os conceitos sobre a selecção e qualidade do produto.

No final da formação constatou-se o elevado interesse por parte dos formandos na abordagem dos temas desenvolvidos, manifestando interesse na realização de novas acções de formação. Fica então, a referência para o próximo ano.

ADER-SOUSA

## X Feira Nacional da Pêra Rocha

A Feira Nacional da Pêra Rocha – Mostra de Artesanato, Doçaria e Gastronomia Regional é um certame que apesar de se debater com falta de apoios oficiais a nível financeiro (salvo raras excepções como a Leader Oeste e a Câmara Municipal do Bombarral), conquistou por direito próprio, ao longo dos seus 10 anos de existência, um lugar no panorama dos eventos regionais e nacionais.

Tem como principal motivo promocional a rainha da fruticultura portuguesa a Pêra Rocha - a principal base de sustentação do sub-sector da fruticultura na região Oeste, sem esquecer os outros produtos agrícolas frescos - maçã, meloa, melão, pêssegos, batatas, cebolas, uvas, brássicas, cenouras, alface - cuja evidência é demonstrada nas largas dezenas de toneladas vendidas diariamente no já famoso Mercado da Produção.

Este certame, que começou por ser uma feira promocional da Pêra Rocha, é, actualmente, uma das melhores mostras de artesanato regional, com nível já nacional, uma vez que nele participam artesãos de todo o país. Na edição deste ano, que decorreu de 13 a 17 de Agosto, foram apresentados, promovidos e vendidos vários licores e doces de frutas produzidos artesanalmente (em particular de Pêra Rocha, produzidos por algumas micro-empresas familiares, como a *DAmélia* e a *Zira Cadaval*), os tradicionais

Licores do Sanguinhal e onde as Pêras Bêbedas, as Delícias, a Tarte e o Bolo de Pêra Rocha fizeram um enorme sucesso, merecendo especial atenção por parte dos apreciadores dos produtos de qualidade. Organizado por um reduzido grupo de trabalho constituído por gente humilde, que sente o Bombarral e a Região Oeste e que através da sua realização pretende também demonstrar que a sociedade civil quando ajudada e motivada produz algo de interesse grupal (numa atitude de não aceitação de uma certa passividade institucional), este certame assume-se como uma alavanca promocional da ruralidade Oestina, para lá dos limites geográficos concelhios e regionais, funcionando como uma mostra dos produtos agrícolas frescos, doçarias, artesanato, gastronomia, folclore, história, cultura, turismo... rumo ao progresso e desenvolvimento integrado, que urge alcançar para bem das gerações actuais e futuras.



Feliz Alberto Jorge  
LEADEROESTE

## ProBasto em certames de Verão

A ProBasto esteve envolvida em três iniciativas que movimentaram a população e os muitos visitantes que neste período demandam a região. Mondim, Ribeira de Pena e Celorico de Basto foram os concelhos anfitriões.

A Câmara Municipal de Mondim de Basto, com o apoio da ProBasto, lançou este ano a 1ª Feira dos Produtos da Terra, uma iniciativa que pretende mostrar as iniciativas empresariais do concelho, designadamente nas áreas do artesanato e dos produtos agro-industriais. De 31 de Julho a 3 de Agosto, aproveitando o espaço do campo de jogos local, esta primeira Feira dos Produtos da Terra teve uma amostra de instituições da região e do concelho, uma presença significativa de produtores locais e um sector de restauração que apoiou o significativo fluxo de visitantes. No dia da abertura, a organização promoveu um colóquio sobre produtos locais, discutindo as questões da tradição e inovação e comercialização dos produtos.

No concelho vizinho de Ribeira de Pena e durante o mesmo fim-de-semana, foi levada a cabo a quinta edição da Feira do Linho, que os organizadores, a Câmara Municipal local, designam também de Mostra dos Produtos

Locais. Para além de uma larga representação da produção de linho do concelho, com especial destaque para as freguesias de Cerva e de Ribeira de Pena, a Feira do Linho apresentou uma significativa amostragem do artesanato da região, bem como dos produtores agro-industriais do concelho. As empresas industriais locais, e um numeroso grupo de instituições fizeram parte igualmente da Feira, que teve na sua Praça da Alimentação um número significativo dos restaurantes locais, servindo ementas regionais. Todos os dias houve animação com grupos locais.

Mas, para além destas duas iniciativas que contam com o apoio directo da associação, a ProBasto realizou, com a Câmara Municipal de Celorico de Basto, de 14 a 17 de Agosto, a 10ª edição da sua Festa do Vinho, um certame lançado em 1994 e que, desde essa data, tem vindo a ser realizado rotativamente nos quatro concelhos de Basto. Principal iniciativa de promoção e de comercialização do Vinho Verde da Sub-Região de Basto, a Festa do Vinho está já consolidada como um dos momentos de maior animação no Verão local.

Francisco Botelho

## 2ª edição da Beiramóvel



Realizou-se entre os dias 12 e 20 de Julho a 2ª Edição da Beiramóvel – Feira do Móvel de Carregal do Sal. Prevista inicialmente para terminar a 16 de Julho, esta 2ª Edição foi prolongada, a pedido dos expositores, até ao dia 20 do mesmo mês. Novamente uma parceria entre a Câmara Municipal de Carregal do Sal, a Adices – Associação de Desenvolvimento Local, os fa-

bricantes/restauradores de mobiliário e outros agentes económicos ligados à decoração e acessórios, que teve o apoio da Iniciativa Comunitária LEADER+. Este ano, integrado nas festas do concelho, o evento teve lugar no Pavilhão Gimnodesportivo da Escola Secundária de Carregal do Sal e contou com a presença de 12 expositores, distribuídos por 500 metros quadrados, e teve como objectivo primordial a divulgação do que melhor se faz em mobiliário na região

Para além das actividades económicas, o espaço envolvente à Feira contou com um serviço de bar e esplanada bem como de vários entretenimentos (espaço infantil, animação permanente com malabaristas de *swing* e fogo, palhaços pintores, escultores de balões, etc.), no sentido de proporcionar aos visitantes momentos de convívio e lazer.

Cerca de 3 000 pessoas visitaram esta Feira, provando mais uma vez que o esforço dos concelhos na organização de eventos que dinamizem as zonas rurais é sempre acolhido com expectativa e muito apreciado pelas populações que respondem em massa.

Esta 2ª Edição da Beiramóvel traduz o esforço que as zonas rurais estão a encetar no sentido de proporcionar um futuro com perspectivas mais seguras para um desenvolvimento sustentado. Neste contexto, importa destacar também o trabalho de parceria desenvolvido e que tem permitido a definição e concretização de soluções para problemas que só podem ser resolvidos numa perspectiva de escala. No final, o balanço feito pela Comissão Organizadora foi positivo pelo que já se fala na 3ª Edição da Beiramóvel, para 2005.

ADICES

# Feira Medieval de Trancoso

Trancoso, vila do interior da Beira Alta, é porventura a mais extensa das vilas muralhadas portuguesas. De facto, mantém praticamente intacto o seu circuito de muralhas, encerrando a antiga vila, hoje orgulhosa do seu património e tirando partido dele para uma forte actividade comercial e turística.

A história de Trancoso está ligada a uma intensa disputa do território fronteiro. Primeiro entre cristãos e mouros, depois entre portugueses e castelhanos. D. Afonso Henriques conquistou-a em 1139 mas as escaramuças pela sua posse ainda se mantiveram por alguns anos. E concedeu-lhe foral com amplas prerrogativas, que foi mais tarde confirmado por D. Afonso II.

Foi em Trancoso que o rei D. Dinis recebeu a noiva, Isabel de Aragão e, na Ermida de S. Sebastião, com ela se casou. Trancoso, em conjunto com outras praças, foi oferecida em dote à rainha. A marca de D. Dinis ficou ainda assinalada pela criação da feira franca e, talvez, pela definição do actual pano de muralhas, consolidadas no tempo de D. Fernando.

A marca medieval que Trancoso assume através da sua história, está ainda hoje patente no testemunho das suas pedras. A muralha, o castelo, a definição das ruas, os edifícios civis e religiosos são uma marca permanente e viva de séculos de história. Um privilégio que os actores locais procuram agora rentabilizar na promoção do seu próprio desenvolvimento. Com uma intensa actividade agrícola e empresarial, Trancoso tem na sua imagem medieval o melhor cartaz para atrair visitantes e dinamizar actividades económicas. Muito próxima de Espanha e de uma das principais entradas no país, Trancoso tem condições especiais para a dinamização da actividade turística, enveredando agora pela dotação das necessárias infra estruturas. Recentemente integrada na rede das Aldeias Históricas, e cientes da importância que esta imagem pode trazer para a dinamização das suas actividades, os responsáveis autárquicos de Trancoso e a Associação Raia Histórica avançaram este ano para a criação da I Feira Medieval, levada a cabo em 26 e 27 de Julho último. Uma iniciativa organizada pela recentemente criada Empresa Municipal Trancoso Eventos, com o apoio do Programa LEADER+ da Raia Histórica. Uma iniciativa que se pretende reeditar todos os anos e a que os responsáveis querem imprimir um cunho cimeiro no panorama dos certames medievais nacionais.

A animação da Feira Medieval de Trancoso esteve a cargo da Empresa Viv'Arte e teve como motivo principal a reconstituição da passagem de D. Dinis pela vila, com o seu casamento com Isabel de Aragão. Uma circunstância feliz, que evoca a ligação entre os territórios de Portugal e de Espanha

e aponta para sinergias transfronteiriças. Não é de estranhar por isso, que entre os convidados ilustres estivessem a Alcaldessa de S. Felices de los Galegos e técnicos de duas associações de desenvolvimento da província de Salamanca, a ADEZOS (Proder) e a ADESGAR (LEADER).

A praça principal de Trancoso transformou-se num enorme mercado medieval, onde estiveram patentes várias das actividades artesanais e agrícolas da região. E, ao longo dos dois dias, sucederam-se as animações, desde o cortejo real, ao mercado de escravos, aos cantares dos jograis, à actuação dos malabaristas, não faltando figuras típicas como o mendigo, as cortesãs, os cavaleiros, o clero. Insólito, durante dois dias, encontrar nos muitos espaços de restauração de Trancoso, os trajes e as personagens medievais. O recinto do Castelo foi ainda palco de uma animada ceia medieval, encerrada com um turbulento assalto cujo desfecho não ficou muito claro para os incrédulos comensais.

Muitos milhares de visitantes se deslocaram a Trancoso neste último fim-de-semana de Julho. Enchendo os alojamentos turísticos da região e os muitos e bons restaurantes da vila. Levando uma recordação que certamente os fará regressar. Trancoso tem todas as condições para se transformar numa referência das iniciativas de animação ligadas à Idade Média. Os responsáveis pela Raia Histórica estão agora muito atentos a todas as manifestações congêneres que têm lugar em Portugal, em Espanha e por toda a Europa. E, cientes da importância da cooperação entre os territórios europeus, começam a imaginar a possibilidade de avançar com um projecto de cooperação neste domínio. Porque a identidade cultural é, efectivamente, o melhor dos instrumentos para dinamizar internamente os agentes económicos e, simultaneamente, para atrair visitantes e investimento, lançando com isso bases sólidas para um próspero e sustentável desenvolvimento local.



Francisco Botelho



Francisco Botelho

# Encontros de Música das Terras de Sousa



Ader-Sousa

No âmbito dos Encontros de Música da Casa de Mateus, a Ader-Sousa promoveu nos meses de Julho e Agosto os Encontros de Música das Terras de Sousa. O programa constou de cinco concertos realizados em outros tantos locais de inestimável interesse cultural, arquitectónico e patrimonial da região.

A iniciativa - a primeira do género na região - alcançou um enorme sucesso, a verificar pela grande afluência de público.

A ideia de promoção destes Encontros de Música, apoiados no âmbito do Programa LEADER+/Terras de Sousa+, foi despertar a população local para este tipo de eventos e para o património existente na região, muitas vezes desconhecido. Por outro lado, a realização deste tipo de eventos é cada vez mais uma das formas mais eficazes de promoção de uma região que, pelo sucesso alcançado, pode tornar-se num dos pontos obrigatórios de visita cultural do nosso país.

O primeiro concerto realizou-se a 14 de Julho, no Mosteiro de Pombeiro, em Felgueiras. Dirigido pelo maestro Christian Mendonze, o Ensemble de Musica Antiqua de Provence interpretou Danças e Canções Espanholas do século XVII. Graças à inserção ambiental e à excelente acústica do mosteiro foi possível restituir a sonoridade musical do passado para uma plateia entusiasta.

Aproveitando a tranquilidade rural e a beleza do jardim da Casa de Juste, em Lousada, realizou-se, no dia 24 de Julho, o segundo Concerto com a Orquestra Gulbenkian que, dirigida pelo maestro Osvaldo Ferreira,

interpretou Eurico Carrapatoso, Mozart e Beethoven, e ao qual assistiram cerca de 450 pessoas.

No dia 1 de Agosto, no Mosteiro de Cete, em Paredes, viveu-se mais um momento mágico na sua já longa história, ao receber o Ensemble de Música Antiga que interpretando concertos Brandeburgueses de Bach, proporcionaram momentos de grande beleza musical ao público que encheu por completo o mosteiro.

No Mosteiro de Ferreira, em Paços de Ferreira, decorreu no dia 6 de Agosto, o quarto Concerto. As cerca de 200 pessoas que assistiram aos concertos Brandeburgueses de Bach, interpretados pelo Ensemble de Música Antiga, não vão esquecer certamente o momento único que foi este concerto, não só pela beleza da música mas também pela envolvimento do próprio mosteiro - um exemplo típico de um estabelecimento eclesástico de cariz agrário e uma notável construção do românico rural que remonta ao último quartel do século XII.

O último concerto teve lugar, no dia 29 de Agosto, no Mosteiro de Bustelo, em Penafiel, e contou com a interpretação de Debussy, Albinoni, Piazzolla e Vivaldi pelo Cellissimo - Quarteto Romeno de Violoncelos. Assistiram ao concerto cerca de 250 pessoas que se emocionaram quer com o encanto musical quer com a tranquilidade e serenidade que o próprio mosteiro deixava transparecer ao som de tão soberbas composições.

A grande dificuldade neste tipo de eventos é sempre a primeira edição, uma vez que é uma novidade e as pessoas, por desconhecimento, não aderem, principalmente numa região sem tradições neste tipo de música. No entanto, face ao grande sucesso que foram os Encontros de Música das Terras de Sousa, consideramos que a aposta foi ganha devendo ser um evento a repetir, cada vez com mais concertos e mais promoção, para que os resultados sejam todos os anos cada vez mais satisfatórios.

ADER-SOUSA

## Covifeira 2003

A Rude – Associação de Desenvolvimento Rural esteve presente em mais uma edição da Covifeira. Um certame que durante uma semana (19 a 27 de Julho) levou milhares de visitantes ao Pavilhão de Exposições da ANIL - Associação Nacional dos Industriais de Lanifícios, na Covilhã, e que assim tiveram a oportunidade de apreciar uma mostra de actividades comerciais e económicas da região, complementada com espectáculos musicais e culturais. O espaço da Rude teve bastante procura, funcionando como mais uma forma de divulgação do Programa de Iniciativa Comunitária LEADER+ junto das populações locais, para além de ter sido um meio privilegiado de apresentação de alguns projectos exemplares apoiados em iniciativas comunitárias de anos anteriores.

RUDE

## Dia do Agricultor na Expofacic

As instalações da Biblioteca Municipal de Cantanhede foram pequenas para albergar os cerca de 200 agricultores que, a dia 26 de Julho, participaram no colóquio organizado pelas Cooperativas Agrícolas de Cantanhede e da Tocha e pela AD ELO - Associação de Desenvolvimento Local da Bairrada e Mondego. O colóquio integrava a EXPOFACIC que dedicou o dia de sábado ao Agricultor. Pretendendo fornecer informação sobre temas actuais da agricultura num período



Francisco Botelho

em que o enquadramento da integração europeia coloca muitas questões à agricultura portuguesa, o colóquio foi organizado em três grandes áreas: a abordagem da agricultura biológica como uma alternativa credível para as pequenas explorações agrícolas; a informação sobre os apoios vigentes para as pequenas explorações agrícolas e, ainda, a questão da produção do leite e os reflexos da reforma da PAC neste sector.

Presidido pelo Director Regional de Agricultura da Beira Litoral, o colóquio começou por apresentar o projecto de desenvolvimento de uma unidade pedagógica de agricultura biológica, dinamizada pela Empresa Municipal de Cantanhede - INOVA, e apoiada pelo Programa LEADER+. Uma área de cerca de três hectares vai ser utilizada para proceder ao teste e implementação de culturas biológicas com vista à sua difusão junto dos agricultores da região. Esta componente pedagógica, que o projecto assume com prioridade, virá a ser complementado com acções de formação na área, pretendendo-se assim um sério incentivo à difusão da prática de agricultura biológica na área do concelho de Cantanhede. Os programas AGRO e AGRIS foram mais uma vez divulgados, com uma incidência especial às respectivas Medidas 1 que se destinam a apoiar o investimento de pequenas explorações agrícolas, com evidente interesse da parte das quase duas centenas de agricultores presentes.

O enquadramento geral da reforma da PAC actualmente em negociação e as implicações que deverá trazer à produção leiteira revelaram um interesse especial para os agricultores presentes, cujo rendimento depende em grande parte desta actividade. E foi notória a grande ansiedade que notícias pouco claras sobre a restrição de quotas leiteiras e exigências à produção têm causado no seio dos agricultores.

O Colóquio terminou com a entrega de prémios aos melhores produtores de leite das Cooperativas de Cantanhede e da Tocha, para depois dar lugar a uma ampla confraternização ao longo de um almoço nas instalações da Cooperativa de Cantanhede e que se prolongou pela tarde adentro.

Francisco Botelho

### I Encontro Rota do Fresco 26 e 27 de Setembro

Subordinado ao tema "Revitalização Patrimonial no Alentejo", o I Encontro Rota do Fresco pretende reunir os especialistas da região em matéria de turismo, gestão de empresas do sector, intervenção autárquica, História da Arte e Conservação e Restauro e debater o actual estado da questão. O evento, organizado pela AMCAL - Associação de Municípios do Alentejo Central a decorrer, realizar-se-á no Auditório do Hotel Refúgio da Vila de Portel.

AMCAL  
Largo do Almeida - Cuba  
Tel.: 284 419020  
E-mail: rotadofresco@amcal.pt

### 1º Festival Gastronómico do Chicharo 3, 4 e 5 de Outubro

Vai-se realizar-se na Vila de Alvaizere (distrito de Leiria), o primeiro Festival Gastronómico do Chicharo, numa perspectiva de valorização desta planta da família das leguminosas, muito rica em proteínas, hidratos de carbono e sais minerais. Uma iniciativa que se assume desde já como um instrumento de orgulho local e de sustentabilidade de uma planta endógena que vinha sucessivamente a ser abandonada.

Câmara Municipal de Alvaizere  
Tel.: 236 655403  
E-mail: camara.alvaizere@mail.telepac.pt

### 1º Encontro de Turismo em Espaços Rurais e Naturais 2 a 4 de Outubro

A Escola Superior Agrária de Coimbra e a Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais estão a organizar o 1º Encontro de Turismo em Espaços Rurais e Naturais, que terá lugar em Coimbra, de 2 a 4 de Outubro. Inserido na Semana com o mesmo nome, a decorrer de 27 de Setembro a 4 de Outubro, o Encontro contará com dois dias de conferência (2 e 3) e um dia de actividades de turismo activo (dia 4).

Comissão Organizadora  
Escola Superior Agrária de Coimbra  
Tel.: 239 802940  
Fax: 239 802979  
E-mail: tern@mail.telepac.pt  
<http://www.esac.pt/tern>

### III Jornadas Nacionais de Mecanização Agrária 9, 10 e 11 de Outubro

Subordinadas ao tema "A mecanização agrícola e florestal para o século XXI, vão realizar-se nos dias 9, 10 e 11 de Outubro, no Grande Hotel do Luso, as III Jornadas Nacionais de Mecanização Agrária. Uma organização da APMA - Associação Portuguesa de Mecanização Agrária com a colaboração do IDRHa, da Escola Superior Agrária de Coimbra, da Direcção Regional de Agricultura da Beira Litoral e da Direcção Geral das Florestas.

Secretariado  
APMA  
Telf.: 21 616590  
E-mail: apma@esoterica.pt  
[www.apma.pt](http://www.apma.pt)

### II Congresso da Beira Serra 17 e 18 de Outubro

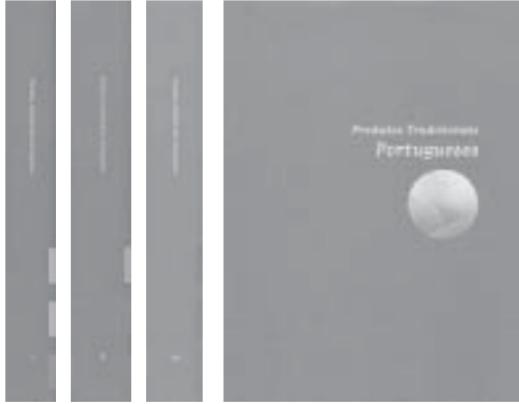
Promovido pela ADIBER - Associação de Desenvolvimento de Góis e da Beira Serra com a colaboração da Câmara Municipal de Oliveira do Hospital, o II Congresso da Beira Serra estará subordinado ao tema "Garantir o Futuro" e terá como corolário o lançamento do "Observatório da Região da Beira Serra.

ADIBER  
Tel.: 235 772538  
Fax: 235 778057  
E-mail: adiber@oninet.pt

### V Colóquio Hispano-Português de Estudos Rurais 23 e 24 de Outubro

O "Futuro dos Territórios Rurais numa Europa Alargada" é o tema central de reflexão deste Colóquio que a Escola Superior Agrária de Bragança está a organizar e que se realizará em Bragança nos dias 23 e 24 de Outubro. Este V Colóquio dá continuidade a uma já longa e frutífera colaboração entre a Associação Espanhola de Economia Agrária e a Sociedade Portuguesa de Estudos Rurais de reflectir conjuntamente sobre problemas relacionados com os sistemas agro-alimentares e o mundo rural dos dois países ibéricos.

Secretariado  
Escola Superior Agrária de Bragança  
Tel/Fax: 273 325405  
E-mail: estudosrurais@ipb.pt  
<http://www.esa.ipb.pt/estudosrurais>



Produtos Tradicionais Portugueses  
Soeiro Ana; Direcção-Geral de Desenvolvimento Rural, 2001

Com o apoio do Fundo Europeu de Orientação e Garantia Agrícola  
Compilação desenvolvida no âmbito do GEIE EUROTERRÓIS

O Produto Tradicional Português pertence a uma espécie rara e protegida de produtos. Por ser tão particularmente tradicional e português tem direito a um nome próprio, que não só qualifica como comprova a origem, genuinidade e tradicionalidade ou modo de produção particular. Em resposta à vontade da União Europeia de valorizar os produtos agrícolas e alimentares tradicionais europeus, sob a coordenação científica de Ana Soeiro procedeu-se à inventariação de produtos portugueses. *A priori*, Portugal tinha direito a referenciar um máximo de 350 produtos, vinhos e pratos cozinhados à parte. Através de três volumes somos levados a viajar por um país rico em saberes e sabores a azeite; azeitonas; bebidas alcoólicas; biscoitos e bolos secos; bolos grandes; bolos pequenos; carne de aves; carne bovina; carne caprina; carne ovina; carne de porco e derivados; doces de colher; doces de fruta; doces de ovos; enchidos, ensacados, presuntos e outros produtos à base de carne; frutos frescos; frutos secos, secados e produtos similares; mel; pão, bolas, broas e folares; peixes e outros produtos do mar; produtos de confeitaria; produtos vegetais diversos; queijos e outros produtos lácteos; salgados. Cada iguaria tem um bilhete de identidade descritivo com fotografia e considera aspectos como a particularidade, a descrição, a história, o uso, o saber fazer e a produção dos 351 produtos.



Comercializar os produtos locais – Circuitos curtos e circuitos longos –  
“Inovação no meio rural” Caderno n.º7  
Martine François, Carlo Ricci, Daniel Pujol, Yves Champetier, Catherine de Borchgrave e Jean-Luc Janot, com a colaboração de Seamus O’Reilly e Paul Soto; Observatório Europeu LEADER / AEIDL, Julho de 2000.

Comercializar os produtos locais através dos circuitos curtos ou através dos circuitos longos, eis a questão. Na sequência de um seminário LEADER realizado em Mirandela, em Fevereiro de 1998, Martine François, do GRET (Groupe de Recherche et d’Echanges Technologiques, França) escolheu seguir a via mais “curta” para obter respostas sobre o como do sucesso, o quem compra, onde e como, etc. Enquanto Carlos Ricci (Agriteknica, Itália), segundado por Seamus O’Reilly (University College Cork, Irlanda) e Paul Soto (Iniciativas Económicas y Ambientales, Espanha), traçaram o itinerário alternativo, ou seja “longo”, de comercialização do produto local no rescaldo de outro seminário LEADER organizado em Kinsale (Irlanda), em Junho de 1997. Debruçaram-se assim sobre os desafios, as condições de sucesso, o arranque, os canais de comercialização dos circuitos longos. Em anexo os leitores poderão encontrar um conjunto de fichas técnicas relativas à Garantia sanitária no sector agro-alimentar; ao Modelo de descrição das empresas que participam num projecto colectivo de comercialização; a um Exemplo de protocolo de acordo entre o organismo colectivo e os sócios e a Missões de exportação: questionário-tipo destinado a um inquérito a realizar junto dos operadores comerciais.

www.artesanatorede.com



Sejam bem-vindos a “um projecto visando o crescimento e afirmação de um sector, o desenvolvimento de uma ideia de marketing actual, a promoção de regiões com potencial turístico e fundamentalmente a criação de condições para os artesãos assumirem em pleno a sua actividade...”.

Um projecto de cooperação transnacional entre Portugal e Espanha, concebido e desenvolvido pelas Associações de Desenvolvimento Local: ADICES, DUECEIRA e Montañas del Teleno. Um projecto de promoção e divulgação dos artesãos e do artesanato dos três territórios possibilita a projecção electrónica de produtos locais através das novas tecnologias da informação. Tem, ainda, como objectivos a identificação e apresentação dos artesãos e, o contacto e descoberta com regiões de gente boa e dinâmica com tradições enraizadas, usos e costumes peculiares.

Os site pode ser consultado em quatro línguas (Português, Espanhol, Francês e Inglês). Os visitantes poderão entrar por três portas, correspondentes às três entidades que funcionam como acesso para as montras de produtos. Não só o internauta poderá ver os cestos, a cerâmica, as madeiras, etc., através de uma mostra, como poderá consultar as fichas de artesãos, que identificam a pessoa, a actividade, a história e as perspectivas futuras do artesão e da sua arte.

Sem esquecer o aspecto legal da questão, protelado vezes sem conta até ao Decreto-Lei n.º 41/2001 de 9 de Fevereiro, o “Artesanato em Rede” dá assim destaque ao ainda jovem “Estatuto do Artesão” no banner que desfila no ecrã. Oficialmente lançado em Março de 2001, este site contou com o apoio do LEADER II.

www.sativa.pt



A Sativa – Desenvolvimento Rural, Lda., é uma empresa “constituída para operar de forma integrada na área do controlo e certificação agrícola e dos produtos agro-alimentares”, que desenvolve trabalhos na área de controlo, por todo o país, desde 1994.

A empresa está acreditada no IPO – Instituto Português da Qualidade, como organismo de certificação de produtos, para o modo de produção em Protecção Integrada e segue o Protocolo de Boas Práticas Agrícolas EUREPGAP para Frutas e Legumes, que define um conjunto de normas técnicas e compromissos de boas práticas agrícolas, que os proprietários de explorações agrícolas se comprometem a seguir, para verem certificados os seus produtos.

No site podemos encontrar, na página de abertura, entradas para seis itens - Sativa -Controlo e Certificação, Agricultura Biológica, Protecção e Produção Integrada, Boas Práticas Agrícolas/EUREPGAP, Rotulagem de Carnes e Ovos, e Pedido de Orçamento, onde é feita a apresentação da empresa, da Organização e da Equipa, disponibilizada informação sobre os procedimentos de controlo do Modo de Produção em Agricultura Biológica e da Protecção e Produção Integradas. É ainda possível consultar informação sobre o Protocolo do EUREPGAP, obter respostas às perguntas mais frequentes sobre Controlo e Certificação de Rotulagem, e fazer um Pedido de Orçamento para uma Unidade de Produção ou Transformação. Qualquer um destes itens permite aceder a informação sobre Normas e Legislação (disponíveis online), obter resposta às Questões mais Frequentes, ler Textos sobre estas matérias, consultar as Últimas sobre conferências, exposições ou cursos, e a Links de organizações nacionais e internacionais, nas áreas de certificação, controlo de qualidade ou agricultura biológica.

www.esdime.pt



“Desenvolver as terras com as suas gentes”. É com este lema que a Esdime - Agência para o Desenvolvimento Local no Alentejo Sudoeste se apresenta na Internet. Avançando no site, salta à vista o “Destaque” com notícias sobre projectos em curso e, no topo da página, o banner “Notícias do Alentejo Sudoeste -

Desenvolver Informando” que permite aceder a informação acerca dos projectos, programas e actividades realizadas em cada uma das freguesias que integram o território de intervenção da Esdime.

No Menu, o site abre entradas para a Apresentação, Objectivos e História e Percurso da Esdime, LEADER+ POEFDS, CRVCC, Desenvolver Informando, Publicações Redes/Organizações, outras Informações e Contactos. Através dos três primeiros itens é possível ficar a conhecer a Esdime, com sede em Messejana, criada em 1989. Na entrada LEADER+ fala-se naturalmente deste Programa. Para além da apresentação da Zona de Intervenção, do PDL e do Regulamento, é possível ainda ter acesso ao formulário de candidatura ao LEADER+. Mas este não é o único projecto da Esdime... Integrado numa rede inicial de seis Centros de Reconhecimento, Validação e Certificação de Competências, o CRVCC da Esdime celebrou recentemente o seu 2º aniversário. No âmbito do POEFDS, “Desenvolver Envolvendo” é a aposta da Esdime na continuidade do trabalho iniciado em meados em 1999 com o PIPPLEA. No índice Publicações, apresenta-se o resultado do trabalho de reflexão e escrita iniciado pela Esdime em 1995; no total 10 publicações editadas com a cancela Esdime. Em resumo, um site completo e de consulta muito fácil.

Fertiprado - Sementes e nutrientes

# Biodiversidade garante adaptação

“ O gado merece, a terra agradece.” Uma produção sã de carne e leite, a recuperação dos solos degradados e a melhoria das condições ambientais, são preocupações da Fertiprado na actividade de produção de semente forrageira, que dão razão a esta máxima. Uma empresa, cujo segredo do sucesso das fórmulas assenta na biodiversidade das composições.



Paula Matos dos Santos / INDE

Corria o ano de 1985. Portugal entrava na União Europeia, e muitas questões se levantavam à agricultura portuguesa. O período era de dúvidas sobre o futuro, mas isso não inibiu João Paulo Crespo de tomar a decisão de se tornar agricultor. A Herdade dos Esquerdos, propriedade da família em Vaiamonte, foi o local escolhido para desenvolver a actividade. Consciente de que o Alentejo tem “escassez de solos com aptidão agrícola, em comparação com alguns parceiros europeus”, decidiu apostar na pecuária como principal actividade na exploração. Por isso, tomou a opção de dar continuidade a um programa de desenvolvimento da ovinicultura carne-lã, iniciado em 1973. A sua intervenção incidiu num programa de melhoramento de pastagens permanentes de sequeiro, através da sementeira de leguminosas anuais de ressementeira natural e de gramíneas perenes. À época, estava longe de imaginar o rumo que tomaria a aventura. Mas, a progressiva angariação de conhecimentos na área de melhoramento de pastagens fez despertar a ideia de capitalizar os conhecimentos adquiridos na criação de uma empresa dedicada às pastagens e forragens. Em 1990, em colaboração com a família, funda a Fertiprado. A ideia é simples. “As culturas pratenses e forrageiras são elementos fundamentais na alimentação de animais ruminantes e de outros herbívoros”, sendo um alimento natural capaz de ser a base de uma produção sã de carne e de leite. Ao mesmo tempo, desempenham um importante papel na recuperação da fertilidade de solos degradados e na melhoria das condições ambientais. Por isso, o sistema pratense e forrageiro aplicado baseia-se em princípios simples de uso de componentes diversificados e comple-

mentares. As leguminosas, noduladas com rizóbios, são a base do sistema e são usadas como factor de “melhoramento da rentabilidade do solo, e como factor de enriquecimento de proteínas para ruminantes”. Em paralelo, o sistema integra gramíneas, com o objectivo de remover o excesso de azoto, e melhorar a produção e qualidade da erva, prevenindo a invasão dos prados por nitrofilas e a poluição da água por nitratos. O uso de um fertilizante fosfatado, em quantidades adequadas, também surge como um elemento indispensável às leguminosas, mas o segredo do sistema reside na biodiversidade utilizada racionalmente na composição de misturas de sementes com variedades de espécies pratenses e forrageiras. Esta variedade permite uma maior flexibilidade de adaptação a eventuais variações de solo, clima e manejo. A composição integra ainda uma percentagem de sementes duras, as chamadas “ervas daninhas”, que constituem um importante banco de sementes de reserva, que funciona como um adequado complemento nutricional nos períodos de insuficiência de pastagem.

## 60 fórmulas *standard*

A composição de misturas de sementes garante um elevado índice de adaptabilidade a todas as superfícies, além da durabilidade, que em prados permanentes pode ir de 10 a 20 anos. Por isso, a Fertiprado é uma das principais especialistas na produção de forragens para vários tipos de solo. A empresa produz quase todas as variedades de plantas forrageiras, tem concessão para multiplicação de variedades, e disponibiliza cerca de 60 fórmulas *standard*, com características

diversas, que procuram ir ao encontro da diversidade de solos, através da realização de ensaios de experimentação. Esta tem sido a chave do florescimento do negócio da Fertiprado e no alargamento de mercados. Actualmente, 30 por cento do total de facturação da empresa tem origem no mercado espanhol, e o futuro aponta para uma aposta em mais mercados externos, como a Sardenha e Itália continental. Contudo, este crescimento também tem gerado necessidades. Por isso, a Fertiprado apresentou uma candidatura LEADER+ à ADER-AL, para a aquisição de equipamentos que permitiram o aumento dos níveis de produção. O resultado da intervenção traduz-se nos números apresentados por João Paulo Crespo. “Há 12 ou 13 anos, era possível ter uma produção de 100 a 120 doses por dia, hoje é possível produzir cerca de 2000 doses por dia”. O presente é marcado pelo sucesso, mas nos horizontes do empreendimento está ainda o alargamento à produção de semente forrageira em Modo de Produção Biológico (MPB), e de rações produzidas também em MPB. Contudo, a produção de semente forrageira, de acordo com os padrões actuais continuará. Conforme afirma João Paulo Crespo, “muitos anos depois de se ter deixado de falar em prados e pastagens, temos conseguido recuperar esta intervenção”.

João Limão

**Fertiprado**  
**Herdade dos Esquerdos**  
 7450 – 250 Vaiamonte  
 Tel: 245569000  
 Fax: 245569103  
 E-mail: [fertiprado@fertiprado.pt](mailto:fertiprado@fertiprado.pt)  
 Internet: [www.fertiprado.pt](http://www.fertiprado.pt)

## Ficha Técnica

### Pessoas e Lugares

Jornal de Animação da Rede Portuguesa LEADER+

II Série | N.º 11 | Julho/Agosto 2003

### Propriedade

INDE - Intercooperação e Desenvolvimento, CRL

### Redacção

INDE  
 Av. Frei Miguel Contreiras, 54 - 3º  
 1700-213 Lisboa  
 Tel.: 21 8435870  
 Fax: 21 8435871  
 E-mail: [pl@inde.pt](mailto:pl@inde.pt)

### Mensário

### Directora

Cristina Cavaco

### Conselho Editorial

Carlos Mattamouros Resende/IDRHa, Cristina Cavaco/INDE, Francisco Botelho/INDE, Guilherme Lewes/IDRHa, Luís Chaves/Minha Terra, Maria do Rosário Serafim/IDRHa, Paula Matos dos Santos/INDE

### Redacção

Paula Matos dos Santos (Chefe de Redacção), Francisco Botelho, João Limão, Maria do Rosário Aranha

### Colaboraram neste número

Ader-al, Ader-Sousa, Adices, Aadruse, Ana Soeiro (IDRHa), António Sousa Macedo (MADRP), Feliz Alberto Jorge (LeaderOeste), LeaderOeste, Miguel Velez (In Loco), Minha Terra, ProRegiões, Rolando Pimenta (Dolmen), Rude

### Edição gráfica

Diogo Lencastre (INDE), Marta Gafanha (INDE)

### Impressão

Diário do Minho  
 Rua de Santa Margarida, n.º 4  
 4710-306 Braga

### Tiragem

6 000 exemplares

### Depósito Legal

nº 142 507/99

### Registo ICS

nº 123 607

