

Revista trimestral del programa europeo LEADER II

# LEADER II

LEADER magazine [août-septembre-octobre 1997] - chaussée St-Pierre 260, B-1040 Bruxelles - Bureau de dépôt Bruxelles X

Verano 97 n° 15

## Agricultura y desarrollo rural

Suecia

Carintia

Cavan-Monaghan





**País:** España  
**Acción realizada:** cultivos energéticos  
**Coste:** 35.312 ECU  
**UE y otros fondos públicos:** 23.542 ECU  
**Privado:** 11.770 ECU

“La valorización de los residuos agrícolas y silvícolas es una inquietud primordial en la Sierra de Segura. Ya existe una central de energía de biomasa donde se reutilizan los residuos del aceite de oliva y los de la madera y ramas que quedan abandonadas en las explotaciones forestales. LEADER está, en estos momentos, apoyando la introducción en tierras de barbecho de cultivos energéticos (colza y centeno) que puedan servir para la producción de biodiesel. El proyecto está dirigido por varios socios: autoridades locales y regionales, el Centro de Investigación Agrícola de Córdoba (CIFA), la Universidad de Jaén, la Compañía eléctrica de Sevilla, la Escuela de Agricultura Biológica de la Sierra y un fabricante de automóviles.”

**Luis Parra,**  
responsable LEADER



**País:** Dinamarca  
**Acción realizada:** Centro de desarrollo e innovación agrícola  
**Coste:** 132.000 ECU  
**UE y fondos públicos nacionales:** 66.000 ECU  
**Privado:** 66.000 ECU

“El LUIC (Landbrugets Udviklings & Innovationscenter – Centro de desarrollo e innovación agrícola) es la piedra angular del programa LEADER de Bornholm. Dotado de un equipo de asesores, el centro fomenta la creación y el seguimiento de nuevas actividades: introducción al turismo rural y asociacionismo de los agricultores implicados; valorización del patrimonio gastronómico de la isla (salmón, arenque ahumado y queso), estableciendo a la vez circuitos de distribución cortos (organización colectiva formada por los productores, restauradores y pequeños comercios); valorización de los productos caseros, sobre todo de la carne caprina gracias al establecimiento de pequeños mataderos y puntos de venta en las granjas.”

**Niels Chresten Andersen,**  
coordinador LEADER



**País:** Países Bajos  
**Acción realizada:** apoyo al cultivo de plantas de bulbo  
**Coste:** 283.500 ECU  
**UE:** 40.500 ECU  
**Otros fondos públicos:** 27.000 ECU  
**Privado:** 216.000 ECU

“En el marco de su estrategia de apoyo a la diversificación agraria, el grupo LEADER Noordwest Friesland fomenta el cultivo de plantas de bulbo. Este tipo de cultivo se inscribe perfectamente dentro del ciclo de rotación de los cultivos locales y hace posible que se utilicen menos compuestos químicos que en otras regiones neerlandesas. Esta actividad, que ya es de por sí una nueva fuente de ingresos para algunas explotaciones agrarias de la zona, ha generado asimismo la creación de puestos de trabajo en otros sectores derivados a nivel local. LEADER cubre hasta el 20% de los gastos de compra de los bulbos para simiente. De aquí a finales de 1997 unos veinte agricultores se beneficiarán de esta ayuda, que permitirá el cultivo de aproximadamente 10 ha suplementarias de flores.”

**Jan R. van Weperen,**  
coordinador LEADER



**País:** Francia  
**Acción realizada:** “Ruta del Olivo”  
**Coste:** 356.000 ECU  
**UE:** 150.000 ECU  
**Otros fondos públicos:** 104.000 ECU  
**Privado:** 102.000 ECU

“Este proyecto, que asocia agricultura, medio ambiente y turismo, ha hecho posible ordenaciones paisajísticas en 6 municipios, y labores de restauración del patrimonio y mejora de la acogida de público en 7 molinos de aceite en funcionamiento. La ‘Ruta del Olivo’ ya está señalizada y se ha editado una “Guía de Rutas del Olivo” que se ha difundido por toda Francia. Una campaña de comunicación intensiva ha tenido un gran eco en los medios de comunicación. La operación de mejora paisajística continúa ahora en el marco de las medidas agroambientales de la PAC”.

**Gilberte Brémond,**  
responsable LEADER



**Proyector: Suecia.....4**



*La política rural sueca. Entrevista a Marianne Ståhlberg, Directora General de la Agencia Nacional para el Desarrollo Rural (GBV).*

**Agricultura y desarrollo rural: la convergencia necesaria.....6**



*Bertrand Hervieu aboga por una agricultura conforme a las expectativas e intereses de la sociedad y de los territorios europeos en su conjunto. Tres ejemplos LEADER.*

**Medidas europeas a favor de jóvenes agricultores ..... 14**



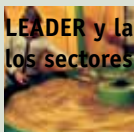
*La aplicación reforzada de las medidas comunitarias y nacionales es indispensable para facilitar la incorporación de jóvenes a la agricultura y permitir su contribución activa al desarrollo de su territorio.*

**LEADER Cavan-Monaghan (Irlanda): de la empresa agrícola a la empresa rural ..... 15**



*En estos dos condados fronterizos, muchos agricultores han iniciado una segunda actividad que en muchos casos llegará probablemente a sustituir a la primera. De este modo, algunas granjas se transforman en auténticas empresas artesanales con la colaboración de LEADER.*

**LEADER y la agricultura en Carintia (Austria): los sectores del territorio ..... 19**



*La organización de verdaderos “sectores de desarrollo” basados en productos agrícolas locales, tradicionales pero durante mucho tiempo infraexplotados, permite reactivar toda la economía de los tres territorios de Carintia acogidos a LEADER.*

# En pocas palabras

**Yves Champetier, Director,**  
*Observatorio europeo LEADER*

Este número 15 de LEADER Magazine está dedicado al papel fundamental – y plural – que juegan los agricultores en el desarrollo del medio rural, pero también a los profundos cambios que está experimentando la agricultura europea así como a las perspectivas que hoy en día se derivan de estos cambios para los territorios rurales.

Algunos de estos cambios están determinados por las nuevas expectativas de los consumidores en materia de calidad y de diversidad de productos agroalimentarios. El desarrollo de la demanda de productos de calidad específica ofrece a las empresas y territorios rurales nuevas oportunidades. El último seminario organizado por el Observatorio europeo LEADER fue la ocasión para abordar este tema, a través de la misión específica que tienen los grupos de acción local.

Reunidos del 11 al 15 de junio de 1997 en la pequeña ciudad de Kinsale (zona **LEADER West Cork**, Irlanda), unos cincuenta grupos locales procedentes de 6 Estados miembros trabajaron sobre el tema de la comercialización colectiva en circuitos largos de productos agroalimentarios de calidad.

Se trataba de dar a conocer diversos enfoques metodológicos seguidos por las pequeñas empresas agroalimentarias rurales para vender su producción fuera de su municipio o región.

Los productos agroalimentarios de calidad específica pueden ofrecer perspectivas interesantes a los agricultores y a las industrias de transformación rurales. Sin embargo, por motivos de niveles de producción, de gamas de productos, y de competencia comercial insuficientes o por dificultades de acceso a la información entre otros, la explotación de estos nuevos mercados está considerada por muchos como muy difícil, e incluso fuera de su alcance.

Los seis estudios de casos analizados en el marco de este seminario han sido una fotografía de la diversidad de las iniciativas llevadas a cabo por diferentes agentes rurales en Irlanda, España, Francia e Italia. Estos casos han puesto de relieve ciertos elementos esenciales para lograr el éxito en este tipo de acciones: creación de estructuras de transformación apropiadas, calidad del producto, asociacionismo de productores, volúmenes y gamas suficientes, regularidad de los suministros, alto nivel de profesionalidad, organización comercial eficiente, etc.

El seminario también ha permitido precisar el papel de los grupos LEADER: más cercanos a la población, los grupos facilitan la identificación de los potenciales que ofrece el territorio, pueden jugar un papel fundamental a la hora de despertar iniciativas, favorecer la formación y la interconexión en red de los productores afectados, y asistirles en todas las etapas de sus proyectos.

Su función reside en conseguir que los diversos socios y organismos especializados movilicen las competencias específicas necesarias para lograr el éxito, como por ejemplo la investigación y desarrollo, la atención prestada a la concepción y acondicionamiento de los productos, la ejecución de acciones de comercialización orientadas a públicos específicos, etc.

Así, los territorios rurales podrán beneficiarse de estas nuevas actividades, que al mismo tiempo son competitivas y aportan valor añadido y puestos de trabajo. Así, en estas condiciones podrán valorizar su saber hacer y un abanico de recursos a menudo poco explotados, y proponer a los consumidores una gama cada vez más diversificada de productos de la tierra europeos. <





Las distancias y la dispersión de la población son dos obstáculos importantes para el desarrollo de la Suecia rural.

La separación norte-sur de la población es determinante para el desarrollo y la ordenación del territorio sueco: la mitad sur del país acoge a la mayor parte de la población, concentrada en tres grandes núcleos urbanos y numerosas ciudades pequeñas; la mitad norte constituye el espacio “vacío” más amplio (2,2 hab/km²) de la Unión Europea, zona Objetivo 6 de los Fondos Estructurales.

Aunque es una zona relativamente homogénea tanto desde el punto de vista de sus inconvenientes (crudeza del clima tanto en el sur como en el norte, largas distancias en los desplazamientos para acceder al trabajo y a los servicios) como de sus ventajas (alta calidad de vida, medio ambiente bien preservado, importante nivel asociativo, amplia autonomía de los entes locales), el medio rural sueco puede dividirse en tres grandes áreas geoeconómicas:

- > las regiones nórdicas, escasamente pobladas, poseen importantes recursos mineros y forestales, vitales para los principales sectores exportadores de la economía sueca: la siderurgia, la metalurgia, la industria papeler

- y maderera para construcción;
- > el sur genera la mayor parte de la producción agrícola sueca (sobre todo cría de ganado). Asimismo cuenta con importantes recursos forestales;
- > el “archipiélago sueco” -término que hace referencia al conjunto de islas suecas- constituye un medio específico, muy atractivo tanto por sus paisajes y su patrimonio arquitectónico como por las posibilidades que ofrece en materia de ocio.

Urbanización

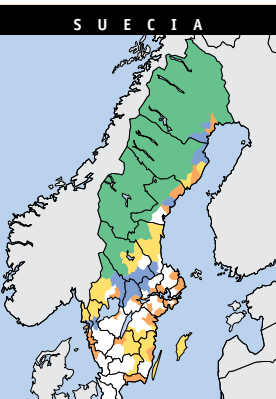
Durante los años 50, la Suecia rural sufrió un profundo cambio sociodemográfico: el incremento de productividad derivado de la modernización de las explotaciones trajo consigo una fuerte disminución del empleo en la agricultura y la silvicultura, lo que provocó un importante éxodo rural hacia los tres grandes núcleos del país: Estocolmo, Göteborg y Malmö.

El declive demográfico del campo fue continuo durante los años 70 y la primera mitad de los 80, pero de forma menos generalizada. En todo el medio rural, la tendencia se ha invertido durante la segunda mitad de los años 80: por primera vez desde hace cien años aumenta la población rural. Pero son sobre todo las zonas relativamente cercanas a las ciudades las que se han beneficiado, las regiones nórdicas registran todavía pérdidas de población, pero son menos importantes.

“Toda Suecia debe vivir”

Desde los años 60, Suecia ha incluido en su política regional medidas específicas en favor del medio rural. A mediados de los años 70, se estableció una auténtica política rural orientada hacia el desarrollo duradero, la cohesión social y el acceso a servicios de un nivel de calidad comparable al medio urbano: a nivel nacional se creó en 1977 el Comité Consultivo de Política Rural. Dos años más tarde, se puso en marcha un amplio programa de diversificación de la economía rural para desarrollar actividades no agrarias, fomentando la creación de pequeñas empresas.

Los años 80 coinciden con la expansión del enfoque “ascendente” del desarrollo: a medida que pasa el tiempo son más numerosos los agentes de todos los niveles y de todos los sectores que participan activa-



- Objetivo 2
- Objetivo 5b parcialmente elegible
- Objetivo 5b
- Objetivo 6

<b>Superficie:</b> 449.964 km² (de los cuales 38.459 km² son aguas interiores)
<b>Utilización del suelo</b> bosques: 243.340 km² • cultivos, cría de ganado: 35.165 km²
<b>Población (1994):</b> 8.816.381 habitantes • - de 20 años: 24% • + de 60 años: 22%
<b>Densidad:</b> 20 hab./km² (UE: 115 hab./km²)
<b>PIB/hab. (1995):</b> 19.786 ECU (UE 17.242 ECU)
<b>Nivel de paro (1996):</b> 9,9% (UE: 10,9%)
<b>Zonas elegibles para los Fondos Estructurales (1995-1999):</b> Objetivo 2: 30.400 km²; 966.000 hab.; EU: 160 millones de ECU Objetivo 5b: 57.650 km²; 657.000 hab.; EU: 138 millones de ECU Objetivo 6: 225.000 km²; 449.000 hab.; EU: 252 millones de ECU
<b>Ruralidad (1995)</b>
<b>Población “rural” :</b> 23% de la población total (UE: 14%)
<b>densidad:</b> 19 hab./km²
<b>Agricultura :</b> 0,8% del PIB tamaño medio de las explotaciones (> 2 ha): 32 ha
<b>Silvicultura:</b> 1,1% del PIB tamaño medio de las explotaciones (> 2 ha): 40 ha
<b>Turismo:</b> 3,2% del PIB • 175.000 empleos

mente en una acción de desarrollo local. Para la población local se trata sobre todo de compensar algunas consecuencias negativas que se produjeron durante los años 60 y 70 como consecuencia de la agrupación de municipios: de 1.031 municipios en 1960 quedaban 278 en 1974, pese a que el municipio siempre ha jugado un papel muy importante en materia de cohesión social y de servicios a la población (seguridad social, enseñanza primaria y secundaria, cultura, etc.).

La operación "Hela Sverige ska leva" ("Toda Suecia debe vivir") es una prueba de que la población local ha asumido el desarrollo: realizada en 1988-89 en el marco de la campaña a favor del mundo rural iniciada por el Consejo de Europa, esta acción masiva de sensibilización sobre los problemas del mundo rural desembocó en la creación de 3.500 "grupos locales" al servicio del desarrollo, federados en el seno de un "Consejo del Movimiento Popular" ("Folkrorelseradet") que tiene como misión principal animar el desarrollo local haciéndose cargo de numerosas intervenciones en el ámbito social, cultural, económico, etc.

En el año 1990 se sustituye el Comité Consultivo de Política Rural por la Agencia Nacional GBV ("Glesbygdsverket" / "Agencia Nacional para la Ordenación del Espacio Rural"), cuya intervención multisectorial aborda todas las cuestiones ligadas al desarrollo rural; la GBV facilita la coordinación de políticas y programas relacionados con el medio rural, y fomenta y apoya la realización de proyectos a menudo innovadores en sectores tan diversos como el empleo, la creación de empresas, los servicios, la ordenación municipal, la cultura, las acciones a favor de las mujeres, los jóvenes, etc.

Desde la adhesión de Suecia a la Unión Europea, la GBV participa en la mayoría de las políticas comunitarias que puedan afectar a las zonas rurales de Objetivo 5b y en algunos programas, – LEADER por ejemplo – de Objetivo 6. La agencia ha jugado un papel esencial en la preparación de LEADER II, coordina la ejecución de la Iniciativa a nivel nacional y ofrece asistencia técnica (asesoramiento, formación e información) a los grupos de acción local.

## LEADER II: complementariedad e innovación

Por su enfoque integral y multisectorial, la Iniciativa Comunitaria LEADER II se ha integrado fácilmente en los objetivos de la política regional global de Suecia.

Al igual que Finlandia, Suecia ha puesto en marcha dos programas LEADER II "regionales", uno para las zonas de Objetivo 5b, y otro para las zonas de Objetivo 6. El primero cuenta con una ayuda comunitaria de 12,1 millones de ECU para un coste total calculado en 71,8 millones. El segundo programa puede contar con una contribución comunitaria de unos 4 millones para un coste total que podría alcanzar los 14,10 millones. En ambos casos, la participación de fondos privados es importante ya que supone el 44% del coste total en las zonas de Objetivo 5b y el 43% en las zonas de Objetivo 6.

En total, el gobierno sueco ha aprobado 12 grupos de acción local, previa recomendación de la GBV y tras una selección llevada a cabo por un comité de evaluadores independientes. La diversidad regional (equilibrio geográfico), el valor ejemplar (innovación y transferibili-

dad) y la representatividad han sido los tres criterios de selección más importantes.

Debido a las características específicas de LEADER frente a otros programas comunitarios y nacionales, es un programa muy respetado en Suecia.

La igualdad de oportunidades y el respeto al medio ambiente son dos dimensiones intrínsecas a la acción de los GAL, que disponen de una amplia autonomía.

El desarrollo de Laponia (en Suecia viven unos 17.000 lapones) también es un eje prioritario del programa LEADER de Objetivo 6.

El Consejo del Movimiento Popular, la GBV y otros organismos afectados por el desarrollo rural se han hecho cargo conjuntamente de la animación de la Red nacional LEADER II, que ya funciona desde el mes de junio de 1997.

### **GBV (Glesbygdsverket / Agencia Nacional para la Ordenación del Espacio Rural)**

*Splintvägen 1, S-83172 Östersund*

*Tel: +46 63 826 00 – Fax: +46 63 862 92*



**Señora Marianne Stålberg, Directora General de la Agencia Sueca para el Desarrollo Rural [GBV]**

### **Señora Stålberg, ¿cuál es el papel "europeo" de la GBV?**

Desde que se creó en 1991, la Agencia Nacional para el Desarrollo Rural ha tenido como principal misión velar por que las zonas rurales se beneficiaran lo más posible de las políticas regionales suecas. Desde la entrada de Suecia en la Unión Europea, también nos hemos hecho cargo de la gestión del programa LEADER II y de la coordinación de los programas de Objetivo 5b. Esta dimensión europea nos atrae especialmente ya que estamos situados en el mismo corazón de la Suecia rural.

### **"Cooperación" es una palabra clave en el contexto de LEADER. ¿De qué manera se materializa este concepto en el medio rural sueco?**

Me agrada que cite este punto. La acción en este ámbito de la cooperación es precisamente lo que hace que LEADER II sea verdaderamente innovador en Suecia. Todos nuestros GAL participan en cooperaciones de gran envergadura en las que están representadas las asociaciones locales, los comités rurales, los centros escolares y los sectores privado y público que trabajan juntos en el desarrollo de su territorio. La representatividad local ha sido un criterio determinante a la hora de seleccionar los grupos LEADER y, al mismo tiempo, puedo asegurarle con satisfacción que los GAL también le dan mucha importancia a este aspecto.

### **¿Qué pueden aportar los grupos de acción local suecos a otros grupos LEADER de otras regiones europeas y, recíprocamente, qué pueden aprender los GAL suecos del resto?**

Yo creo que Suecia puede contribuir especialmente en dos ámbitos: la protección del medio ambiente y la participación de las mujeres en el desarrollo. En ambos casos tenemos una amplia experiencia que se remonta a principios de los años 70.

Por todo el país hay muchas asociaciones locales que trabajan siguiendo los principios de la "Agenda 21" definida en la Cumbre de Río, en la que las cuestiones ambientales son prioritarias.

En cuanto a las mujeres, éstas suelen jugar un papel fundamental en las acciones de desarrollo, tanto por su participación en las estructuras como por ser promotoras de proyectos.

Respecto a lo que podemos aprender de otros países, pienso sobre todo en la labor desarrollada en las asociaciones locales, en las que el sector privado está ampliamente representado. <



# Agricultura y desarrollo r la convergencia r

Puede suceder que la agricultura pase por un buen momento y sin embargo no ocurra lo mismo con los territorios rurales. Por lo tanto, no se puede contemplar el futuro de las zonas rurales de Europa sin antes tener en cuenta el papel de la agricultura en la gestión de estos espacios. ¿Cómo se puede plantear una agricultura que responda a las expectativas e intereses de la sociedad y de los territorios europeos en su conjunto?

POR BERTRAND HERVIEU

*Director de Investigación en el CNRS (Centro Nacional de Investigación Científica, Francia), **Bertrand Hervieu** está especialmente interesado en las transformaciones del mundo rural y en las políticas agrarias. Es autor de varias obras sobre el mundo rural francés y es uno de los animadores del Grupo de Brujas, que está integrado por una veintena de personalidades europeas deseosas de participar en el debate social sobre el futuro de la política agraria.*

**Existen dos obstáculos** que pueden entorpecer el desarrollo rural: el primero consiste en basarlo exclusivamente en el desarrollo de la agricultura; el segundo sería plantear el mundo rural independientemente del mundo agrícola, cuando son dos mundos que no están enfrentados.

Plantear el desarrollo del mundo rural solamente en función de la agricultura conduce a numerosos estancamientos de sobra conocidos. Efectivamente, se sabe que



# rural: necesaria

la población agrícola no representa más que una pequeña proporción de los activos del mundo rural: en cierto modo, la propia idea de desarrollo rural ha surgido de la toma de conciencia de que el crecimiento vertiginoso de los niveles de productividad en la agricultura obligaba a buscar nuevas fuentes de creación de riqueza y empleo en el mundo rural para mantener en él a la población y frenar el éxodo. Se puede decir que los problemas del desarrollo rural se han derivado del éxito del desarrollo del modelo productivista en la agricultura.

La paradoja a la que nos enfrentamos es la siguiente: al mismo tiempo que Europa se ha convertido en una gran potencia agrícola y agroindustrial, ha dejado de ser una civilización agraria y para parte de sus territorios la agricultura ya sólo es una opción. Se está dando un importante movimiento de concentración que tiende a relocalizar la producción en función de los lugares de transformación y distribución. El triángulo portuario Rouen-Londres-Amsterdam tiene un poder de atracción

tal que no resultaría extraño que, de aquí a treinta años, entre el 60 y el 70% de la producción agrícola europea tendiera a concentrarse a lo largo del Canal de la Mancha y del Mar del Norte, desde Brest a Copenhague.

La agricultura puede pasar por un buen momento y sin embargo no ocurrir lo mismo con los territorios rurales. Por lo tanto, no se puede contemplar el futuro de las zonas rurales sin tener en cuenta el papel que juega la agricultura en la gestión de estos espacios, máxime cuando la contribución europea al tratamiento de este problema pasa en primer lugar por el presupuesto agrario: 40.000 millones de ECU en 1997, más de la mitad del presupuesto de la Unión Europea.

¿Cómo es posible tener en cuenta este dato y plantear al mismo tiempo una agricultura conforme a las expectativas y los intereses de la sociedad y de los territorios europeos en su conjunto? Para concebir este programa, en primer lugar es necesario tomar muy en serio el hecho de que la agricultura no genera únicamente bienes materiales, sino también inmateriales; no solamente productos alimentarios sino también productos no alimentarios; y no solamente mercancías sino también productos no comerciales.

## La calidad, elemento principal del cambio

En lo que se refiere a los productos alimentarios se impone una primera orientación, que consiste en sustituir el objetivo de cantidad por el de calidad. La idea de calidad es probablemente el elemento principal del cambio económico y cultural que debe llevarse a cabo. La primera dimensión de la calidad atañe a la calidad del producto mismo. En este terreno, las exigencias son cada vez mayores, y a veces contradictorias, pero estas contradicciones no deben ocultar lo esencial: la alimentación europea se ha normalizado más rápidamente de lo imaginable hace 15 ó 20 años, y a ello ha contribuido la generalización de todo tipo de productos agrícolas en el mercado. A ello se suman ciertos episodios que son un reflejo de la concienciación de los consumidores: la carne de ternera con hormonas provocó un gran revuelo entre éstos últimos, al igual que la epidemia de la enfermedad denominada "de las vacas locas".







## “La gestión del espacio para facilitar la instalación de los jóvenes agricultores”

Jacques Fournier [LEADER Livradois-Forez, Francia]



**En el valle de Ance**, situado en el Parque Natural Regional de Livradois-Forez (Auvernia), la actividad agraria ocupa al 30% de los activos, pero muchos de los agricultores son mayores y no tienen sucesores. La gran parcelación de las tierras y la extensión de los bosques hacia los valles provocan un cierre progresivo y solapado del paisaje en torno a los pueblos y aldeas. Esta degradación del espacio tiene, entre otras consecuencias, la de desanimar a jóvenes agricultores a instalarse (problemas para acondicionar una superficie viable para la explotación agraria o forestal rentable; carencia de construcciones disponibles por el hecho de la transformación de las granjas en residencias secundarias). En 1992, y por iniciativa del Parque, se inició una acción experimental de gestión del espacio en varios sectores geográficos de Livradois-Forez, entre los que se encuentra el valle de Ance. Esta acción, que actualmente afecta a 55 municipios (aproximadamente 1.000 km<sup>2</sup>), tiene como fin, a través de una animación llevada a cabo por grupos de trabajo locales, hacer que surjan objetivos de gestión de la ocupación del suelo a medio y largo plazo. Estos objetivos son asumidos, al mismo tiempo por las autoridades locales y todas las categorías socioprofesionales presentes en el territorio.

La operación, en parte financiada en el marco de LEADER I, se desarrolla en cuatro fases:

- 1) Se presentó la acción ante los consejos municipales, que se encargaron de definir los objetivos de gestión del espacio para quince años, de trabajar en estrecha colaboración con municipios vecinos, y de formar un grupo de trabajo representativo de la población municipal.
- 2) Los grupos de trabajo identificaron y elaboraron mapas de la ocupación del suelo, identificaron asimismo a los usuarios de los espacios agrícolas, los retos de gestión del espacio relacionados con la calidad de vida y de los paisajes, con la economía agraria, forestal y turística, y con las actividades de caza y pesca, etc. Esta fase de diagnóstico terminó con la elaboración de un informe de síntesis que, una vez aprobado por la pobla-

ción local, constituyó el documento de referencia para el territorio.

3) Entonces, se elaboró un primer programa de acción. En el valle de Ance, este programa fue objeto, en abril de 1996, de un “contrato de territorio” firmado por las autoridades locales y todos los socios afectados.

4) Un año después de la firma del programa de acción “Valle de Ance”, compuesto de 13 medidas, se pudo conocer el avance de las actividades en una reunión para analizar el balance de la acción. Como ejemplos, se pueden citar:

- > el establecimiento de una granja-punto de enlace (el municipio compró una casa en venta en un pueblo donde el último agricultor quería tomar la jubilación anticipada. Durante 1996, se recibieron muchas solicitudes de agricultores para instalarse);
- > el acondicionamiento de 60 ha;
- > la tala de árboles y el cultivo de un enclave forestal en el espacio agrícola, cerca de un pueblo y de una carretera comarcal;
- > la creación de una reserva territorial y la contratación, gracias a LEADER II, de un animador, cuya misión era localizar a los propietarios que podrían acceder a vender sus tierras, y a los agricultores interesados en instalarse en ellas para volver a implantar progresivamente un mercado y movilizar los bienes raíces.

Toda la acción se basa en una animación duradera y continuada en el tiempo. La operación va dirigida, en primer lugar, a hacer posible que las autoridades locales, los agricultores, los cazadores, los silvicultores, los pescadores, los profesionales del turismo, los comerciantes y demás agentes se reúnan y trabajen conjuntamente para sentar las bases que garanticen un futuro viable para su territorio. Es un trabajo arduo, cuyos primeros resultados se traducen gradualmente en realizaciones concretas sobre el terreno. <





Ha crecido la sensibilidad de la opinión pública frente a los problemas sanitarios en materia alimentaria, y la exigencia de los consumidores en este terreno es aplicable tanto a los productos de primera necesidad como a los productos de lujo. Algunos de los que se exasperan ante los excesos que se cometen en esta materia argumentan que los criterios de definición de la calidad son múltiples y a menudo subjetivos: por lo tanto, sería un error no tener en cuenta el reto que supone hoy en día la definición de la calidad de los productos destinados a la alimentación. Esta definición engloba varios aspectos: calidad gustativa, calidad nutritiva, calidad sanitaria según la frescura y la conservación, calidad de la presentación, etc. Tanto los productores como los distribuidores y los consumidores tienen apreciaciones distintas sobre la importancia de estos aspectos, y opiniones diferentes sobre cada uno de ellos. Sin embargo, es posible acordar definiciones y mejorarlas continuamente en un debate que concierne a todas las partes implicadas: el establecimiento de etiquetas de calidad y de denominaciones de origen es un buen ejemplo de lo que se puede hacer y de los importantes efectos que esto puede llevar consigo para una producción y una región determinadas. Además, los programas LEADER apoyan ampliamente estas acciones.

### “Productos a medida normalizados”

No obstante, sería erróneo deducir de este ejemplo que estas lógicas de valorización de la calidad sólo afectan a productos excepcionales y marginales. Afectan al consumo diario, en un vaivén constante entre productos “ordinarios” y productos “refinados”. A todos los niveles sociales predominan las cuestiones relacionadas con el gusto y la salud. El aumento del consumo diario de productos preparados normalizados, fáciles de servir y de los que el consumidor espera respondan a criterios de calidad, es decir, de perfecta seguridad, va acompañado de un crecimiento paralelo de la demanda de productos controlados, raros, “diferentes”: productos de la tierra, productos caseros, productos alimentarios con etiqueta de calidad, etc. El creciente consumo de productos preparados va acompañado de un importante desarrollo de la gastronomía. Estos modos de consumo se extienden en nuestros países, favoreciendo ampliamente la transformación de los modos de distribución. En algunos países, los productos conocidos como “productos sin clasificar” y los productos denominados “de calidad”, se pueden comprar en los mismos establecimientos: la calidad no se reduce solamente a los productos puestos a la venta por los distribuidores especializados o las grandes empresas de productos de alimentación preparados. Los grandes canales de distribución también tienen que responder a exigencias de calidad y buscan el producto identificado, original pero normalizado y de calidad per-



Fabricación de queso de oveja  
en la zona LEADER de Rodas [Grecia]

manente. El producto casero de calidad ya no sólo se vende en las granjas. Sin embargo, para poder acceder a los grandes canales de distribución debe responder a criterios de organización, agrupación y envasado.

En gran parte de Europa, estamos inmersos, en materia de alimentación, en un régimen de “productos a medida normalizados” y por ello es necesaria una delicada labor para satisfacer estas expectativas complementarias o simultáneas que abren perspectivas sin duda limitadas pero inevitables. Lo cierto es que en un sector como el mercado de productos alimentarios, en el que la demanda evoluciona continuamente, sólo pueden subsistir los productores capaces de integrarse en un proceso complejo de oferta y negociación, en el que entran en juego múltiples factores culturales. Se entiende que desde ahora la noción de calidad no se aplica únicamente al producto en sí mismo, sino también al proceso de producción y a la base de ésta, como por ejemplo, a la tierra y al agua.

### Productos no alimentarios

La historia del siglo XX nos ha enseñado que las sociedades desarrolladas cada vez dependen menos de la minería, la extracción y la explotación de los recursos naturales, y se convierten en sociedades que inventan y producen su propia materia prima energética. En este contexto, la producción biológica y biotecnológica de energía (etanol, éter de colza, etc.) se convierte en un reto estratégico y ambiental a largo plazo, comparable en importancia al reto alimentario del pasado, aunque a veces haya que seguir un camino que requiere una amplia labor de experimentación y que plantea una serie de riesgos para las diferentes partes, especialmente los círculos industriales.

—→ Junto a esta producción de carácter energético, la agricultura también aporta materias primas a las industrias de síntesis, como la textil o la farmacéutica. Una orientación innovadora de gran calibre es integrar el mundo agrícola en una nueva cultura de la energía y del medio ambiente a través de productos no alimentarios.

## Bienes inmateriales

Pero la agricultura no es solamente una actividad generadora de bienes materiales y de materias primas. También es – y puede serlo cada vez más – un sector productor de bienes inmateriales, en dos ámbitos principales.

### (Agri)cultura

El primer ámbito engloba la cultura, salud, gastronomía, turismo, pedagogía y educación de los niños. Todavía están por crearse nuevos oficios que respondan a las expectativas de los consumidores y de los ciudadanos. Esta demanda deberá ser cada vez menos una demanda “secundaria” o “subsidiaria”, asociada meramente al ocio y al esparcimiento de los habitantes de las ciudades que necesitan desesperadamente actividades al aire libre. El consumo de cultura y de ocio ya no supone solamente una parte creciente del gasto en el presu-

puesto de las economías familiares, sino que esta demanda supone también una aspiración más profunda que hay que volver a definir – además de los museos, parques y otras exposiciones destinadas a mostrar un mundo agrario cada vez más alejado de la sociedad – también hay que destacar el vínculo que mantiene ésta, a través de la agricultura y los agricultores, con la naturaleza.

Este enfoque pedagógico es un reto importante. Nos remite a una de las paradojas esenciales vivida por una parte creciente de la población europea que nunca hasta ahora había comido tan bien en lo que se refiere a diversidad, cantidad, frescura, etc., pero que nunca hasta ahora había sabido tan poco acerca de lo que comía: en una Europa cada vez más urbana, cada vez menos familias tienen raíces rurales y ¡todo el mundo conoce a niños que con 8 ó 9 años de edad no saben qué relación guardan una hamburguesa y un buey! Culturalmente, esto es indudablemente una pérdida. Políticamente, supone un riesgo puesto que esta ignorancia puede dar lugar, en todo momento, a reacciones colectivas irracionales. Se sabe que la escuela o la familia por sí solas no bastan para divulgar estos conocimientos. Es necesario que los medios profesionales implicados, particularmente los agricultores, aporten su contribución. Imaginemos lo que supondría como aportación cultural, en el sentido más amplio de la palabra, el hecho de cada niño europeo en su programación escolar tuviera la posibilidad de ir a ver en una granja qué es un animal, qué es una planta, cómo se les cuida, qué se hace con ellos,... Este reto social ya se incluye en el seno de un gran número de proyectos LEADER. En el futuro, se trata de saber cómo generalizar estas experiencias múltiples.

### Medio ambiente

La segunda categoría de bienes inmateriales agrupa a los productos de la naturaleza, del medio ambiente, del agua, del paisaje y del equilibrio en los territorios. Es evidente que un país – y con más razón un continente – que concentre estos bienes naturales es más rico, incluso desde un punto de vista contable, que un país contaminado, arrasado, agotado... Esta riqueza era en el pasado el fruto de una actividad agraria cuya finalidad era la valorización global de la tierra. En este sentido, el concepto patrimonial de tierra tenía la ventaja de hacer converger el interés particular (el de los campesinos) y el interés general (el de la sociedad). Al tratar la tierra como un capital inmobiliario que no vale más que por lo que “proporciona”, la lógica productiva ha liberado a la actividad agraria de la misión de conservar el medio ambiente que tenía asociada (al menos implícitamente) en el concepto patrimonial. En otras palabras, si queremos tener paisajes armónicos, tierras ricas, agua limpia, territorios vivos, un medio ambiente viable

Plantación de juncos en el marco de la recuperación de una zona húmeda [LEADER Ostvorpommern, Alemania]





## “Vacaciones familiares y productos agroalimentarios de calidad”

Michael Hofmann [LEADER Oberes Altmühltal-Mittelfranken, Alemania]

**En el Alto Valle de Altmül (Baviera)** domina la agricultura, que ocupa al 14% de la población activa. Las producciones lechera, porcina y bovina constituyen las principales fuentes de ingresos de los casi 2.000 agricultores locales. El grupo LEADER de Media Franconia y una asociación de habitantes y agricultores (“EPIG”) han llevado a cabo, desde 1991, una serie de acciones de desarrollo rural centradas principalmente en el agroturismo y en la comercialización de carne bovina de calidad.

### Vacaciones familiares

Por iniciativa de 5 familias de agricultores deseosos de diversificar su actividad, los 70 habitantes de Lauterbach crearon una “Comunidad Rural” y transformaron la localidad en un auténtico “pueblo de vacaciones familiares”:

- > se crearon 13 casas rurales de calidad entre 1993 y 1996;
  - > en 1992, se puso en marcha un programa de animaciones semanales (encuentros, juegos y actividades manuales para los niños; “Fiesta de los piratas”, para la que los niños fabrican ellos mismos sus disfraces; barbacoas organizadas por y para los padres, paseos en calesas, visitas a una cervecería, etc.);
  - > en 1993, se construyó un área de juegos y se acondicionaron dos salas polivalentes;
  - > en 1995, se acondicionó un lago artificial (sanitarios, puntos de venta de productos agrarios locales) y se creó un circuito para bicicletas.
- Paralelamente, el pueblo instaló un sistema de evacuación de aguas residuales por lagunaje. Lauterbach atrae actualmente a muchos visitantes y la actividad turística ha generado empleos, sobre todo, para las cónyuges de los agricultores.

### Carne de calidad

Uno de los principales objetivos del programa LEADER I de Media Franconia consistía en disminuir progresivamente la agricultura intensiva para pasar a la cría de ganado extensiva. Sesenta agricultores fundaron una asociación, WFG (“Weidefleisch Franken GmbH & Co. KG” / Carne de pasto de Franconia). A partir de vacas angus y lemosinas, criadas en pastos y según criterios específicos, WFG comercializa – esencialmente en circuitos cortos – una carne bovina de calidad. Se ha creado una etiqueta de calidad (“Franki”), se han establecido relaciones muy estrechas con grandes clientes (hoteleros, restauradores, cantinas, etc.) y los ganaderos suministran directamente carne a muchos hogares.



### Mercado de carretera

Iniciadas en el marco de LEADER I, estas acciones de apoyo al agroturismo y a la producción agraria de calidad se mantienen también en LEADER II y se han concretado en el proyecto “Bäuerlicher Rastmarkt Obere Altmühl”, que ha consistido en poner en funcionamiento un “Mercado de carretera de los productores agrícolas del Alto Altmühl” en un área de descanso de la autopista A6/E50 Nuremberg-Viena, uno de los ejes viarios más concurridos de Europa.

Se han construido dos edificios que dan cabida a un mercado de 500 m<sup>2</sup> donde se venden los productos agroalimentarios locales. Asimismo, se pueden encontrar un restaurante que ofrece especialidades culinarias de la región, un punto de información turística y un hotel de 30 habitaciones. Este proyecto de 5 millones de ECU – financiado en el marco de los programas LEADER y Objetivo 5b – ha sido dirigido por una sociedad creada por 30 inversores procedentes principalmente del sector agrario local. Inaugurado oficialmente en septiembre de 1997, este complejo es el “escaparate” de la región y constituye un excelente punto de venta para los agricultores y los operadores agroturísticos locales, a la vez que ha permitido crear entre 50 y 60 empleos en una zona rural relativamente desfavorecida. <







## “Apoyo a la agricultura biológica”

António Realinho [LEADER Raia Centro-Sul, Portugal]



### Convencidos de que la agricultura biológica

representaba una posibilidad de diversificación interesante, 60 agricultores de Beira Interior (centro este de Portugal) crearon en 1995 la asociación ARAB (“Associação Regional de Agricultores Biológicos” / Asociación Regional de Agricultores Biológicos). Los productos en cuestión son muy diversos: almendras, cerezas, uvas de mesa, aceite de oliva, aceitunas en conserva, higos, cereales y productos hortícolas.

Los objetivos de la asociación son promover el desarrollo de la agricultura biológica (sobre todo a través de la organización de encuentros, coloquios y conferencias) y proporcionar a los productores asistencia técnica en materia de producción, comercialización, promoción y presentación de los productos.

El grupo LEADER Raia Centro-Sul ha participado en la ejecución de las siguientes acciones:

- > realización de un stand móvil, para facilitar las acciones de promoción y la participación de la ARAB en ferias especializadas (nacionales e internacionales);
- > edición de una revista (15.000 ejemplares dirigidos a los agricultores, técnicos, centros escolares, etc.) y de un folleto para dar a conocer mejor los productos, sensibilizar a la población sobre los métodos de producción biológica y para que utilicen envases que no dañen el medio ambiente, etc.;
- > organización anual de un encuentro nacional de agricultores biológicos: de este modo, el segundo “Encontro Nacional de Agricultores Biológicos”, que tuvo lugar los días 17 y 18 del pasado mes de mayo, reunió a unas 300 personas, procedentes de Portugal y España.

Se hizo hincapié sobre todo en los problemas a los que se enfrenta el sector: necesidad de adaptar los programas de ayuda y certificación, necesidad de lograr una mejor organización colectiva, etc.

A corto plazo, la agricultura biológica debería representar una perspectiva muy interesante para el desarrollo de los territorios rurales: además de garantizar una mejora de la salud pública y la conservación del medio ambiente contribuye a que perdure la población rural, ya que exige más mano de obra que la agricultura tradicional.

Para exportar más, la agricultura de Portugal debe orientarse hacia una producción de mejor calidad. Los productos “biológicos” certificados suponen una gran paso en esta dirección. <



— y una naturaleza variada, habrá que crearlos desde ahora, es decir, hacer que esa creación sea el objetivo de una política, voluntaria y debatida públicamente. Desde esta perspectiva, se abre un amplio campo para los agricultores y para todo el que quiera ejercer oficios relacionadas con estos ámbitos.

Mientras que la primera categoría de bienes inmateriales producidos por los agricultores va a ser cada vez más tenida en cuenta por el mercado, la segunda va a seguir dependiendo durante mucho tiempo de la retribución pública, correspondiente a la creación de una riqueza común o pública. Crear y mantener un patrimonio intergeneracional, renovar una identidad colectiva, reflejada sobre todo en los paisajes, y asegurar la calidad de vida diaria son misiones de interés general cuya financiación corresponde a la colectividad. ¿De qué manera el hecho de contribuir a estos bienes y de vivir de ellos rebajaría la situación social de los agricultores si las riquezas producidas son, por excelencia, riquezas no deslocalizables?

### Un oficio de síntesis

Ya se está perfilando otra manera de ejercer la profesión de agricultor. Para superar el modelo convencional, técnico-contable, del agricultor actual, no se pide a las nuevas generaciones que reinventen al campesino de antaño, sino que inventen un oficio de síntesis, un oficio a largo y corto plazo, un oficio vinculado al territorio y al mercado; probablemente este oficio no sólo tendrá un carácter técnico, o de gestión, o de jardinero o de animador, sino que englobará todas estas características al mismo tiempo.

Esta redefinición obliga a volver a encuadrar la relación que el mundo agrario mantiene con los poderes públicos. Más que un contrato abstracto entre la agricultura y Europa, hay que crear un contrato concreto entre cada agricultor del futuro y los poderes públicos. Es un contrato individualizado, con un pliego de condiciones, que define los derechos y deberes de cada uno. Puesto que la agricultura es necesariamente una cuestión pública y además una cuestión de todos, se hace necesario modernizar la relación entre el agricultor y los poderes públicos. Si se destina explícitamente dinero público a la conservación y mejora del territorio, del medio ambiente, del agua y del paisaje, se evitará al mismo tiempo el establecimiento de una agricultura definitivamente dual: por un lado, un agricultura exportadora que acapara el dinero público, que ayer era en forma de restituciones a la exportación (según la diferencia entre el precio mínimo garantizado y el precio mundial), hoy en forma de compensaciones y mañana en forma de reparaciones de los perjuicios causados al medio ambiente; y por otro lado, una agricultura debilitada en el mercado, que ocupa el espacio y reclama la solidaridad nacional para evitar el más completo empobrecimiento.



### Desarrollo agrario y desarrollo rural

Volver a incluir las exigencias de equilibrio del territorio, gestión del medio ambiente y de los paisajes dentro de la definición de intervención pública supone rechazar este dualismo que se instaura, en beneficio de la diversidad de agriculturas, agricultores y territorios. Se trata de crear una nueva función agrícola, que sea al menos tan movilizadora como la función alimentaria que se impuso después de la guerra. Consiste en incluir el territorio en el seno de la definición de la política agrícola. Es, en resumidas cuentas, hacer converger explícitamente desarrollo agrícola y desarrollo rural.

Desde este punto de vista, los programas LEADER son buenos ejemplos de la experimentación de esta convergencia. Consideradas en su conjunto, estas experiencias ofrecen una nueva imagen de los agricultores y de los espacios rurales enfrentados a situaciones complejas, y dan la espalda a un enfoque unidimensional para integrar al mismo tiempo retos económicos, culturales y territoriales. Intentando responder a las nuevas expectativas de la sociedad europea, la agricultura y los espacios rurales contribuirán en el futuro a reforzar la construcción de la Unión, como ya lo hicieron en el pasado superando el desafío alimentario al que Europa se enfrentaba en sus inicios. <



## Medidas europeas a favor de los jóvenes agricultores

**La aplicación reforzada de medidas comunitarias y nacionales es indispensable para retener a los jóvenes en las zonas rurales, facilitar su dedicación a la agricultura y permitirles participar activamente en el desarrollo de su territorio.**

POR VERONIKA VEITS [\*]

**La precariedad** y la dureza de las condiciones de trabajo, además de unos ingresos inciertos, hacen que la profesión de agricultor ya no seduzca. El fenómeno no es reciente y la agricultura, hoy en día, es un sector que está envejeciendo: sólo el 8,3% de los propietarios de tierras tienen menos de 35 años, mientras que uno de cada cuatro agricultores en activo tiene más de 65 años. Además de ser un sector que envejece, la agricultura es una actividad en transformación y, si el agricultor quiere estar correctamente formado para hacer frente a las exigencias cada vez mayores de competitividad, tiene que ser polivalente. En efecto, el agricultor actual es tanto productor alimentario y de materias renovables, como “guardián” del medio ambiente y administrador del territorio.

Teniendo en cuenta que los jóvenes son un elemento dinámico esencial para el sector agrario y, en un sentido más amplio, para las zonas rurales, la Unión Europea ha ido introduciendo progresivamente una serie de instrumentos para apoyar a los jóvenes agricultores.

Entre estos medios, hay que citar sobre todo las ayudas a la instalación y a las inversiones para facilitar la recuperación de las explotaciones por parte de agricultores jóvenes. Cada año, disfrutan de estas ayudas más de 25.000 jóvenes agricultores. El régimen comunitario de jubilación anticipada debería contribuir a que el sector agrícola rejuvenezca. Por otro lado, se hace especial hincapié en la formación, para lo cual los jóvenes agricultores pueden beneficiarse de una ayuda especial. Asimismo, los jóvenes agricultores pueden participar en otros programas comunitarios de formación, tales como “Leonardo da Vinci” o “La Juventud con Europa”. Por último, se han llevado a cabo varias acciones, de manera descentralizada, en el marco de los programas de los Fondos Estructurales para las regiones de Objetivos 1, 5b y 6, o incluso, en el marco de la Iniciativa Comunitaria LEADER. Efectivamente, ésta última ofrece varias posibilidades a los jóvenes agricultores, no sólo para valorizar su producción (productos caseros, etc.) o participar en la conservación y valorización del medio ambiente, sino también para llevar a cabo actividades complementarias (agroturismo, etc.) y jugar un papel

activo en el desarrollo de su territorio.

Si bien los diferentes instrumentos europeos existentes<sup>[1]</sup> constituyen un marco de acción apropiado, al mismo tiempo es indispensable una aplicación reforzada de las medidas para retener a los jóvenes en las zonas rurales y facilitar su incorporación a la agricultura. Ésta es una de las recomendaciones principales que figuran en el informe de la Comisión sobre “Los jóvenes agricultores y el problema de la recuperación de las explotaciones en la agricultura europea” (COM (96) 398 final). La Comisión da asimismo otra recomendación: invita a los Estados miembros a adaptar las medidas nacionales en vigor, en materia de impuestos de transmisiones y herencias, para facilitar el acceso a los jóvenes agricultores al sector.

El informe, que ofrece un panorama de los diferentes instrumentos comunitarios dirigidos a los jóvenes agricultores, ha permitido sensibilizar a los responsables políticos sobre la situación de estos jóvenes. No es por tanto un punto final, sino una etapa intermedia en el debate sobre el lugar que ocupan y la función que cumplen los jóvenes agricultores, no sólo en la agricultura sino, en un sentido más amplio, en las zonas rurales, y sobre los medios puestos a disposición de éstos últimos para que participen activamente en el desarrollo socioeconómico de su territorio. <

[1] el repertorio “Acciones comunitarias y desarrollo rural”, publicado por el Observatorio europeo LEADER, presenta en forma de fichas sinópticas todos estos instrumentos.

[\*] Administrador en la Dirección General de Agricultura de la Comisión Europea (DG VI/FII.1).





Diversificación en todos los sentidos  
en la zona LEADER Cavan-Monaghan [Irlanda]

# De la empresa agraria a la empresa rural

**Fronterizos con Irlanda del Norte, los condados de Cavan y Monaghan son preferentemente agrícolas. Pero la diversificación obliga y, por ello, muchos agricultores han emprendido una segunda actividad que, en muchas ocasiones, está en vías de suplantar a la primera. Así, algunas granjas se transforman en auténticas empresas artesanales con el acompañamiento de LEADER.**

*“Hace diez años, la cooperación entre las poblaciones del sur y del norte era muy difícil...”* Michael Heaney vino como vecino a presentar la experiencia del grupo Inishowen – del cual es director – al seminario que hoy reúne en Monaghan a todos los grupos LEADER que operan a un lado y otro de la frontera entre la República de Irlanda e Irlanda del Norte. El objetivo es emprender un proceso de cooperación transfronteriza duradera. Además de compartir una frontera, las doce zonas afectadas comparten las mismas dificultades: cierto aislamiento, la falta de empleo, el éxodo rural y un potencial de desarrollo frenado por el conflicto político-religioso

que castiga de forma más o menos latente a Irlanda del Norte, con consecuencias negativas en los condados limítrofes del sur. *“¿Cómo atraer a los turistas y, con mayor motivo, a los inversores cuando se tiene esta imagen de campo de batalla, aunque en las comunidades rurales católicas y protestantes se entiendan bastante bien?”* – se queja Adge King, director de la Cavan Monaghan Rural Development Co-op, cooperativa que gestiona el programa LEADER de una zona doblemente aislada por el hecho de estar en la frontera y relativamente alejada del mar.

— Creado en 1991 por iniciativa de responsables de cooperativas agrarias, este grupo de acción local agrupa a los principales agentes y sectores socioeconómicos de los dos condados de Cavan y Monaghan: cooperativas lecheras, sindicatos agrarios, asociaciones rurales, autoridades locales, Teagasc (Centro Nacional de Investigación y Divulgación Agrícola Rural), instituciones financieras, responsables de empresas, etc. *“Dando a este grupo impulso institucional y también los medios económicos necesarios para abrirse a todas las fuerzas vivas del territorio, LEADER ha hecho posible que el movimiento cooperativo agrario evolucione hacia lo que es, en el fondo, su gran finalidad: el desarrollo rural”,* afirma Anthony Leddy, Presidente del consejo de administración del GAL. *“En los años 80, las cooperativas lecheras ya no se interesaban únicamente por el precio de la leche, sino también por el desarrollo local en su conjunto. Estas cooperativas jugaron un papel motor en la constitución de ‘Water Scheme Groups’, agrupaciones de habitantes y agricultores para organizar la instalación de agua corriente en el campo. Estos grupos fueron en cierta manera una primera experiencia de dinámica local, de movilización del conjunto de los ciudadanos en torno a un proyecto de desarrollo concreto”.*

En esta zona donde muchos sectores – sobre todo el turismo – están castigados por una frontera “sensible”, la agricultura ocupa siempre el primer lugar en la economía: más del 60% de los empleos dependen de ella,

directa o indirectamente. Pero las tierras son pobres y la mayoría de las explotaciones están parceladas y son de pequeño tamaño (16 ha de media). Añadidas a los obstáculos derivados de las cuotas en los sectores lechero, bovino y ovino, estas condiciones desfavorables exigían una profunda diversificación de la actividad agrícola.

## Champiñones

En los años 60, una primera ola de diversificación afectó primero a dos productos agrícolas “clásicos”: muchos granjeros habían optado por el sector avícola (en la actualidad el 55% de la producción nacional) y el sector porcino (20%). Sin embargo, y debido a su amplitud, a su carácter innovador en Irlanda y a las consecuencias que de ella se han derivado para el conjunto de la economía, fue la producción del champiñón, la que años más tarde constituyó el primer “gran salto adelante” en términos de desarrollo local.

Tim Connolly es un pionero en esta materia: animado por el Teagasc inició, en 1981, la producción de champiñones, cultivados en sacos de compost situados en el interior de largos túneles de polietileno donde hay luz, temperatura y humedad constantes: *“Primero instalé dos túneles”,* cuenta Connolly. *“Al cabo de un año vimos que era rentable: la producción genera rápidamente fondos propios porque sólo transcurren seis semanas entre la siembra de los champiñones y la recolección. A continua-*

■ Los edificios de la granja McCabe se construyen de forma totalmente ecológica





ción, instalamos otras tres champiñoneras en 1983". Así, Tim produce cada año 100 toneladas de champiñones, que le aportan tantos beneficios como sus 65 vacas lecheras. *"Los champiñones me han permitido comprar parcelas suficientes para que mis dos hijos puedan quedarse a trabajar conmigo en la granja."* La recolección de champiñones -a mano-, lo que constituye la ventaja de la producción irlandesa en comparación con las competitivas producciones británica y neerlandesa, ocupa en la granja de Connolly a cinco empleados permanentes a tiempo parcial (unas 30 horas semanales). Una de las claves del éxito de los 240 champiñoneros de la zona LEADER (cerca de la mitad de los productores irlandeses de champiñón) radica en la organización de la distribución: Tim Connolly vende su producción por medio de una central – "Monaghan Mushrooms Ltd" – que se ocupa de colocar en las grandes superficies británicas los champiñones recolectados 24 horas antes en Irlanda. Esta fórmula ha hecho posible que la empresa se haya convertido en 16 años en la primera productora de champiñones de Europa. Esta central de envasado y distribución, que ha organizado a unos 200 productores de champiñón en "unidades satélites" a las que suministra esporas, compost y asistencia técnica, ha conseguido un volumen de negocios de 32,3 millones de ECU en 1994 y ha creado 300 empleos en sus diferentes unidades de acondicionamiento.

Adge King insiste en la importancia de este nuevo sector precisando antes que: *"Aquí, el apoyo de LEADER a los agricultores afecta sobre todo a los productos no agroalimentarios porque, debido al reducido mercado, pocos agricultores se han lanzado al sector de los productos caseros: prefieren decantarse por una segunda actividad, compatible con su explotación agraria en términos de tiempo, espacio, construcciones, etc. Casi siempre se trata de una actividad muy diferente a la primera."*

## Inventores

Esta segunda actividad, casi siempre es al principio una afición, una pasión que se profesionaliza, hasta hacer de ella un trabajo a jornada completa, que a veces no tiene mucho que ver con la agricultura. Muchas veces confluyen la innovación, la invención y el ingenio mismo, con la posibilidad de generación de empleo. John McKeown tiene 36 años. Se "dedica" a la leche y al buey, a tiempo parcial porque no tiene tierras. Apasionado por la mecánica, se lanzó en 1989 a la construcción de hangares agrícolas de acero, antes de desarrollar en 1995 un producto revolucionario: el "trail-lift" un carro elevador con tracción a las cuatro ruedas, cuatro veces más barato que un carro elevador convencional, a la "medida" para los agricultores. *"El producto está a punto y ya lo hemos patentado. El gran desafío ahora es la comercialización..."* A este nivel se puede apreciar que John se siente un poco desamparado. Jim O'Donnell ha inventado un suelo calefactor para la cría de cochinillos. El dispositivo – una resistencia eléctrica colocada entre dos placas aislantes – ofrece mayor



■ Martin Gilliland al mando de un ball-trap

comodidad al animal y consume diez veces menos energía que la habitual lámpara de infrarrojos. *"El éxito en Irlanda fue instantáneo"*, explica Tim. *"A mediados de 1996, empezamos a entrever el umbral de saturación en el mercado nacional y, por eso, nos hemos lanzado a la exportación: Reino Unido, Francia e Italia (un poco), Portugal (mucho) y desde hace algunos meses, Canadá, donde hemos encontrado un distribuidor. El problema es que todavía no somos capaces de responder al volumen de la demanda..."*

La empresa O'Donnell, que cuenta con ocho empleados y produce 250 "heatpads" semanales, actualmente debe hacer frente a la expansión: *"primero tenemos que ampliar nuestros locales aquí, en Cavan, antes de intentar la aventura americana: Estados Unidos representa un mercado de 50.000 unidades anuales..."*

Cabe destacar que los agricultores locales no tienen el monopolio de la innovación: un profesor de Coothill (Cavan, Séan Grogan), ha inventado un "portatizas" con pulsador, que evita que se salgan las tizas cuando se escribe en la pizarra. El principio se basa en las barras de labios. Sencillo, pero hacía falta pensar en ello... LEADER ha aportado 4.000 ECU para la promoción del producto, que ya empieza a verse en algunas de las mejores papelerías de Irlanda.



## Profesionalizar una pasión

Las actividades de ocio, dirigidas a una clientela local o muy especializada, representan otro sector del mercado que los agricultores quieren explotar. Tres ejemplos:

En la familia Jones, además de vacas lecheras, se crían caballos desde hace generaciones. *“A pesar de la llegada del tractor, muchos granjeros irlandeses han conservado uno o dos caballos -explica Tom Jones- pero no se ocupan de cuidarlos. Sin embargo, desde hace unos años, estamos asistiendo a un nuevo auge de la equitación, en el ámbito de los paseos ecuestres y de las competiciones. Mi hermano y yo hemos visto que había un fuerte potencial en este sector y decidimos hacer de nuestra pasión una verdadera empresa de cría y doma de caballos.”*

En 1993, el Fondo internacional para Irlanda les ayudó a construir establos modernos para yeguas y potros. Tres años más tarde, LEADER II aporta 50.000 ECU para la construcción de un picadero: *“Va a servir para domar, y para aprender a domar caballos, ya sea para el ocio o para saltos hípicos. En colaboración con la asociación regional de criadores de caballos (150 miembros), se trata de reactivar un “sector del caballo” de gran valor añadido: sin domar, una yegua de tres años vale 600 ECU. Si está lista para ser montada puede valer 12.000 ECU o más...”*

Martin Gilliland también ha profesionalizado su pasión, el ball-trap: acaba de acondicionar en su granja 4 campos de tiro que permiten simular unos diez tipos de caza (conejo, becada, faisán, etc.). La originalidad y el éxito de lo que se está convirtiendo en una verdadera empresa de ocio dependen en parte de su concepción: todo el conjunto está dispuesto como un recorrido de golf, por el que uno puede ir a su ritmo. LEADER ha participado en la financiación de las instalaciones: refugios, senderos, vallas y asimismo lanzadores automáticos sofisticados. *“Además de ocuparme de mis 14 vacas, yo era albañil. El ball-trap me permite, hoy en día, ejercer todas mis actividades en la granja”,* precisa Martin.

Johnny y Lucy Madden poseen el terreno de Hilton Park que linda con la frontera. Como las seis habitaciones para huéspedes que acondicionaron en los años 80 no bastaban para rentabilizar este castillo-granja, solicitaron una ayuda de LEADER para restaurar los magníficos jardines que, por falta de medios suficientes, estaban abandonados a su suerte. *“Se trataba de ofrecer algo más que un lugar de acogida y convertir este lugar cargado de historia en una atracción cultural para el conjunto de la región”,* explica Johnny. Se rehabilitaron arriates y senderos, y se instaló un pequeño refugio al borde del lago que se encuentra en la propiedad. Abierto al público en 1996, esta propiedad empieza a atraer a grupos específicos como, por ejemplo, a los pintores noveles: *“mi objetivo es crear un centro de arte abierto a todo el mundo, que funcione en red con los otros tres polos culturales de esta parte del condado. Ahora mismo estamos elaborando un proyecto con el Centro literario Tyrone Guthrie, que está cerca de aquí. Pero, ante todo, quiero*

*señalar que LEADER ha hecho muchísimas cosas por este territorio y ahora es cuando estamos empezando a recoger los frutos. Es una lástima que LEADER no haya tenido más resonancia, pues resulta evidente que ha sido concebido para ayudar realmente a los promotores de proyectos.”*

## Cultivos permeables

Esta es la pasión que anima a Marcus McCabe. Este joven agricultor del condado de Monaghan – gran defensor de la ecología – ha convertido su explotación en cultivos permeables: desde hace tres años, su granja produce plantas acuáticas (cañas, espadañas, etc.) que permiten depurar las aguas residuales de forma natural (lagunaje), e introducir una gran variedad de vegetales para restablecer el paisaje y la biodiversidad. A esta producción hortícola se añaden actividades de asesoría y formación en lagunaje, ordenación paisajística, construcción de viviendas de forma estrictamente ecológica, etc. La gran casa de madera, con calefacción a base de biomasa construida por él mismo, alberga permanentemente a jóvenes en inserción profesional y a estudiantes que quieren especializarse en un ámbito que, el día de mañana, podría convertirse en una importante actividad agrícola.

LEADER ha participado en la promoción del proyecto tal y como señala Marcus: *“se han elaborado un folleto y un catálogo, un envío publicitario dirigido a paisajistas, entes territoriales y a diferentes clientes potenciales de Irlanda y otros lugares. El importe puede parecer irrisorio – 2.500 ECU – pero, como quien no quiere la cosa, nos ha dado a conocer y ha abierto el mercado: después de esto, nos han llovido los contratos y ya no nos falta trabajo. Nuestro problema ahora es crecer con calma...”*

Miembro de varias organizaciones ecológicas internacionales, especialmente de la Red Eco-pueblo Global, Marcus McCabe sueña con *“pueblos que funcionen de forma ecológica y autónoma y que, gracias a las telecomunicaciones, descongestionen las ciudades y generen un medio rural de calidad: vivo, sociable, solidario...”* ¿Vanguardista? ¿Utópico? Lo que está claro es que en su situación actual, el proyecto ha atraído la atención – y la simpatía – de todos los agricultores de las cercanías. <

**Superficie del territorio:** 318 km<sup>2</sup>  
**Población:** 106.000 habitantes  
**Financiación LEADER II:** 6.875.000 ECU  
**UE:** 3.165.937 ECU  
**Otros fondos públicos:** 1.055.313 ECU  
**Privado:** 2.653.750 ECU

**Cavan-Monaghan Rural Development Co-op Society Ltd**  
Agricultural College, Ballyhaise, IRL-Co. Cavan  
Tel: +353 49 38477 - Fax: +353 49 38189



Lavado de la lana  
en el alto valle  
del Möll

LEADER y la agricultura en Carintia [Austria]

# Los sectores del territorio

**En esta región alpina donde la mayoría de los agricultores ejercen varias actividades, LEADER y los demás instrumentos de apoyo al desarrollo rural tienen como fin consolidar el empleo, los ingresos y la calidad de vida a nivel local. La estrategia elegida – organizar verdaderos “sectores de desarrollo” a partir de productos agrícolas locales, tradicionales, pero durante mucho tiempo infraexplotados – permite reactivar la economía de los tres territorios de Carintia acogidos a la Iniciativa.**

**La zona LEADER Grossglockner-Oberes Mölltal**, que se extiende desde el “techo de Austria” (3.798 m.) hasta la cuenca inferior del Möll, es uno de esos lugares donde la expresión “de arriba a abajo” cobra doble sentido, geográfico y económico. En este alto valle del extremo oeste de Carintia, el grupo de acción local ha optado por revalorizar una producción tradicional que estaba desapareciendo: la lana. Tomando el relevo y completando una acción iniciada por el Parque Nacional de las Altas Tauern, los programas 5b y LEADER han hecho posible organizar un sector cuyos principales eslabones – producción, transformación y comercialización – siguen, literalmente, el curso del río: río arriba, los pastos y las ovejas de unos 50 agricultores implicados, así como una unidad moderna de lavado, cardado e hilado de la lana; en

el centro del valle, los tejedores y otros transformadores de lana a domicilio, que muchas veces son las mujeres de los ganaderos; río abajo, los puntos de venta y, especialmente, la tienda de la “Regionalverein Grossglockner”, asociación de 150 agentes socioeconómicos del valle, así como una tienda – “Mode & Design KM”- que crea y comercializa todo tipo de artículos de moda, combinando tradición y modernidad, entre los que destaca un “pantalón vaquero de Carintia”, que es una versión local revisada y corregida del famoso pantalón vaquero americano.



## — “De la oveja a los calcetines de lana”

*“Esta tienda es el núcleo de nuestro proyecto ‘Goldärmel’[\*], que consiste en comercializar la ropa de lana hecha por los artesanos y diseñadores locales”, explica Maria Schmidl, quien se ocupa al mismo tiempo de la secretaría local de LEADER y de la gestión de la tienda de la asociación Grossglockner, abierta en 1995, en la entrada del valle. “Paralelamente a nuestra ‘Ruta del Oro’, ahora podemos hablar de una verdadera ‘Ruta de la Lana’ a lo largo del valle. Se trata de un sector económico completo, que va ‘desde la oveja hasta los calcetines de lana’. La lana es un sector en alza: cada vez hay más consumidores que están interesados en este sector y que están dispuestos a pagar más por productos hechos a mano. Antes, esta lana se tiraba. Ahora, es la base de una actividad complementaria de gran valor añadido que beneficia a muchas agricultoras y completa la oferta turística”.*

Además de disponer de una amplia gama de productos de lana, la tienda comercializa unos 300 productos caseiros y artesanales. 140 personas son miembros de la asociación y este nuevo punto de venta (3 empleos permanentes a tiempo parcial) facturó 70.000 ECU en 1996.

Con unos treinta años y dos hijos, Georg y Elisabeth Fellner forman una familia agrícola, ejemplo especial-

mente representativo del valle. Como su granja de unas diez Ha no les aportaba los ingresos suficientes, Elisabeth teje mantas de lana mientras que Georg trabaja en invierno en la estación de esquí. Él también es miembro del grupo “Innovación en la Agricultura”, establecido en el marco de LEADER. *“La mayoría de nosotros somos pluriactivos, pero el problema es que algunos ejercen su segunda actividad en lugares tan lejanos como Munich, a más de 200 Km de aquí. Son personas que van y vienen semanalmente; es una situación bastante incómoda... Nosotros lo que queremos conseguir es que estas personas puedan ejercer todas sus actividades en el valle. Para ello, nuestro grupo de trabajo ha optado por dar prioridad a organizar un sector de productos transformados a domicilio. La lana es el sector puntero, aunque no hay que olvidar el queso, la carne y los embutidos. El 20% de los agricultores de aquí son también elaboradores de productos caseros.”*

Gracias al programa 5b y a LEADER, ya está funcionando en Heilingenblut, el pueblo más alejado, un matadero colectivo (ovejas, cerdos y bovinos) y se van a construir otros 4 en otras tantas localidades. Toda la producción agroalimentaria, que se obtiene por procesos biológicos, sigue los criterios de una carta de calidad ratificada por una etiqueta de calidad. *“Normalmente, el programa 5b financia las instalaciones y LEADER, que empieza a tomar el relevo, cubre los costes de acompañamiento de los proyectos – estudios, promoción, comercialización, etc.”* señala Christian Kropfitsch, director del KIR, el Instituto carintio para el Desarrollo Local (véase cuadro).

## Puesta en marcha

Con casi una tercera parte de los fondos ya comprometidos (junio 1997), Carintia es la región austríaca donde más rápido avanza la ejecución de LEADER II y, en el marco de su programa, es la zona Grossglockner-Oberes Mölltal la que cuenta con más proyectos en funcionamiento. *“El norte de este territorio se beneficia de la presencia del Parque Nacional más antiguo de Austria, fundado en 1981, en el que desde hace varios años se llevan a cabo acciones de desarrollo rural” -explica Kurt Rakobitsch- coordinador LEADER de este estado. “Al incluir los proyectos 5b y LEADER en la acción ya iniciada por el Parque en una zona más alta del valle, podríamos ganar tiempo y eficacia, lograr cierta visibilidad y, de esta forma, ‘poner en marcha’ el desarrollo local, no sólo en este valle sino también en las otras dos zonas LEADER de Carintia.”*

La tienda de la Asociación de artesanos de Grossglockner







## Carnica

En Rosental (“Valle de las Rosas”), a lo largo del Drave, encontramos este mismo modo de potenciar un sector, conjugando identidad, cultura e imagen territoriales, respeto al medio ambiente, la actividad agraria, turismo e ingresos complementarios, además de empleos a jornada completa para los habitantes.

Aquí, el producto unificador es la abeja carnica, una especie indígena muy resistente de la que la región exportó trenes enteros a todo el mundo, entre 1850 y los años 30. Después, la apicultura decayó pero, aún hoy, la región produce el 35% de la miel austríaca. En este valle existen unos 200 apicultores, la mayoría miembros de una organización profesional con la cual, entre otras, el grupo de acción local ha elaborado una estrategia dividida en dos partes: la asociación de los ocho municipios para la promoción de la imagen del valle (uso generalizado del nombre “Carnica Rosental”, y de un logotipo en el que figura la abeja carnica), y el desarrollo de un sector apícola integrado.

Ernst Fuchs, responsable de apicultura en el seno del GAL y auténtica enciclopedia ambulante de la abeja, trabaja a destajo en la acción empresarial: *“la reactivación del sector apícola gira en torno a tres ejes, todos ellos cofinanciados por LEADER: la cría de abejas reinas para volver a obtener una raza carnica pura (próximamente se construirá un laboratorio), la profesionalización de los productores, incluso aunque todos sean apicultores a tiempo parcial, y el desarrollo y la comercialización de*

## Desarrollo “regional”

El estado de Carintia parece haber encontrado el justo equilibrio entre los obstáculos de gestión “descendentes” y el enfoque “ascendente” del desarrollo.



Tanto en Carintia como en otros lugares de Austria, el desarrollo rural integrado, basado en el enfoque territorial (“Regionalentwicklung”) y en la iniciativa local, no es una novedad sino que cuenta con una experiencia que data de finales de los años 70 (véase LEADER Magazine n°11).

Tras las dificultades vividas hace unos años en el marco de un programa de apoyo al turismo rural, las autoridades del estado de Carintia han aprendido la lección y les ha servido para hallar el justo equilibrio entre los obstáculos “descendentes” que conlleva toda gestión responsable de los fondos públicos y el enfoque “ascendente” del desarrollo, que tiene en cuenta las aspiraciones de la población y permite dar rienda suelta a las iniciativas locales.

La División de Ordenación del territorio de este estado coordina los dife-

rentes programas regionales, nacionales y europeos de desarrollo local, mientras que una estructura independiente, el “Instituto carintio para la Ordenación del territorio, el Desarrollo local y la Protección de la naturaleza” (KIR), establecido en junio de 1996, se hace cargo de la asistencia técnica a los proyectos.

Cada uno de los tres grupos de acción local de Carintia es una asociación informal formada por individuos, asociaciones e instituciones locales (municipios, Parque natural, etc.) afectados por el desarrollo, que dispone de amplia autonomía en lo que se refiere a la selección y ejecución de las iniciativas, a condición claro está, de que se respeten los parámetros operativos y económicos fijados previamente en el programa LEADER regional.

Cada GAL está formado por varios “grupos de innovación” temáticos

(agricultura, apicultura, turismo, artesanía, etc.). Estos grupos de trabajo y de reflexión se encargan de animar el desarrollo local en el marco de LEADER, pero también de otros programas comunitarios (5b, INTERREG, etc.): movilización de la población y de los agentes locales, localización de posibles promotores de proyecto, etc. Este tipo de organización explica en gran medida la dimensión marcadamente colectiva de las acciones llevadas a cabo en Carintia: sectores agrícolas e intersectoriales, infraestructuras turísticas...

La relación entre los grupos de acción local y las autoridades del estado corre a cargo, en cada zona, de un responsable LEADER (“LEADER Betreter”), que se encarga de coordinar la ejecución de las acciones ya iniciadas, de elaborar los proyectos futuros y de defenderlos ante la administración del estado. <



La cooperativa Sonnenalm suministra productos lácteos a las escuelas de la Norische Region

→ productos innovadores derivados de la miel. Todo ello debe ir acompañado de una reactivación de la abeja como guardiana del patrimonio natural y cultural.”

El estandarte del sector es el Museo de la miel de Ferlach, abierto en 1995, y situado también a la entrada del valle. Además de todo lo relacionado con la apicultura y la historia de esta actividad, se pueden encontrar en él la gama de nuevos productos que ya están siendo comercializados: miel biológica, cera y propóleos, además de salami, muesli, licor de miel, cerveza especial a la miel, fabricada por una importante cervecería de Klagenfurt (que destina un porcentaje de los beneficios de sus recetas a la investigación apícola), así como un nuevo tipo de colmenas más eficaz. Veinte apicultores crearon en septiembre de 1996 una central de ventas y están elaborando una etiqueta.

## Arca de Noé

Ya mencionada parcialmente en el caso de la abeja carnica, la reintroducción de razas animales indígenas casi desaparecidas es otra dimensión importante de la estrategia de desarrollo de las tres zonas LEADER de Carintia. Más al sur, al pie de las Karawanken (2.000 m.) – montañas que forman la frontera con Eslovenia – Friedhelm Jabinschek y su asociación “Alpen-Adria” (compuesta por 60 agricultores) reintroducen desde hace poco “la oveja con gafas”, antigua raza ovina muy común en el sur de Austria, en Eslovenia y en el Friul italiano. Prácticamente desaparecida a finales de la Segunda Guerra Mundial, hoy en día, el ganado supera las 400 cabezas. La sabrosa carne de la única oveja con etiqueta de calidad de Austria empieza a ser comercializada en Carintia, concretamente, en diez restaurantes. “La demanda es muy grande, constata Friedhelm, ;nuestra campaña publicitaria, de hecho, ha superado nuestra capacidad de venta!”. Friedl cree sobre todo en la implicación del sector privado: la promoción del producto está finan-

ciada enteramente por la asociación Alpen-Adria; se venden relojes, camisetas, paraguas, etc., con la imagen de la preciada oveja, durante las ferias y otras actividades organizadas por la asociación a lo largo del año, y actualmente se está señalizando una Ruta de la trashumancia. “Nuestro objetivo es la completa autofinanciación de aquí a tres años y seguir en la brecha tras los dos programas que nos impulsaron, LEADER e INTERREG. El primero nos permitió acceder al mercado, al financiar la asistencia técnica necesaria, el segundo nos ayudó a contratar y organizar a los ganaderos en Eslovenia.”

“Las ayudas comunitarias nos permitieron revalorizar los productos agrícolas que eran relativamente ‘indeslocalizables’ tales como las razas locales tradicionales, cosa que no fue posible antes de la entrada de Austria en la Unión Europea”, afirma Raphaël Pliemtscher, responsable de la asociación de criadores de vacas rubias, que agrupa a 60 ganaderos de la zona LEADER Norische Region, de donde procede esta raza tan rústica. Éstos últimos han reconvertido una parte de su ganado en lo que antes se consideraba la “mejor vaca del Imperio austrohúngaro”. En este caso se puede hablar de un sector, ya que la acción afecta a criadores, carniceros, restauradores, agentes turísticos y población local. La promoción de la “vaca rubia” pasa por la organización de fiestas populares.

En alemán, desarrollo local se dice “desarrollo regional”: tanto en Austria como en Alemania, una “Región” – unidad territorial de referencia para las acciones de desarrollo rural – es efectivamente una cuenca de vida, que muchas veces se corresponde con un valle o un conjunto de valles que históricamente tienen una unidad cultural, económica y social.

Los sectores establecidos en Carintia reactivan esta identidad y, como señala Barbara Klemens, responsable LEADER de la Norische Region, “vuelven a situar a los agricultores en el centro mismo del desarrollo rural.” <

[\*] “Mangas doradas” es un juego de palabras que hace referencia a la calidad artesanal de la confección y a una antigua actividad de esta región, que posee un yacimiento aurífero que actualmente no se explota. El oro constituye una imagen unificadora para el turismo de este territorio: La “Ruta del Oro” es una red de caminos de senderismo que recorren el Grossglockner-Oberes Mölltal.



**Superficie del territorio:** 1.586 km<sup>2</sup>  
(Grossglockner-Oberes Mölltal: 596 km<sup>2</sup>;  
Carnica Rosental: 467 km<sup>2</sup>; Norische Region: 523 km<sup>2</sup>)  
**Población:** 45.928 habitantes  
(Grossglockner-Oberes Mölltal: 8.577 hab.;  
Carnica Rosental: 22.475 hab.; Norische Region: 14.876 hab.)  
**Financiación LEADER II:** 8.400.000 ECU - **UE:** 2.900.000 ECU  
**Otros fondos públicos:** 2.900.000 ECU - **Privado:** 2.600.000 ECU

**LEADER II Geschäftsstelle Kärnten**  
Amt der Kärntner Landesregierung - Abteilung 20 Landesplanung,  
Sachgebiet Orts- und Regionalentwicklung  
Wulfengasse 13, A-9020 Klagenfurt  
Tel: +43 463 536 32062 - Fax: +43 463 536 32007  
E-mail: akl20.eu@online.edug.co.at

## Seminarios LEADER (octubre 1997 – abril 1998)

El Observatorio europeo LEADER organiza, desde ahora al mes de abril de 1998, una serie de seminarios. Cada encuentro se celebrará en una zona donde el GAL disponga de la experiencia necesaria sobre el tema que se vaya a tratar. Los programas, idiomas y lugares definitivos estarán disponibles dos meses antes de la fecha de celebración de la actividad. (Contacto: Observatorio europeo LEADER, Unidad "Organización").

> **"Formación y desarrollo local"**

*Fechas: 8-11 octubre 1997. Idiomas: finés/inglés/alemán  
Lugar: GAL North-Eastern Savo (Viitaniemi, Finlandia).*

## "Organizar la cooperación"

Este último informe de la serie "Innovación en el medio rural" se centra en la constitución y en la ejecución del partenariado y, por lo tanto, en los elementos metodológicos que hacen

> **"Comercializar los productos locales en circuitos cortos"**

*Fechas: 5-9 noviembre 1997.  
Idiomas: portugués/francés/español.  
Lugar: Mirandela, Terra Quente (Norte, Portugal).*

> **"Elaborar productos turísticos en torno a itinerarios pedestres"**

*Fechas: abril 1998. Idiomas: italiano/alemán/inglés.  
Lugar: GAL Appennino Piacentino, Parma (Emilia-Romagna, Italia).*

posible – y duradera – esta acción, que se ha convertido en un elemento clave de los procesos de desarrollo rural.  
*(Precio: 300 BEF ITI / aproximadamente 7,5 ECU).*

## Publicaciones LEADER II (recordatorio)

- > **Repertorio "Acciones comunitarias y desarrollo rural"**  
*(Precio: 1.800 BEF ITI / unos 45 ECU).*
- > **Repertorio "Acciones innovadoras de desarrollo rural"**  
*(Precio: 1.800 BEF ITI / unos 45 ECU).*
- > **"Evaluar el potencial turístico de un territorio" (guía metodológica).**  
*(Precio: 300 BEF ITI / unos 7,5 ECU)*

- > **"La organización colectiva de un sector para la valorización local de los recursos agrícolas: el ejemplo de la transformación de quesos" ("Innovación en el mundo rural" – Cuaderno nº1).**  
*(Precio: 300 BEF ITI / unos 7,5 ECU).*
- > **Cartel LEADER II**  
*(Precio: 700 BEF ITI / unos 18 ECU; cartel suplementario enviado a la misma dirección: 200 BEF ITI / aprox. 5 ECU).*

## 7 redes nacionales LEADER II operativas

En el momento de redactar este artículo (julio de 1997), ya eran operativas las redes nacionales LEADER II de los siguientes países: Alemania, Austria, Finlandia, Irlanda, Italia, Países Bajos y Suecia.

### ALEMANIA:

**LEADER-Netzwerk-Deutschland,**  
a/s Hermann Klenner,  
Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung,  
Adickesallee 40, D-60322 Frankfurt am Main.  
Tel: +49 69 15 64 756; Fax: +49 69 15 64 790.

### AUSTRIA:

**LEADER-Netzwerk-Österreich,**  
a/s Luis Fidlshuster,  
ÖAR-Regionalberatung GmbH,  
Amalienstr. 68, A-1130 Viena.  
Tel: +43 1 877 94 21; Fax: +43 1 877 94 25;  
E-mail: oear@ping.at

### FINLANDIA:

**Sede de la Red: LEADER-verkostoyksikkö,**  
a/s Mari Ojanperä,  
Prännärintie 17, SF-61800 Kauhajoki.  
Tel: +358 6 2360 067;  
E-mail: mari.ojanpera@leader.kauhajoki.fi  
**Antena en idioma sueco:**  
**Finlands LEADER-nätverksenhet (Kristinestad),**  
a/s Ulf Grindgärds,  
Kommunbyrån, SF-64300 Lappfjärd.  
Tel: +358 6 2221 496; Fax: +358 6 2222 462;  
E-mail: ulf.grindgards@leader.kauhajoki.fi

### IRLANDA:

**LEADER II Irish National Networking (LINN) Service,**  
a/s Farrell Grant Sparks,  
Molyneux House, Bridge Street, IRL-Dublin 8.  
Tel: +353 1 475 81 37; Fax: +353 1 475 20 44;  
E-mail: fgs@fgs.ie

### ITALIA:

**Rete nazionale italiana LEADER,**  
a/s Gerardo Delfino / Franco Mantino,  
INEA (Istituto Nazionale di Economia Agraria),  
Via Barberini, 36, I-00187 Roma.  
Tel: +39 6 487 07 93; Fax: +39 6 474 19 84.

### PAÍSES-BAJOS:

**Nederlandse LEADER Netwerk**  
a/s Klaas Bijleveld, Provinciehuis Friesland,  
Postbus 20120, NL-HM8900 Leeuwarden.  
Tel: +31 58 292 52 89; Fax: +31 58 292 51 25

### SUECIA:

**Svenska LEADER-Nätverket**  
Box 787, S-45126 Uddevalla.  
Tel: +46 522 65 39 13; Fax: +46 522 65 39 29;  
E-mail: nils.lagerroth@hs-o.hush.se

### INFORMACIÓN:

OBSERVATORIO  
EUROPEO LEADER  
chaussée Saint Pierre 260  
B-1040 Bruselas  
Tfno.: +32 2 736 49 60  
Fax: +32 2 736 04 34

**E-Mail:**  
leader@aaidl.be

**World Wide Web:**  
<http://www.rural-europe.aaidl.be>

### "Rural Europe": LEADER en línea y en 6 idiomas

Las publicaciones (LEADER Magazine, INFO-LEADER, los informes técnicos, etc.), el programa de actividades, la lista actualizada de los beneficiarios LEADER aprobados, así como las diferentes bases de datos pueden consultarse en línea y en 6 idiomas (francés, inglés, alemán, español, italiano y portugués) en Internet. Asimismo están abiertos varios foros de debate.



**Nombre:** LEADER

("Relación entre Acciones de Desarrollo de la Economía Rural")

**Tipo de programa:** Iniciativa comunitaria

**Territorios afectados:** regiones de Objetivo 1 (menos desarrolladas), zonas de Objetivo 5b (zonas rurales frágiles) y zonas de Objetivo 6 (zonas nórdicas con muy baja densidad de población) de la Unión Europea. De todos modos, el 10% de los créditos concedidos a las zonas 5b pueden destinarse a territorios limítrofes no elegibles.

**Objetivos:** siguiendo la tónica de LEADER I (1991-1994), LEADER II tiene como objetivos:

- > alentar las iniciativas locales de desarrollo local ejemplares;
- > respaldar las operaciones innovadoras, demostrativas y transferibles que ilustren las nuevas vías que puede tomar el desarrollo rural;
- > multiplicar los intercambios de experiencias y la transferencia de conocimientos especializados;
- > dar apoyo a los proyectos de cooperación transnacional que provengan de los agentes locales de las zonas rurales y transmitan su solidaridad.

**Beneficiarios:** LEADER II aporta su ayuda financiera a dos categorías de beneficiarios:

- > en primer lugar, los "grupos de acción local", formados por socios públicos y privados que establezcan, en común, una estrategia y unas medidas innovadoras para el desarrollo de un territorio rural de dimensión local (menos de 100 000 habitantes);
- > otros agentes colectivos públicos o privados del medio rural (colectividades locales, cámaras de comercio, cooperativas, asociaciones, etc.) a condición de que su acción, más temática, se inscriba dentro de una lógica de desarrollo en un territorio local.

**Tipo de medidas:** adquisición de capacidades en materia de desarrollo rural, programas de innovación rural (formación profesional, turismo rural, apoyo a las pequeñas empresas, valorización de las producciones agrícolas, silvícolas y de la pesca local, mejora del medio ambiente y de la calidad de vida, etc.), cooperación transnacional.

Los diferentes componentes de LEADER II se articulan en torno a una "Red europea de Desarrollo rural" que permite una amplia difusión (seminarios, intercambios, publicaciones) de las acciones innovadoras emprendidas a favor del mundo rural y facilita las cooperaciones transnacionales. El "Observatorio europeo LEADER" anima esta red.

**Duración del programa:** 6 años (1994-1999)

**Dotación de origen comunitario:** unos 1 755 millones de ECU (de los cuales más de 1 000 millones son para las regiones de Objetivo 1) financiados por los tres Fondos estructurales.



Observatorio  
europeo LEADER



Comisión Europea  
DG VI Agricultura

**LEADER magazine** es la revista trimestral del programa de desarrollo rural LEADER II. - **LEADER** ("Relación Entre Acciones de Desarrollo de la Economía Rural") es una Iniciativa comunitaria lanzada por la Comisión europea y coordinada por su Dirección General de Agricultura (unidad VI-F 1.). - El contenido de LEADER Magazine no refleja necesariamente las opiniones de las instituciones de la Unión Europea. - **Dirección de la redacción:** A.E.I.D.L. / Observatorio europeo LEADER - **Editor responsable:** William Van Dingenen, A.E.I.D.L., chaussée Saint-Pierre 260, B-1040 Bruselas - **Periodismo:** Jean-Luc Janot - **Han colaborado en este número:** Yves Champetier, Jacques Fournier, Katell Gurnic, Bertrand Hervieu, Michel Hofmann, António Realinho, Veronika Veits - **Fotos:** grupos LEADER, Campagne Campagne, Ann Linden, Ferdinand Neumüller, Hans-Olof Utsi - **Foto de portada:** Campagne Campagne - **Coordinación de la producción:** Christine Charlier - **Concepción gráfica:** Kaligram - Impreso en Bélgica sobre papel blanqueado sin cloro - **LEADER magazine** se publica en los once idiomas de la Unión Europea con una tirada de 37 500 ejemplares. - **Información:** LEADER magazine, A.E.I.D.L., chaussée Saint-Pierre 260, B-1040 Bruselas - Tel: +32 2 736 49 60 - Fax: +32 2 736 04 34 - E-Mail: leader@aeidl.be - WWW: <http://www.rural-europe.aeidl.be>