

Revista trimestral do Programa Europeu LEADER II

LEADER II magazine

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

Verão de 1997 n.º 15

**Agricultura e
desenvolvimento rural**

Suécia

Caríntia

Cavan-Monaghan



LEADER II

em acção



País: Espanha
Ação realizada: culturas energéticas
Custo: 35 312 ECU
UE e outros fundos públicos: 23 542 ECU
Privado: 11 770 ECU

“A valorização dos detritos agrícolas e silvícolas é uma forte preocupação na Sierra de Segura. Uma central de energia a biomassa reutiliza já os resíduos de azeite assim como a madeira e as ramadas que as explorações florestais deitam fora. O LEADER apoia agora a introdução em terras abandonadas de culturas energéticas (colza e centeio) que podem servir para a produção de biodiesel. O projecto é enquadrado por diferentes parceiros: autarquias locais e regionais, Centro de Investigação Agrícola de Córdoba (CIFA), Universidade de Jaén, Companhia de Electricidade de Sevilha, Escola de Agricultura Biológica da Sierra, assim como um construtor de automóveis.”

Luis Parra,
responsável LEADER



País: Holanda
Ação realizada: apoio à cultura de plantas de bolbo
Custo: 283 500 ECU
UE: 40 500 ECU
Outros fundos públicos: 27 000 ECU
Privado: 216 000 ECU

“No âmbito da sua estratégia de apoio à diversificação agrícola, o grupo LEADER Noordwest Friesland incentiva a cultura de plantas de bolbo. Esta cultura insere-se perfeitamente no ciclo de rotação das culturas locais, permitindo uma menor utilização de produtos químicos do que em outras regiões holandesas. Esta actividade, que constitui já uma nova fonte de rendimentos para algumas explorações agrícolas da zona, desencadeou também a jusante a criação de empregos locais. O LEADER responsabiliza-se por 20% dos custos com a compra de bolbos de semente. Até ao final de 1997, uma vintena de agricultores terão beneficiado desta medida que permitirá o cultivo de cerca de 10 ha suplementares de flores.”

Jan R. van Weperen,
coordenador LEADER



País: Dinamarca
Ação realizada: Centro de Desenvolvimento e Inovação Agrícola
Custo: 132 000 ECU
UE & fundos públicos nacionais: 66 000 ECU
Privado: 66 000 ECU

“O LUIIC (Centro de Desenvolvimento e Inovação Agrícola) é a pedra angular do Programa LEADER de Bornholm. Dotado de uma equipa de conselheiros, o Centro apoia a criação e o acompanhamento de novas actividades: introdução do turismo em quintas e agrupamento dos agricultores envolvidos; valorização do património gastronómico da ilha (salmão, harenque fumado e queijo), organizando circuitos curtos de distribuição (organização colectiva dos produtores, restaurantes e pequenos comerciantes); valorização dos produtos de quinta, nomeadamente a carne caprina, através da instalação de pequenos matadouros e postos de venda nas quintas.”

Niels Chresten Andersen,
coordenador LEADER



País: França
Ação realizada: “Rota da Oliveira”
Custo: 356 000 ECU
UE: 150 000 ECU
Outros fundos públicos: 104 000 ECU
Privado: 102 000 ECU

“Este projecto, que associa agricultura, ambiente e turismo, permitiu ordenamentos paisagísticos em 6 autarquias, trabalhos de restauro do património e melhoria do acolhimento do público em 7 lagares em actividade. A “Rota da Oliveira” está actualmente sinalizada e está a ser divulgado por toda a França um “Guia das Rotas da Oliveira”. Uma campanha de comunicação intensiva provocou grande impacto mediático. A operação de melhoria paisagística prossegue agora no âmbito das medidas agro-ambientais da PAC.”

Gilberte Brémond,
responsável LEADER



Projector: a Suécia 4



A política rural sueca. Entrevista com Marianne Stålberg, Directora-Geral da Agência Nacional para o Desenvolvimento Rural (GBV).

Agricultura e desenvolvimento rural: a necessária convergência 6



Bertrand Hervieu luta por uma agricultura conforme às expectativas e interesses das sociedades e dos territórios europeus no seu conjunto. Três exemplos LEADER.

As medidas europeias a favor dos jovens agricultores 14



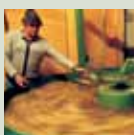
O reforço na aplicação das medidas europeias e nacionais é indispensável para facilitar a instalação dos jovens na agricultura e permitir-lhe contribuir activamente para o desenvolvimento do seu território.

LEADER Cavan-Monaghan [Irlanda]: da empresa agrícola à empresa rural 15



Nestes dois condados fronteiriços, numerosos agricultores lançam-se numa segunda actividade que muitas vezes ultrapassa a primeira. Algumas quintas transformam-se assim em verdadeiras empresas artesanais. Com o LEADER para os acompanhar.

LEADER e agricultura na Caríntia [Áustria]: fileiras específicas do território 19



A organização de verdadeiras “fileiras de desenvolvimento” – a partir de produtos agrícolas locais tradicionais, mas desde há muito subexplorados – permite a redinamização do conjunto da economia dos três territórios de Caríntia abrangidos pelo LEADER.

Em poucas palavras...

Yves Champetier, Director,
Observatório Europeu LEADER

Este 15.º número do LEADER Magazine é dedicado ao papel essencial – et plural – que os agricultores desempenham no desenvolvimento do meio rural, mas também às mutações profundas que a agricultura europeia atravessa, assim como às perspectivas que daí derivam hoje para os territórios rurais.

Algumas destas mutações são ditadas pelas novas expectativas dos consumidores em matéria de qualidade e diversidade dos produtos agro-alimentares. O aumento da procura de produtos de qualidade específica oferece novas oportunidades às empresas e territórios rurais. O último seminário organizado pelo Observatório Europeu LEADER foi uma oportunidade para abordar este tema, através da missão específica que cabe aos grupos de acção local.

Reunidos de 11 a 15 de Junho de 1997 na pequena cidade de Kinsale (zona LEADER West Cork, Irlanda), cinquenta grupos locais provenientes de 6 Estados-membros trabalharam sobre o tema da comercialização colectiva em circuitos longos dos produtos agro-alimentares de qualidade.

Tratava-se de ilustrar diversas abordagens metodológicas adoptadas pelas pequenas empresas agro-alimentares rurais para vender a sua produção fora da sua localidade ou região.

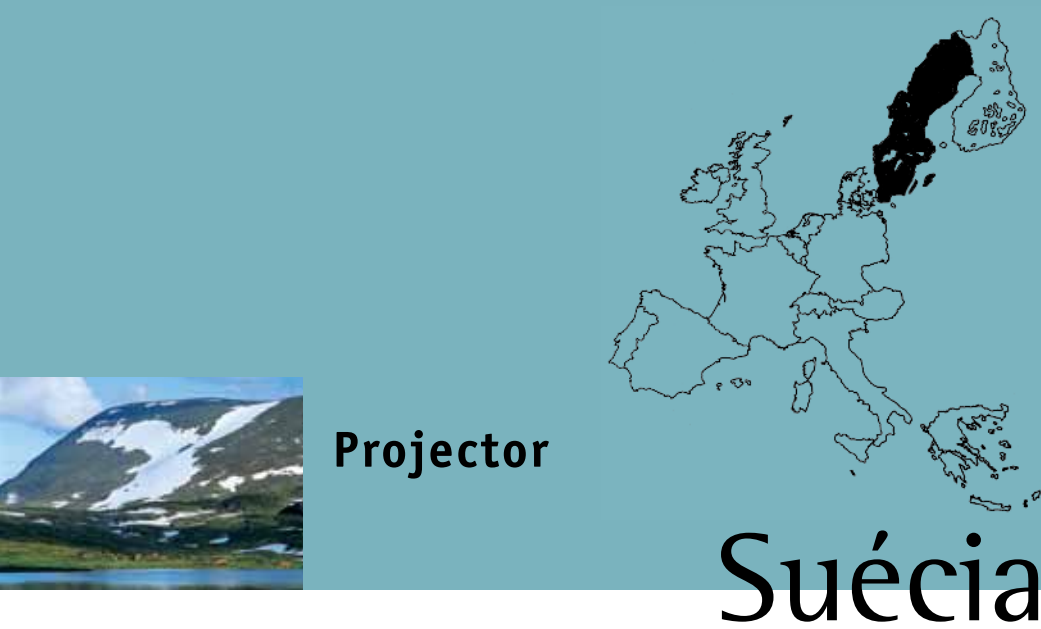
Os produtos agro-alimentares de qualidade específica podem abrir perspectivas interessantes para os agricultores e transformadores rurais. Contudo, devido nomeadamente a razões de escala de produção, gama de produtos e competência comercial insuficientes ou dificuldade de acesso à informação, a exploração destes novos mercados é considerada por muitos como demasiado difícil, se não impossível.

Os seis estudos de caso analisados no âmbito deste seminário constituíram uma fotografia da diversidade das iniciativas lançadas por diversos actores rurais na Irlanda, Espanha, França e Itália. Valorizaram alguns elementos essenciais ao sucesso deste tipo de abordagem: criação de estruturas de transformação apropriadas, qualidade do produto, agrupamento dos produtores, volumes e gamas suficientes, regularidade dos fornecimentos, alto nível de profissionalismo, organização comercial eficaz, etc.

O Seminário permitiu também definir as missões dos grupos LEADER: o mais próximo possível das populações e facilitando a identificação das potencialidades do território, podem desempenhar um papel fundamental no arranque das iniciativas, na formação e colocação em rede dos produtores envolvidos e no acompanhamento do seu projecto ao longo das diversas etapas.

A sua acção consiste também na mobilização, junto dos diversos parceiros e junto dos organismos especializados, das competências específicas necessárias ao sucesso, como por exemplo a investigação-desenvolvimento, a atenção dada ao design e à embalagem dos produtos, à realização de campanhas específicas de marketing, etc.

É, nomeadamente, nestas condições que os territórios rurais poderão beneficiar de novas actividades, simultaneamente competitivas e portadoras de valor acrescentado, logo, de mais empregos. É nestas condições que poderão valorizar o seu saber-fazer e toda uma gama de recursos muitas vezes inexplorados, e propor aos consumidores uma paleta cada vez mais diversificada dos produtos dos territórios rurais da Europa. <



As distâncias e a dispersão da população constituem dois grandes constrangimentos para o desenvolvimento da Suécia rural.

A **clivagem norte-sul** do povoamento revela-se determinante para o desenvolvimento e ordenamento do território sueco: na metade sul do país habita a maioria da população, concentrada em três grandes centros urbanos e numerosas pequenas cidades; a metade norte constitui o mais vasto espaço “vazio” (2,2 hab./km²) da União Europeia, elegível no Objectivo 6 dos Fundos Estruturais.

Ainda que forme um todo relativamente homogéneo, tanto do ponto de vista das suas dificuldades (rudeza do clima a sul como a norte, enormes distâncias nas deslocações a efectuar para aceder ao trabalho e aos serviços) como do ponto de vista dos seus trunfos (qualidade de vida elevada, ambiente bem preservado, força do meio associativo, ampla autonomia das colectividades locais), o meio rural sueco pode dividir-se em três grandes conjuntos geo-económicos:

- > as regiões nórdicas, muito pouco povoadas, possuem importantes recursos mineiros e florestais, vitais para os principais sectores exportadores da economia sueca: siderurgia, metalurgia, papel e madeira;

- > o sul realiza o essencial da produção agrícola sueca (sobretudo, a criação de animais). Está também bem provido de recursos florestais;
- > o “arquipélago sueco”, termo que diz respeito ao conjunto das ilhas suecas, constitui um meio específico, muito atractivo, tanto pelas suas paisagens e edifícios como pelas possibilidades que oferece em matéria de lazer.

Urbanização

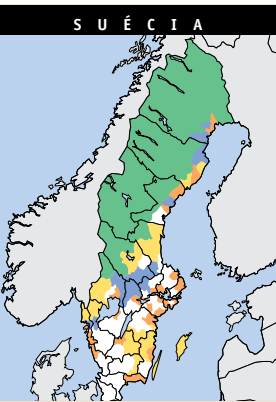
Durante os anos 50, a Suécia rural sofreu uma profunda mutação socio-demográfica: os ganhos de produtividade provocados pela modernização das explorações provocaram uma forte diminuição dos empregos na agricultura e silvicultura, o que gerou um êxodo rural de grande dimensão para os três grande aglomerados do país: Estocolmo, Göteborg et Malmö.

O declínio demográfico dos campos continuou nos anos 70 e primeira metade dos anos 80, mas de maneira menos generalizada. Para o meio rural no seu conjunto, a tendência inverteu-se na segunda metade dos anos 80: pela primeira vez desde há cem anos, a população rural aumentou. Mas foram sobretudo as zonas relativamente periurbanas que beneficiaram deste movimento, pois as regiões nórdicas ainda registam perdas, mas de maneira menos acentuada.

“Toda a Suécia deve viver”

Desde os anos 60, a Suécia integrou na sua política regional medidas específicas a favor do meio rural. Foi posta em prática, em meados dos anos 70, uma verdadeira política rural visando o desenvolvimento sustentável, coesão social e acesso a serviços de um nível de qualidade comparável ao meio urbano. Ao nível nacional, foi criada em 1977 a Comissão Consultiva da Política Rural. Dois anos mais tarde, foi lançado um vasto programa de diversificação da economia rural a fim de desenvolver as actividades não agrícolas, apoiando a criação de pequenas empresas.

Os anos 80 correspondem ao apogeu da abordagem “ascendente” do desenvolvimento: cada vez mais actores, de todos os níveis e de todos os sectores, se envolvem activamente em processos de desenvolvimento local. Trata-se, nomeadamente para as populações locais, de compensar certas consequências negativas do



- Objectivo 2
- Objectivo 5b parcialmente elegível
- Objectivo 5b
- Objectivo 6

Superfície: 449 964 km² (dos quais, 38 459 km² são águas interiores)
Utilização do solo: florestas: 243 340 km² • culturas, criação animal: 35 165 km²
População (1994): 8 816 381 habitantes • - de 20 ans: 24% • + de 60 ans: 22%
Densidade: 20 hab./km² (UE: 115 hab./km²)
PIB/hab. (1995): 19 786 ECU (UE 17 242 ECU)
Taxa de desemprego (1996): 9,9% (UE: 10,9%)
Zonas elegíveis aos Fundos Estruturais (1995-1999):
Objectivo 2: 30 400 km²; 966 000 hab.; EU: 160 milhões de ECU
Objectivo 5b: 57 650 km²; 657 000 hab.; EU: 138 milhões de ECU
Objectivo 6: 225 000 km²; 449 000 hab.; EU: 252 milhões de ECU
Ruralidade (1995)
População “rural” : 23% da população total (UE: 14%)
densidade: 19 hab./km²
Agricultura: 0,8% du PIB dimensão média das explorações (> 2 ha): 32 ha
Silvicultura: 1,1% du PIB dimensão média das explorações (> 2 ha): 40 ha
Turismo: 3,2% do PIB • 175 000 empregos

agrupamento de autarquias efectuado durante os anos 60 e 70: de 1 031 autarquias em 1960, restam 278 em 1974. Ora, a autarquia desempenhou sempre um papel muito importante em matéria de coesão social e de serviços à população (segurança social, ensino primário e secundário, cultura, etc.).

A operação "Hela Sverige ska leva" ("Toda a Suécia deve viver") testemunha esta tomada de controlo pelas populações sobre o desenvolvimento local. Realizada em 1988-89, no âmbito da campanha a favor do mundo rural iniciada pelo Conselho da Europa, esta acção maciça de sensibilização aos problemas do mundo rural desencadeou a criação de 3 500 "grupos locais" ao serviço do desenvolvimento, federados no seio de um "Conselho do Movimento Popular" ("Folkrörelseradet") que tem como principais objectivos animar o desenvolvimento local, responsabilizando-se por uma multiplicidade de intervenções no domínio social, cultural, económico, etc.

Em 1990, ocorre a substituição da Comissão Consultiva da Política Rural pela criação da agência nacional GBV ("Glesbygdsverket" / "Agência Nacional para o Ordenamento do Espaço Rural"), cuja intervenção, multi-sectorial, aborda todas as questões ligadas ao desenvolvimento rural. A GBV facilita a coordenação das políticas e programas respeitantes ao meio rural, incentiva e apoia a execução de projectos inovadores em sectores tão diversos como emprego, criação de empresas, serviços, ordenamento local, cultura, acções a favor das mulheres, jovens, etc. Após a adesão da Suécia à União Europeia, a GBV está envolvida na maioria das políticas comunitárias respeitantes às zonas rurais do Objectivo 5 e em certos programas – LEADER por exemplo – do Objectivo 6. Esta agência desempenhou um papel fundamental na preparação do LEADER II, coordena a execução da Iniciativa ao nível nacional e presta assistência técnica (aconselhamento, formação, informação) aos grupos de acção local.

LEADER II: complementaridade e inovação

Graças à sua abordagem integrada e multi-sectorial, a Iniciativa Comunitária LEADER II integrou-se facilmente em objectivos da política regional global da Suécia. Tal como a Finlândia, a Suécia preparou dois programas LEADER II "regionais", um para as zonas de Objectivo 5b, outro para as zonas de Objectivo 6. O primeiro beneficia de uma contribuição comunitária de 12,1 milhões de ECU para um custo total estimado em 71,8 milhões. O segundo conta com uma participação comunitária de cerca de 4 milhões de ECU para um custo total que deverá atingir 14,1 milhões. Em ambos os casos, a contribuição privada é forte, representando 44% do custo total em zonas 5b e 43% em zonas de Objectivo 6. No total, foram aprovados pelo governo sueco 12 grupos de acção local, por recomendação da GBV e após selecção por uma comissão de avaliadores independentes. Diversidade regional (equilíbrio geográfico), valor exemplar (inovação e transferibilidade) e representatividade local (parceria diversificada) foram três critérios de

selecção muito importantes.

A especificidade do LEADER, em relação aos outros programas comunitários e nacionais, é bastante respeitada na Suécia.

A igualdade de oportunidades e o respeito pelo ambiente são duas dimensões intrínsecas à acção dos GAL, que dispõem de uma ampla autonomia.

O desenvolvimento da Lapónia (cerca de 17 000 Lapões vivem na Suécia) é também um eixo prioritário do Programa LEADER de Objectivo 6.

O Conselho do Movimento Popular, a GBV e outros organismos envolvidos no desenvolvimento rural assumiram conjuntamente a animação da Rede Nacional LEADER II, que está operacional desde Junho de 1997. <

GBV [Glesbygdsverket / Agência Nacional para o Ordenamento do Espaço Rural]
Splintvägen 1, S-83172 Östersund
Tel: 00 46 63 826 00 – Fax: 00 46 63 862 92



Marianne Ståhlberg, Directora-Geral da Agência Sueca para o Ordenamento do Espaço Rural [GBV]

Senhora Ståhlberg, qual é o papel "europeu" da GBV?

Desde que foi criada, em 1991, a Agência Nacional para o Ordenamento do Espaço Rural recebeu como atribuição principal assegurar que as zonas rurais beneficiem o mais possível das políticas regionais suecas. Desde a entrada da Suécia na União Europeia, somos igualmente responsáveis pela gestão do Programa LEADER e pela coordenação dos programas de Objectivo 5b. Esta dimensão europeia é particularmente motivante para quem como nós está situado no coração da Suécia Rural.

"Parceria" é uma palavra-chave no contexto do LEADER.

Como se concretiza este conceito no meio rural sueco?

Estou contente por ter evocado este ponto. Uma dinâmica em parceria é justamente o que torna o LEADER II inovador na Suécia. Todos os nossos GAL correspondem a amplas parcerias onde estão representadas as associações locais, comissões de aldeias, instituições escolares, sectores privado e público – todos trabalhando em conjunto para o desenvolvimento do seu território. A representatividade local foi um critério determinante na selecção dos grupos LEADER e constato com satisfação que os GAL lhe dão também uma grande importância.

Qual a contribuição dos grupos de acção local suecos para os outros grupos LEADER na Europe e, reciprocamente, o que podem aprender com eles?

Penso que a contribuição da Suécia pode cobrir dois domínios em particular: a protecção do ambiente e a participação das mulheres no desenvolvimento. Em ambos os casos, beneficiamos de uma sólida experiência que remonta ao início dos anos 70.

Por todo o país, várias associações locais trabalham dentro do espírito da "Agenda 21", tal como foi definida na Cimeira do Rio de Janeiro, dando prioridade às questões ambientais.

Quanto às mulheres, estas desempenham frequentemente um papel decisivo nos processos de desenvolvimento, quer ao nível da sua participação nas estruturas quer como portadoras de projecto.

Sobre o que podemos aprender com outros países, penso sobretudo no trabalho no âmbito de parcerias locais onde o sector privado está fortemente representado. <

Agricultura e desenvolvimento A necessária

Pode ser que a agricultura passe actualmente por um bom momento e que, no entanto, não aconteça o mesmo com os territórios rurais. Sendo assim, é impossível falar do futuro das zonas rurais da Europa sem ter previamente em conta o papel da agricultura na gestão destes espaços. Como desenvolver uma agricultura que responda às expectativas e aos interesses da sociedade e dos territórios europeus no seu conjunto?

POR BERTRAND HERVIEU

*Director de investigação do CNRS (Centro Nacional da Investigação Científica, França) **Bertrand Hervieu** interessa-se particularmente pelas transformações do mundo rural e pelas políticas agrícolas. É autor de várias obras sobre o mundo rural francês e um dos animadores do Grupo de Bruges, que reúne vinte personalidades europeias desejando contribuir para o debate de sociedade sobre o futuro da política agrícola.*

A agricultura pode estar bem e os territórios rurais continuarem mal. Não podemos conceber o futuro das zonas rurais da Europa sem considerar o papel da agricultura na gestão destes espaços. Como se poderá então imaginar uma agricultura conforme às expectativas e aos interesses das sociedades e dos territórios europeus no seu conjunto? Dois obstáculos espreitam o desenvolvimento rural: o primeiro consiste em pensá-lo apenas em função do



ento rural convergência

desenvolvimento da agricultura; o segundo é pensar o mundo rural independentemente do mundo agrícola, quando não mesmo contra ele.

Pensar o desenvolvimento do mundo rural apenas em função da agricultura leva a numerosos impasses que são bem conhecidos. Sabemos, com efeito, que a população agrícola representa hoje uma minoria da população activa do mundo rural. A própria noção de desenvolvimento rural emergiu da tomada de consciência de que o crescimento vertiginoso dos rendimentos de produtividade na agricultura obrigava a inventar novas fontes de criação de riquezas e de empregos no mundo rural para aí manter as populações e travar o êxodo. Podemos dizer que, devido ao sucesso do desenvolvimento do modelo produtivista na agricultura, é que surgiu a problemática do desenvolvimento rural.

O paradoxo com que nos confrontamos é o seguinte: ao mesmo tempo que se torna uma grande potência agrí-

cola e agro-industrial, a Europa deixa de ser uma civilização agrária e a actividade agrícola torna-se optativa em muitos dos seus territórios. Opera-se ao mesmo tempo um gigantesco movimento de concentração que tende a relocar as produções em função dos espaços de transformação e de distribuição. O triângulo portuário Rouen-Londres-Amesterdão tem um tal poder de atracção que podemos imaginar um cenário projectado a trinta anos no qual 60 a 70% da produção agrícola europeia se concentraria ao longo da Mancha e do Mar do Norte, desde Brest até Copenhaga.

A agricultura pode estar bem e um grande número de territórios rurais continuarem mal. Não podemos, portanto, pensar o futuro dos territórios rurais sem ponderar o papel da agricultura na gestão destes espaços, tanto mais que a contribuição europeia para o tratamento deste problema passa em primeiro lugar pelo orçamento agrícola: 40 mil milhões de ECU em 1997, mais de metade do orçamento da União Europeia.

Como considerar esta realidade e imaginar uma agricultura conforme às expectativas e aos interesses das sociedades e dos territórios europeus no seu conjunto? Para conceber um tal programa, é preciso, em primeiro lugar, tomar a sério o facto de a agricultura não produzir apenas bens materiais mas também bens imateriais; não só produtos alimentares mas também produtos não alimentares; não só produções comerciais mas também produções não comerciais.

A qualidade, motor da mudança

Quando se trata de produções alimentares, impõe-se uma primeira orientação, que consiste em substituir o objectivo da quantidade pelo da qualidade. A noção de qualidade é provavelmente o motor da mutação económica e cultural a implementar.

A primeira dimensão da qualidade diz respeito à qualidade do próprio produto. Neste domínio, as exigências são crescentes, e por vezes contraditórias, mas estas contradições não devem fazer esquecer o essencial: a alimentação europeia concentrou-se mais depressa do que poderíamos imaginar há 15 ou 20 anos atrás e a banalização





“A gestão do espaço pode facilitar a instalação de jovens agricultores”

Jacques Fournier [LEADER Livradois-Forez, França]



No vale de Ance, situado no Parque Natural Regional de Livradois-Forez (Auvergne), a actividade agrícola ocupa 30% dos activos, mas muitos agricultores são idosos e sem sucessor. O extremo retalhamento das parcelas e a progressão das florestas para o fundo do vale provocam uma concentração progressiva e subreptícia das paisagens em torno das aldeias e dos montes. Esta degradação do espaço provoca, entre outras consequências, a desmotivação dos jovens agricultores para se instalarem (dificuldade em mobilizar uma superfície viável para uma exploração agrícola ou florestal rendível; carência de edifícios disponíveis devido à transformação das quintas em residências secundárias). Desde 1992, e por iniciativa do Parque, foi desenvolvido um projecto experimental de gestão do espaço em vários sectores geográficos do Livradois-Forez, incluindo o vale de Ance. Esta iniciativa, que abrange hoje 55 autarquias (cerca de 1 000 km²), visa, através da animação de grupos de trabalho locais, conduzir à definição de objectivos de gestão de ocupação do solo a médio e longo prazo, partilhados pelas autoridades locais e por todas as categorias socio-profissionais presentes no território. Esta operação, parcialmente financiada no âmbito do LEADER I, decorreu em quatro fases:

1) o projecto foi apresentado aos conselhos municipais, que se comprometeram então a definir objectivos de gestão do espaço para 15 anos, a trabalhar em articulação estreita com as autarquias vizinhas e a constituir um grupo de trabalho representativo da população local;

2) grupos de trabalho identificaram e cartografaram a ocupação dos solos, os utilizadores dos espaços agrícolas, as questões de gestão do espaço ligadas à qualidade do quadro de vida e das paisagens, à economia agrícola, florestal, turística, às actividades de caça, pesca, etc. Esta fase de diagnóstico concluiu-se com a elaboração de um relatório de síntese que, uma vez validado pela população local, constituiu o documento de referência para todo o território;

3) foi então elaborado um primeiro programa de acções. No vale de Ance, este programa foi objecto, em Abril de 1996, de um “contrato de território”, assinado pelas autarquias locais e pelo conjunto dos parceiros envolvidos;

4) um ano após a assinatura do programa de acções “Vallée de l’Ance”, composto por 13 medidas, uma reunião de balanço permitiu evidenciar o avanço das realizações. A título de exemplo, podemos citar:

- > a instalação de uma quinta para instalação temporária de estagiários (a autarquia comprou uma casa numa aldeia onde o último agricultor activo se preparava para a reforma antecipada. Foram recebidos vários candidatos à instalação durante 1996);
- > a recuperação de 60 ha;
- > o abate de árvores e recuperação para a cultura de um enclave florestal em espaço agrícola, próximo de uma povoação e de uma estrada departamental;
- > a criação de uma reserva fundiária e o recrutamento, graças ao LEADER II, de um animador cuja missão consiste em contactar os proprietários dispostos a vender as suas terras e os agricultores interessados em instalarem-se, a fim de reanimar progressivamente o mercado e a mobilidade fundiária.

O conjunto desta iniciativa assenta numa animação constante e acompanhada no tempo. A operação tem como objectivo, em primeiro lugar, fazer com que autarquias locais, agricultores, caçadores, silvicultores, pescadores, profissionais do turismo, comerciantes, etc. se encontrem e trabalhem em conjunto na preparação das condições de um futuro possível para o seu território. É um trabalho de grande alcance, cujos primeiros resultados se traduzem pouco a pouco em realizações concretas no terreno. <



dos produtos agrícolas nos mercados contribuiu para isso. Não sem alguns episódios que suscitaram uma tomada de consciência dos consumidores: recordemos a emoção destes aquando da crise da vitela com hormonas, ou da epidemia da doença dita “das vacas loucas”. Aumentou a sensibilidade da opinião pública para os problemas sanitários em matéria alimentar, e a exigência dos consumidores neste domínio é tão válida para os produtos de massa como para os produtos de luxo. Aqueles que se exasperam com alguns excessos neste domínio argumentam que os critérios de definição da qualidade são múltiplos e muitas vezes subjectivos. Estariam errados, todavia, se se desinteressassem da temática hoje representada pela definição da qualidade dos produtos destinados à alimentação. Esta pode declinar-se por vários registos: qualidade gustativa, qualidade nutricional, qualidade sanitária ligada à frescura e à conservação, qualidade visual, etc. Produtores, distribuidores e consumidores fazem apreciações diferentes sobre a importância respectiva destes diversos registos, e têm pontos de vista divergentes sobre cada um deles. É possível, contudo, chegar a definições e melhorá-las continuamente através de um debate que envolva todos os parceiros: a criação de marcas ou certificados de origem controlada é um bom exemplo do que é possível fazer e com efeitos multiplicadores notáveis para produções e regiões específicas. Os programas LEADER contribuem, aliás, bastante para estas dinâmicas.

Sobre a “massificação por medida”

Mas seria errado deduzir deste exemplo que estas lógicas de valorização da qualidade abrangem apenas produções excepcionais e marginais. Incluem igualmente o consumo quotidiano, num vai e vem constante entre produtos “correntes” e produtos “sofisticados”. À escala de toda a sociedade, as preocupações relativas ao gosto e à saúde tornaram-se dominantes. O crescimento do consumo quotidiano de produtos preparados, massificados, fáceis de servir, em que o consumidor espera que respondam a critérios de qualidade, quer dizer, de segurança perfeita, é acompanhado de um crescimento exactamente paralelo da procura de produtos identificados, raros, “diferentes”: produtos de território, produtos de quinta, produtos de marca destinados a ser cozinhados, etc. O consumo crescente de produtos preparados é acompanhado por um desenvolvimento significativo da gastronomia. Estas formas de consumo generalizam-se nos nossos países, em benefício, nomeadamente da transformação dos modos de distribuição. Em vários países, os produtos ditos “de massa” e os produtos ditos “de qualidade” podem hoje ser adquiridos nos mesmos locais. A qualidade não se reduz aos produtos propostos para venda pelos distribuidores especializados ou pelos



*Fabrico de queijo de ovelha
na zona LEADER de Rodes [Grécia]*

mais reputados fornecedores de alimentação. A grande distribuição tem também as suas exigências de qualidade e procura cada vez mais o produto identificado e original, mas igual e constante em qualidade. O produto de quinta de qualidade não está, portanto, apenas reservado à venda na quinta. Mas, para aceder à grande distribuição, deve corresponder a critérios que exigem organização, agrupamento, embalagem.

Numa grande parte da Europa, entrámos, em matéria de alimentação, no regime da “massificação por medida”. É, portanto, todo um trabalho subtil que é preciso prosseguir para satisfazer as expectativas complementares ou simultâneas que abrem perspectivas, sem dúvida ilimitadas, mas inevitáveis. O que é certo é que, num sector como o mercado dos produtos alimentares, onde a procura é extremamente evolutiva, apenas poderão subsistir os produtores capazes de se inserir num processo complexo de oferta e de negociação, em que entram em jogo múltiplos factores culturais. Temos todos que compreender que, a partir de agora, a noção de qualidade não se aplica apenas ao produto em si, mas também ao processo de produção e aos suportes de produção; nestes casos, aos solos e à água.

Produções não alimentares

A história do século XX ensinou-nos que as sociedades desenvolvidas podem tornar-se cada vez menos mineiras, extractivas e exploradoras dos recursos naturais, para se tornarem sociedades de invenção e de produção da sua matéria-prima energética. Neste contexto, a produção biológica e biotecnológica de energia (etanol, éter de colza, etc.) tornou-se uma questão estratégica e ambiental a longo prazo, comparável em importância à questão alimentar de ontem, ainda que se trate ainda muitas

→ vezes de meras pistas que exigem experimentações a longo prazo e implicam assumir riscos por parte dos diferentes parceiros, nomeadamente os industriais. Além destas produções de ordem energética, a agricultura é solicitada para fornecer moléculas básicas para as indústrias de síntese, têxtil ou farmacêuticas. Fazer entrar o mundo agrícola, através destas produções não alimentares, numa nova cultura da energia e do ambiente é uma orientação inovadora e de grande alcance.

Bens imateriais

Mas a agricultura não é apenas uma actividade criadora de bens materiais e de matérias primas. É igualmente – e pode tornar-se cada vez mais – um sector produtor de bens imateriais, e isto em dois principais domínios.

(Agri)cultura

O primeiro cobre tudo o que respeita à cultura, saúde, gastronomia, turismo, pedagogia e formação das crianças. Há que inventar novos ofícios para responder às expectativas dos consumidores e dos cidadãos. Esta procura deverá ser cada vez menos uma procura “secundária” ou “subsidiária”, associada ao lazer e à distração dos cidadãos carentes de grandes espaços. Não é só o consumo da cultura e do lazer que representa uma parte

crecente das despesas no orçamento familiar. Esta procura traduz também uma aspiração mais profunda a redefinir – para além dos museus, parques e outras exposições destinadas a explicar um mundo agrícola cada vez mais afastado – a ligação que a sociedade tem, através da agricultura e dos agricultores, com a natureza. Esta expectativa pedagógica é uma dinâmica importante, que remete para um dos paradoxos essenciais de uma situação vivida por uma parte crescente da população europeia, que nunca comeu tão bem, em termos de diversidade, quantidade, frescura, etc., mas que também nunca soube tão pouco o que comia. Numa Europa cada vez mais urbanizada, são cada vez menos as famílias que têm raízes rurais e todos nós já encontramos crianças que, com oito ou nove anos de idade, não conseguiram ainda estabelecer a ligação entre um hambúrguer e um bife! Culturalmente, é uma perda incontestável. Politicamente, é um risco, se admitirmos que esta ignorância pode gerar a qualquer momento reacções colectivas irracionais. Sabe-se que a escola só por si, ou a família só por si também, não bastam para divulgar estes saberes e conhecimento. Convém que os meios profissionais envolvidos, em particular os agricultores, dêem a sua contribuição. Imaginemos o que representaria como mais valia cultural em sentido lato o facto de cada criança europeia ter tido a possibilidade de, no seu programa da escola primária, ter ido ver numa quinta o que é um animal, o que é uma planta, como se tratam, o que faz com eles... Esta questão estratégica para a nossa sociedade já está integrada num grande número de projectos LEADER. A prazo, trata-se de saber como generalizar estas múltiplas experiências.

Ambiente

A segunda categoria de produções imateriais abrange as produções de natureza, ambiente, água, paisagem, equilíbrio no interior dos territórios. É evidente que um país – e, por maioria de razão, um continente – que possui estes bens naturais é mais rico, e até de um ponto de vista contabilístico, do que um espaço poluído, aplaidado, esgotado... Esta riqueza foi ontem o fruto de uma actividade agrícola, cuja finalidade era a valorização global da terra. Neste sentido, a concepção patrimonial da terra apresentava a vantagem de fazer convergir o interesse particular (dos camponeses) e o interesse geral (da sociedade). Encarando a terra como um capital imobiliário que só vale por aquilo que “render”, a lógica produtivista desligou a actividade agrícola da sua missão de preservação do ambiente que lhe estava associada (pelo menos implicitamente) na concepção patrimonial. →

Plantação de juncos no âmbito da recuperação de uma zona húmida [LEADER *Ostvorpommern*, Alemanha]





“Férias familiares e produtos agro-alimentares de qualidade”

Michael Hofmann [LEADER Oberes Altmühltal-Mittelfranken, Alemanha]

No Alto Vale de Altmühl (Baviera), é a agricultura que predomina, ocupando 14% da população activa. As produções leiteira, suína e bovina, constituem as principais fontes de rendimento dos cerca de 2 000 agricultores locais. O grupo LEADER de Mittelfranken e uma associação de habitantes e agricultores (“EPIG”) puseram em prática, desde 1991, uma série de acções de desenvolvimento rural centradas principalmente no agro-turismo e na comercialização de carne bovina de qualidade.

Férias familiares

Por iniciativa de 5 famílias de agricultores desejosos de diversificar a sua actividade, os 70 habitantes de Lauterbach criaram uma “Comunidade aldeã” e transformaram a localidade numa verdadeira “aldeia de férias familiares”:

- > foram criadas 13 “casas de campo” entre 1993 e 1996;
- > foi organizado, desde 1992, um programa de animação semanal (encontros, jogos e actividades manuais para as crianças; “Festa dos Piratas”, em que as crianças fabricam os seus próprios fatos; churrascos organizados por e para os pais; passeios em carroça, visitas a uma cervejaria, etc.);
- > em 1993, construíram uma área de jogos e recuperaram duas salas polivalentes;
- > em 1995, recuperaram um paul (sanitários, posto de venda dos produtos agrícolas locais) e criaram um circuito de bicicleta.

A aldeia também instalou um sistema de evacuação das águas usadas por lagunagem. Lauterbach atrai agora numerosos visitantes e a actividade turística gerou empregos, nomeadamente para as mulheres dos agricultores.

Carne de qualidade

Um dos grandes objectivos do programa LEADER I de Mittelfranken visava a diminuição progressiva da agricultura intensiva, para passar à criação extensiva. 60 agricultores associaram-se, no interior de uma associação, WFG (“Weidefleisch Franken GmbH & Co. KG”/Carne de pastagem regional). A partir das vacas angus e limusinas, criadas em pastagem e segundo critérios específicos, a WFG comercializa – sobretudo em circuitos curtos – uma carne bovina de qualidade. Foi criada uma marca (“Franki”), e fizeram-se ligações estreitas com vários importantes clientes (hoteleiros, profissionais da restauração, cantinas, etc.) e várias famílias são directamente abastecidas pelos agricultores.



Mercado para automobilistas

Iniciadas no âmbito do LEADER I, estas acções de apoio ao agro-turismo e à produção agrícola de qualidade prosseguem agora no âmbito do LEADER II e conseguiram a sua consagração com o projecto “Bäuerlicher Rastmarkt Obere Altmühl”: criação de um “Mercado para automobilistas dos produtores agrícolas de Alta-Altmühl”, numa área de repouso da auto-estrada A6/E50 Nuremberga/Viena, um dos eixos mais frequentados da Europa.

O conjunto de dois edifícios abrange uma área de 500 m² onde se vendem os produtos agro-alimentares locais. Encontra-se aqui também um restaurante, que oferece especialidades culinárias regionais, um posto de informação turística e um hotel de 30 camas. Este projecto de 5 milhões de ECU, financiado no âmbito dos programas LEADER e Objectivo 5b, foi coordenado por uma sociedade constituída por 30 investidores vindos principalmente do sector agrícola local. A inaugurar oficialmente em Setembro de 1997, este complexo será a “montra” da região, constituindo um excelente ponto de venda para os agricultores e os operadores agro-turísticos locais e permitindo criar entre 50 e 60 empregos numa zona rural relativamente desfavorecida. <





“0 apoio à agricultura biológica”

António Realinho [LEADER Raia Centro-Sul, Portugal]



Convencidos de que a agricultura biológica

representava uma possibilidade de diversificação interessante, 60 agricultores da Beira Interior criaram em 1995 a Associação ARAB (“Associação Regional de Agricultores Biológicos”). As produções são muito diversificadas: amêndoas, cerejas, uva de mesa, mas também azeite e azeitonas de conserva, figos, cereais e produções hortícolas.

Os objectivos da associação são promover o desenvolvimento da agricultura biológica (nomeadamente através da realização de encontros, colóquios e conferências) e fornecer aos produtores assistência técnica em matéria de produção, comercialização, promoção e apresentação dos produtos.

O grupo LEADER Raia Centro-Sul contribuiu para a realização das seguintes acções:

- > criação de um stand móvel, a fim de facilitar as operações promocionais e a participação da ARAB em feiras especializadas (nacionais e internacionais);
- > edição de uma revista (15 000 exemplares destinados aos agricultores, técnicos, estabelecimentos escolares, etc.) e um folheto visando dar a conhecer os produtos, sensibilizar a população para métodos de produção biológicos e optar por embalagens respeitadoras do ambiente, etc.;

> organização anual de um encontro nacional dos agricultores biológicos: assim, o segundo “Encontro Nacional de Agricultores Biológicos”, que decorreu a 17 e 18 de Maio de 1997, reuniu cerca de 300 pessoas, provenientes de Portugal mas também de Espanha. Foi, nomeadamente, abordada a questão das dificuldades encontradas pelo sector: necessidade de adaptar os programas de ajuda e de certificação, necessidade de uma melhor organização colectiva, etc.

A curto prazo, a agricultura biológica deverá representar uma perspectiva muito interessante para o desenvolvimento dos territórios rurais: além de assegurar uma melhoria da saúde pública e a preservação do ambiente, contribui para a manutenção da população rural, porque exige mais mão-de-obra do que a agricultura convencional.

Para poder exportar mais, a agricultura portuguesa deve orientar-se para uma produção de melhor qualidade. Os produtos certificados “biológicos” são um grande passo nessa direcção. <



— Noutros termos, se queremos paisagens harmoniosas, terras ricas, água límpida, territórios vivos, ambiente viável, natureza variada, é preciso a partir de agora decidir produzi-los, isto é, torná-los o objectivo de uma política, voluntária e publicamente debatida. Nesta perspectiva, abre-se um vasto campo de trabalho para os agricultores e para todos os que desejem exercer actividades relacionadas com os espaços.

Se a primeira categoria de bens imateriais produzidos pelos agricultores vai ser cada vez mais determinada pelo mercado, a segunda dependerá ainda por muito tempo de uma retribuição pública, correspondente à criação de uma riqueza colectiva ou pública. Criar e manter um património intergeracional, renovar uma identidade colectiva ilustrada nomeadamente pelas paisagens, assegurar a qualidade de vida quotidiana: são missões de interesse geral cujo financiamento cabe à colectividade. Em que é que o facto de contribuir para isso e de viver disso poderá diminuir o estatuto social dos agricultores, tanto mais que as riquezas assim produzidas são, por excelência, riquezas não deslocalizáveis?

Uma actividade de síntese

É uma outra maneira de exercer a profissão de agricultor que se perfila no horizonte. Para ultrapassar o modelo normalizado, técnico-contabilístico, do agricultor actual, não se exige à nova geração que reinvente o camponês de ontem, mas que invente uma actividade de síntese, uma actividade de curto ou longo prazo, uma actividade do mercado e do território. Nem só gestor, nem apenas técnico, nem só jardineiro, nem apenas animador, mas provavelmente tudo isso ao mesmo tempo.

Esta redefinição obriga a redimensionar a relação que o mundo agrícola mantém com o poder público. Mais do que um contrato abstracto entre a agricultura e a Europa, trata-se de conceber um contrato a estabelecer entre cada um dos agricultores de amanhã e o poder público. É um contrato individualizado, acompanhado de um caderno de encargos, onde são definidos os direitos e os deveres de cada um. Já que a agricultura é necessariamente uma questão pública, que diz respeito a todos, é preciso hoje modernizar a relação entre o agricultor e os poderes públicos. Orientando explicitamente os dinheiros públicos para a preservação e melhoria do território, do ambiente, da água e da paisagem, evitaremos ao mesmo tempo a instalação de uma agricultura definitivamente dual: por um lado, uma agricultura exportadora e monopolizadora do dinheiro público – ontem sob a forma de reembolsos à exportação (consoante o desvio entre o preço garantido e o preço mundial), hoje sob a forma de compensações, e amanhã sob a forma de reparações dos danos causados ao ambiente; por outro lado, uma agricultura fragilizada nos mercados, ocupando o espaço e reclamando a solidariedade nacional para evitar uma completa pauperização.



Desenvolvimento agrícola e desenvolvimento rural

Recolocar as exigências de equilíbrio do território e de gestão do ambiente e das paisagens no centro da definição da intervenção pública, é refutar este dualismo que se instaura – para benefício das agriculturas, dos agricultores e dos territórios. É inventar uma nova missão agrícola, pelo menos tão mobilizadora como a missão alimentar que se impunha no pós-guerra. É colocar o território no cerne da definição da política agrícola. É, finalmente, fazer convergir explicitamente desenvolvimento agrícola e desenvolvimento rural.

Deste ponto de vista, os programas LEADER aparecem como espaços de experimentação desta convergência. Consideradas em conjunto, estas experiências oferecem realmente uma nova imagem dos agricultores e dos espaços rurais, confrontando-se com a complexidade, virando as costas a uma abordagem unidimensional para apreender de uma só vez dinâmicas económicas, culturais e territoriais. E é tentando responder a novas expectativas das sociedades europeias que a agricultura e os espaços rurais contribuirão amanhã para o reforço da construção da União, tal como o fizeram ontem ao aceitar o desafio alimentar com que a Europa se confrontava nos seus primórdios. <



As medidas europeias a favor dos jovens agricultores

O reforço na aplicação das medidas europeias e nacionais é indispensável para reter os jovens nas zonas rurais, facilitar a sua instalação na agricultura e permitir-lhes contribuir activamente para o desenvolvimento do seu território.

POR VERONIKA VEITS [*]

Precaridade, condições de trabalho duras para gerar um rendimento incerto: a profissão de agricultor já não seduz ninguém. O fenómeno não é recente e a agricultura é hoje um sector envelhecido, enquanto um agricultor activo em cada 4 terá mais de 65 anos.

A envelhecer, a agricultura é também uma actividade em mutação e o agricultor, se for correctamente formado a fim de fazer face às exigências acrescidas da competitividade, terá que ser polivalente. Com efeito, o agricultor de hoje é tanto produtor de géneros alimentícios, técnicos ou matérias renováveis como “jardineiro” do ambiente e gestor do território.

Considerando que os jovens são um elemento dinâmico essencial para o sector agrícola, mas também de forma mais geral para as zonas rurais, a União Europeia tem progressivamente posto em prática instrumentos para o apoio aos jovens agricultores.

Entre eles, é preciso sublinhar muito particularmente as ajudas à instalação e aos investimentos destinados a facilitar a reocupação das explorações por jovens agricultores, de que beneficiam anualmente mais de 25 000 jovens agricultores. O regime comunitário de pré-reforma deverá também contribuir para o rejuvenescimento do sector agrícola. Por outro lado, é dada uma atenção particular à formação, podendo os jovens empresários agrícolas beneficiar de uma ajuda particular para este efeito. Do mesmo modo, os jovens agricultores podem participar noutros programas europeus de formação, como “Leonardo da Vinci” ou ainda “Juventude para a Europa”. Por fim, realizam-se várias acções, numa base descentralizada, no âmbito dos programas dos Fundos Estruturais para as regiões de Objectivos 1, 5b e 6, ou ainda no âmbito da Iniciativa Comunitária LEADER. Este oferece, com efeito, diversas possibilidades aos jovens agricultores, não só para valorizar a sua produção (produtos de quinta, etc.) ou participar na preservação e valorização do ambiente, mas também para promover actividades complementares (agroturismo, etc.) e desempenhar um papel activo no desenvolvimento do

seu território.

Se os diversos instrumentos europeus existentes^[1] constituem um quadro de acção apropriado, é indispensável um reforço na aplicação das medidas a fim de reter os jovens nas zonas rurais e facilitar a sua instalação na agricultura. É nomeadamente uma das principais recomendações do relatório da Comissão sobre “Os jovens agricultores e o problema da retoma das explorações na agricultura europeia” (COM (96) 398 final). A Comissão faz também uma outra recomendação: convida os Estados-membros a adaptarem as medidas nacionais em vigor em matéria de impostos sobre transferências e heranças para facilitar o acesso dos jovens agricultores ao sector.

Este relatório, que oferece um panorama dos diversos instrumentos comunitários destinados aos jovens agricultores, permitiu sensibilizar os políticos para a situação destes últimos. Não constitui, portanto, uma meta mas uma etapa intermediária nas reflexões sobre o lugar e o papel dos jovens agricultores – não só na agricultura mas, de uma maneira mais alargada, nas zonas rurais – e sobre os meios de que estes dispõem para contribuir activamente para o desenvolvimento socioeconómico do seu território. <

[1] o guia “Acções comunitárias e desenvolvimento rural”, publicado pelo Observatório Europeu LEADER, apresenta sob a forma de fichas sintéticas o conjunto destes instrumentos.

[*] Administradora da Direcção-Geral da Agricultura da Comissão Europeia (DG VI/FII.1).



Diversificação em todas as direcções
na zona LEADER Cavan-Monaghan [Irlanda]

Da empresa agrícola à empresa rural

Fronteiriços com a Irlanda do Norte, os condados de Cavan e de Monaghan são sobretudo agrícolas. Mas, por força da diversificação, vários agricultores lançaram-se numa segunda actividade que, em muitos casos, está agora a ultrapassar a primeira. Algumas quintas transformaram-se, assim, em verdadeiras empresas artesanais. Com o LEADER para os acompanhar.

“Há dez anos, a cooperação entre as populações do sul e do norte era muito difícil...” Michael Heaney veio, como vizinho, apresentar a experiência do grupo Inishowen, de que é director, no seminário que reuniu em Monaghan todos os grupos LEADER que intervêm em ambos os lados da fronteira entre a República da Irlanda e a Irlanda do Norte. Objectivo: lançar um processo de cooperação transfronteiriço sustentável. Porque, mais do que uma fronteira, as 12 zonas envolvidas partilham as mesmas dificuldades: um certo isolamento, a falta de empregos, o êxodo rural e um potencial de desenvolvimento travado pelo conflito político-religioso que

atinge de maneira mais ou menos latente a Irlanda do Norte, com consequências negativas sobre os condados limítrofes do Sul. *“Como podemos atrair turistas – e ainda mais investidores – no meio de uma imagem de campo de batalha, ainda que as comunidades rurais católicas e protestantes se entendam relativamente bem?”*, lamenta-se Adge King, director do Cavan-Monaghan Rural Development Coop, cooperativa que gere o Programa LEADER de uma zona duplamente encravada devido à fronteira e a um relativo afastamento do mar. Criado em 1991, por iniciativa de responsáveis de cooperativas agrícolas, este grupo de acção local reúne os

principais actores e sectores socioeconómicos dos dois condados de Cavan e Monaghan: cooperativas leiteiras, sindicatos agrícolas, associações de aldeia, autarquias locais, Teagasc (centro nacional de investigação e de vulgarização agrícola e rural), instituições financeiras, empresários, etc. *“Com apoio institucional e os meios financeiros necessários para uma abertura a todas as forças vivas do território, o LEADER permitiu ao movimento cooperativo agrícola evoluir em toda a sua lógica para o que é no fundo a sua grande finalidade, o desenvolvimento rural”, afirma Anthony Leddy, presidente do conselho de administração do GAL. “Ao virar dos anos 80, as cooperativas leiteiras já não se interessavam apenas pelo preço do leite mas pelo desenvolvimento local no seu conjunto. Desempenharam um papel fundamental na constituição dos “Water Scheme Groups”, associações de habitantes e agricultores para organizar a instalação de água corrente nos campos. Estes grupos foram de algum modo uma primeira experiência de dinâmica local, de mobilização dos cidadãos em torno de um projecto de desenvolvimento concreto.”*

Nesta zona onde muitos sectores – nomeadamente o turismo – são penalizados por uma fronteira “sensível”, a agricultura continua a ocupar o primeiro lugar na economia: mais de 60% dos empregos dependem dela directa ou indirectamente. Mas as terras são pobres e a maioria das explorações estão muito divididas e são de dimensão muito modesta (16 ha em média). Acrescentados os cons-

trangimentos provenientes das quotas nos sectores leiteiro, bovino e ovino, estas condições desfavoráveis exigiam uma diversificação profunda da actividade agrícola.

Cogumelos

Nos anos 60, uma primeira vaga de diversificação abrangera de início duas produções agrícolas “clássicas”: várias quintas criavam então aves (actualmente 55% da produção nacional) e porcos (20%). Devido, porém, à sua dimensão, ao carácter inovador na Irlanda e ao impacto que gerou, é a produção de cogumelos que, anos mais tarde, constituiu um primeiro “grande salto para a frente” em termos de desenvolvimento local.

Tim Connolly é um pioneiro: incentivado por Teagasc, lançou-se em 1981 na produção de cogumelos, cultivados em sacos de composto instalados no interior de largos túneis em polietileno que asseguram luminosidade, temperatura e humidade constantes.

“Tinha no início instalado dois túneis”, recorda. “Ao fim de um ano, vimos que era rendível: a produção gerou rapidamente fundos próprios porque bastam 6 semanas para semear e colher. Instalámos então 3 outros túneis de cogumelos em 1983.” Tim produz, assim, anualmente 100 toneladas de cogumelos, que lhe dão tanto lucro como as suas 65 vacas leiteiras. *“Os cogumelos permitiram-me comprar várias parcelas de terra para que os meus filhos possam ficar comigo na quinta”.* A colheita dos cogumelos

Os edifícios da quinta McCabe são construídos de maneira totalmente ecológica



– à mão, o que é uma vantagem da produção irlandesa em relação à concorrência britânica ou holandesa – ocupa também na empresa de Connolly 5 empregados permanentes a tempo parcial (cerca de 30 horas por semana). Uma das chaves do sucesso de cerca de 240 produtores de cogumelos da zona LEADER (cerca de metade dos produtores de cogumelos irlandeses) reside na organização da distribuição: Tim Connolly escolhe a sua produção por intermédio de uma central – “Monaghan Mushrooms Ltd” – que consegue distribuir nas grandes superfícies britânicas os cogumelos apanhados 24 horas antes na Irlanda. Esta fórmula permitiu que a empresa se tornasse em 16 anos o primeiro produtor de cogumelos da Europa. Esta central de acondicionamento e distribuição, que organizou 200 produtores de cogumelos em outras tantas “unidades satélite” a quem fornece esporos, composto e assistência técnica, realizou um volume de transacções de 32,3 milhões de ECU em 1994 e criou 300 empregos nas suas várias unidades de embalagem.

Adge King insiste na importância desta nova fileira antes de afirmar: *“aqui, o apoio do LEADER aos agricultores dirige-se sobretudo a produtos não alimentares porque, devido à falta de dimensão do mercado, poucos agricultores se dedicam aos produtos de quinta: escolhem antes uma segunda actividade compatível com a sua exploração agrícola em termos de tempo, espaço, instalações, etc. Trata-se geralmente de uma actividade completamente diferente da primeira.”*

Inventores

Essa segunda actividade é muitas vezes no início um mero passatempo, uma paixão que se profissionaliza até se tornar uma verdadeira empresa, que geralmente não tem muito a ver com a agricultura. Encontramos aqui muitas vezes a inovação, a invenção, ou mesmo o génio. Com criação de empregos por acréscimo.

John McKeown tem 36 anos. “Faz” leite e bife, a tempo parcial porque lhe faltam terras. Apaixonado pela mecânica, lançou-se em 1989 na construção de armazéns agrícolas em aço, antes de se lançar em 1995 num produto revolucionário – o “trail lift” – que é um carrinho-elevador de tracção todo-o-terreno, quatro vezes mais barato do que um carro-elevador clássico e feito “à medida” para os agricultores. *“O produto está pronto e já temos a patente registada. O grande desafio agora é a comercialização...”* E apercebemo-nos que neste aspecto John se sente um pouco desamparado. Jim O’Donnell, quanto a ele, inventou um tapete aquecedor (“heatpad”) para a criação de leitões. O dispositivo – uma resistência eléctrica instalada entre duas placas isolantes – assegura



■ Martin Gilliland ao comando de um “ball-trap”

mais conforto ao animal e consome dez vezes menos energia do que a habitual lâmpada de infra-vermelhos. *“O sucesso na Irlanda foi instantâneo”, explica Tim. “Desde meados de 96, começámos a prever saturação no mercado nacional. Lançámo-nos agora na exportação: Reino Unido, França e Itália – um pouco – Portugal – muito – e desde há alguns meses, o Canadá, onde encontramos um distribuidor. O problema é que ainda não temos stock suficiente para responder à procura...”* A empresa O’Donnell, que conta 8 empregados e produz 250 “heatpads” por semana, deve procurar agora expandir-se: *“para já, pretendemos alargar as nossas instalações aqui, em Cavan, antes de tentar talvez a aventura americana: os Estados Unidos representam um mercado de 50 000 unidades por ano...”*

De referir que os agricultores locais não detêm o monopólio da inovação: um professor de Coothill (Cavan), Séan Grogan, inventou um “porta-giz” com estojo que evita sujarmo-nos quando escrevemos no quadro preto. O princípio é inspirado do batom para pintar os lábios. É simples, mas era preciso pensar nisso... O LEADER atribuiu 4 000 ECU para a promoção do produto que começa já a encontrar-se em algumas boas papelarias da Irlanda.

Profissionalizar a paixão

O lazer, destinado a uma clientela local ou muito especializada, representa uma outra vertente que os agricultores procuram valorizar. Três exemplos:

Na família Jones, além das vacas leiteiras, criam-se cavalos há várias gerações: *“Apesar da chegada do tractor, muitos agricultores irlandeses conservaram um ou dois cavalos, explica Tom Jones, mas não os sabiam manter. Desde há alguns anos, porém, assiste-se a um novo interesse pela equitação, quer de passeio, quer de competição. O meu irmão e eu descobrimos o forte potencial deste sector e decidimos fazer da nossa paixão uma verdadeira empresa de criação e de dressage de cavalos.”*

Em 1993, o Fundo Internacional para a Irlanda ajudou-os a construir cavalariças modernas destinadas a éguas e potros. Três anos mais tarde, o LEADER II contribuiu com 50 000 ECU para a instalação de um picadeiro. *“Vai servir para domar e ensinar o dressage dos cavalos, quer para lazer quer para saltos. Em colaboração com a associação regional dos criadores de cavalos (150 aderentes), recriámos uma ‘fileira cavalo’ de real valor acrescentado: não domada, uma égua de três anos vale 600 ECU. Pronta a ser montada, pode valer 12 000 ECU ou mais...”*

Martin Gilliland também profissionalizou a sua paixão, o “ball-trap”: acabou de construir na sua quinta 4 espaços de tiro que permitem simular uma dezena de tipos de caça (coelho, galinhola, faisão, etc.). A originalidade e o sucesso desta iniciativa – que está prestes a tornar-se uma verdadeira empresa de tempos livres – reside em parte na sua concepção: o complexo está desenhado como um percurso de golf que cada um percorre ao seu ritmo próprio. O LEADER contribuiu para o financiamento dos equipamentos: abrigos, caminhos, valados e também lançadores automáticos sofisticados. *“Além de me ocupar das minhas 14 vacas, sou pedreiro. O ‘ball-trap’ permite-me agora exercer todas as minhas actividades na quinta”, afirma Martin.*

Johnny e Lucy Madden são proprietários de Hilton Park, junto da fronteira. Como as seis camas de hóspedes que criaram nos anos 80 não eram suficientes para rentabilizar esta quinta-castelo, solicitaram uma ajuda do LEADER para restaurar os magníficos jardins que, por falta de meios, estavam abandonados. *“Era preciso ultrapassar o acolhimento turístico e fazer deste lugar carregado de história uma atracção cultural para toda a região”, explica Johnny. Reabilitaram canteiros e caminhos, instalaram um pequeno refúgio à beira do lago situado na propriedade. Aberto ao público em 1996, a propriedade começou a atrair grupos específicos, pintores amadores, por exemplo: “o meu objectivo é criar um centro de arte aberto a toda a gente, funcionando em rede com três outros polos culturais desta zona do condado. Estamos a construir um projecto com o Centro Literário Tyrone Guthrie, próximo daqui. Mas devo dizer que o LEADER fez muito por este território, e começa agora a colher-se os frutos. É pena que o LEADER não atinja uma dimensão maior porque foi concebido para realmente ajudar os portadores de projecto.”*

Permacultura

É também a paixão que anima Marcus McCabe. Este jovem agricultor do condado de Monaghan, ardente militante da ecologia, converteu a sua exploração à permacultura: desde há 3 anos, a sua quinta produz plantas aquáticas (canas, vimes, etc.) que permitem a depuração natural das águas usadas (lagunagem) assim como uma grande variedade de legumes destinados à reconstituição da paisagem e à biodiversidade. A esta produção hortícola juntam-se actividades de consultoria e de formação em lagunagem, ordenamento paisagístico, construção inteiramente ecológica de edifícios, etc. A grande casa de madeira aquecida a biomassa que ele próprio construiu alberga em permanência jovens em inserção profissional e estudantes que desejam especializar-se naquilo que poderá tornar-se amanhã uma importante actividade agrícola.

O LEADER participou na promoção do projecto. Segundo Marcus participou *“na realização de uma brochura e de um catálogo e num ‘mailing’ publicitário para um público seleccionado – paisagistas, autarquias e outros potenciais clientes na Irlanda e noutros países. A soma pode parecer irrisória – 2 500 ECU – mas apesar disso esta operação colocou-nos no mapa e abriu-nos o mercado: em consequência, começaram a chover contratos e não é agora o trabalho que falta. O nosso problema agora é expandir suavemente...”*

Membro de várias organizações ecológicas internacionais, nomeadamente da Rede Eco-Aldeia Global, Marcus McCabe começa a sonhar com *“aldeias que funcionem de forma ecológica e autónoma e que, graças às telecomunicações, descongestionarão em parte as cidades e recriarão um meio rural de qualidade: vivo, convivial, solidário...”* Vanguardista? Utópico? O que é verdade é que no seu estado actual, este projecto já atraiu a atenção – e a simpatia – de todos os agricultores das redondezas. <

Superfície do território: 318 km²
População: 106 000 habitantes
Financiamento LEADER II: 6 875 000 ECU
UE: 3 165 937 ECU
Outros fundos 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



*Lavagem da lã
no alto vale
de Möll*

O LEADER e a Agricultura na Caríntia [Áustria]

As fileiras do território

Nesta região alpina onde a maioria dos agricultores exercem várias actividades, o LEADER e os outros instrumentos de apoio ao desenvolvimento rural visam consolidar localmente empregos, rendimentos e qualidade de vida. A estratégia escolhida – organização de verdadeiras “fileiras do desenvolvimento” a partir de produtos agrícolas locais, tradicionais, mas durante muito tempo sub-explorados – permite a redinamização da economia dos três territórios de Caríntia abrangidos pela Iniciativa.

A zona LEADER Grossglockner-Oberes Mölltal, que se estende desde o “tecto da Áustria” (3 798 m) até à bacia inferior da Möll, é um desses lugares onde a expressão “a montante...a jusante” adquire o seu duplo sentido, geográfico e económico... Neste alto vale do extremo oeste da Caríntia, o grupo de acção local escolheu a revalorização de uma produção tradicional que se encontrava em perigo: a lã. Retomando e completando um projecto iniciado pelo Parque Nacional dos Altos Tauern, os programas 5b e o LEADER permitiram a organização de uma fileira onde os principais elos – produção, transformação e comercialização – seguem, literalmente o curso da ribeira: a montante, as pastagens e as ovelhas de cerca de 50 agricultores envolvidos, assim como uma

unidade moderna de lavagem, cardação e fição da lã; no centro do vale, os tecelões e outros transformadores de lã a domicílio, geralmente mulheres de agricultores; a jusante, os postos de venda e, nomeadamente, o armazém da “Regionalverein Grossglockner”, associação de 150 actores socioeconómicos do vale, assim como uma loja – “Mode & Design KM” – que concebe e comercializa, por exemplo, uns “jeans de Caríntia”, versão local revista e corrigida das omnipresentes calças americanas.

— “Da ovelha às meias de lã”

“Esta loja é o núcleo do nosso projecto ‘Goldärmel’ [], que consiste na comercialização de vestuário em lã produzido pelos artesãos e designers locais”, explica Maria Shmidl, que partilha as suas actividades profissionais entre o secretariado local do LEA, à entrada do vale. “Paralelamente à nossa ‘Rota do Ouro’, podemos agora falar de uma verdadeira ‘Rota da Lã’ que desce o vale. Trata-se de uma fileira económica completa, que vai ‘da ovelha até às meias de lã’. A lã é um sector com futuro: cada vez mais consumidores se interessam e estão dispostos a pagar mais por produtos feitos à mão. Antes, esta lã era desperdiçada. Agora, é a base de uma actividade complementar de grande valor acrescentado que beneficia muitos agricultores e completa a oferta turística”.*

Além da vasta gama de lanifícios, o armazém permite a comercialização de cerca de 300 produtos de quinta e artesanais. A associação tem 140 membros e este novo posto de venda (3 empregos permanentes a tempo parcial) realizou em 1996 um volume de transacções de 70 000 ECU.

Nos trinta anos e com dois filhos, Georg e Elisabeth Fellner formam uma família agrícola particularmente representativa do vale. Como a sua quinta de uma dezena de hectares não lhes assegura rendimentos suficientes, Elisabeth tece mantas de lã enquanto Georg

trabalha no Inverno numa estação de ski. É também membro do grupo “Inovação na Agricultura”, criado no âmbito do LEADER. “A maioria entre nós é de pluriactivos, mas alguns exercem a sua segunda actividade em Munique, a mais de 200 km daqui. Fazem o vai-vem semanal, situação que não é muito confortável... Procuramos então que possam desenvolver todas as suas actividades neste vale. Para tal, o nosso grupo de trabalho decidiu privilegiar a organização em fileira de produções transformadas na quinta. A lã é o sector estratégico, mas também o queijo, a carne e a charcutaria. 20% dos agricultores daqui são também produtores de agro-alimentares de quinta.”

Graças ao programa 5b e ao LEADER, já está em actividade em Heiligenblut, a aldeia mais afastada, uma unidade colectiva de abate (carneiros, porcos e bovinos) e vão ser construídas mais 4 noutras tantas localidades. Toda a produção agro-alimentar, que utiliza métodos biológicos, obedece a uma carta de qualidade caucionada por uma marca. “Em geral, o programa 5b financia os equipamentos e o LEADER, que retoma agora o processo, assegura o acompanhamento dos projectos – estudos, promoção, comercialização, etc.”, afirma Christian Kropfitsch, director do KIR, o Instituto de Caríntia para o desenvolvimento local (ver caixa).

Na rampa de lançamento

Com cerca de um terço dos fundos já comprometidos (Junho de 1997), a Caríntia é a região austríaca mais avançada na execução do LEADER II, e no âmbito do seu programa, a zona Grossglockner-Oberes Mölltal é a que tem mais projectos em curso. “O norte deste território beneficia da presença do mais antigo Parque Nacional da Áustria, fundado em 1981, onde são desenvolvidas desde há muito tempo acções de desenvolvimento rural”, explica Kurt Rakobitsch, coordenador LEADER para este Land. “Ao inserir os projectos 5b e LEADER na dinâmica já iniciada pelo Parque mais acima no vale, pudemos ganhar tempo e eficácia, atingir uma certa visibilidade e, desta forma, ‘servir de rampa de lançamento ao desenvolvimento local, não apenas neste vale mas também nas outras duas zonas LEADER de Caríntia.”

O armazém da Associação dos artesãos de Grossglockner





Carnica

No Rosental (“Vale das Rosas”), ao longo da Drau, encontramos esta mesma abordagem de fileira que permite associar identidade, cultura e imagem territoriais, respeito pelo ambiente, actividade agrícola, turismo, rendimentos complementares e até empregos a tempo inteiro para os habitantes.

Aqui, o produto aglutinador é a abelha carnica, uma espécie indígena muito produtiva que a região exportou um pouco por todo o mundo, entre 1850 e os anos 30. A apicultura declinou desde então, mas ainda hoje a região produz 35% do mel austríaco. Existem aqui cerca de 200 apicultores, a maioria membros de uma organização profissional com a qual, entre outras, o grupo de acção local elaborou uma estratégia em dois eixos: associação das 8 autarquias para a promoção da imagem do vale (utilização generalizada do nome “Carnica Rosental”, de um logo (utilização generalizada do nome “Carnica Rosental”, de um logo em que figura a abelha carnica, etc.), desenvolvimento de uma fileira apícola integrada.

Ernst Fuchs, responsável pela apicultura no seio do GAL e verdadeira enciclopédia viva da abelha, quando se cala quando se refere à abordagem empresarial: *“a redinamização do sector apícola está articulada em três eixos, todos co-financiados pelo LEADER: criação de rainhas para a obtenção de uma raça carnica pura (será em breve construído um laboratório), profissionalização dos produtores, embora sejam todos apicultores a tempo parcial, desen-*

Desenvolvimento “regional”

O Land de Caríntia parece ter encontrado o justo equilíbrio entre constrangimentos de gestão “descendentes” e abordagem “ascendente” do desenvolvimento.

Em Caríntia, como aliás em toda a Áustria, o desenvolvimento rural integrado, baseado na abordagem territorial (“Regionalentwicklung”) e na iniciativa local, não é uma novidade pois beneficia de uma experiência que data de finais dos anos 70 (ver LEADER Magazine n.º 11).

Tirando as devidas lições de algumas dificuldades encontradas há alguns anos no âmbito de um programa de apoio ao turismo rural, as autoridades do Land de Caríntia parecem ter encontrado um justo equilíbrio entre os constrangimentos “descendentes” próprios a qualquer gestão responsável de fundos públicos e a abordagem “descendente” do desenvolvimento que considera as aspirações da populações e permite a livre emergência das iniciativas locais.

A Divisão do Ordenamento do Território do Land coordena os diferentes programas regionais, nacionais e euro-

peus de desenvolvimento local, mas a assistência técnica aos projectos é assegurada por uma estrutura autónoma – o “Instituto de Caríntia para o Ordenamento do Território, o Desenvolvimento Local e a Protecção da Natureza” (KIR), criado em Junho de 1996. Cada um dos três grupos de acção local de Caríntia é uma associação informal de indivíduos, associações e instituições locais (autarquias, Parque Natural, etc.) envolvidos no desenvolvimento, que dispõe de ampla autonomia no que diz respeito à selecção e à execução das iniciativas, com a condição, claro está, de respeitar os parâmetros operacionais e financeiros previamente fixados no Programa LEADER regional.

Cada GAL está estruturado em vários “grupos de inovação” temáticos (agricultura, apicultura, turismo, artesanato, etc.). Estes grupos de trabalho e de reflexão são responsáveis pela anima-



ção do desenvolvimento local no âmbito do LEADER, mas também por outros programas comunitários (5b, INTERREG, etc.): mobilização da população e dos actores locais, identificação de potenciais portadores de projecto, etc. Este tipo de organização explica em grande parte a dimensão fortemente colectiva das acções postas em prática na Caríntia: fileiras agrícolas e intersectoriais, infra-estruturas turísticas...

A ligação entre os grupos de acção local e as autoridades do Land é assegurada em cada zona por um responsável LEADER (“LEADER Betreter”), encarregado de coordenar a execução das acções já iniciadas, preparar os dossiers de projectos futuros e defendê-los junto da administração do Land. <



A cooperativa Sonnenalm fornece os produtos lácteos às escolas de Norische Region

volvimento e comercialização de produtos inovadores derivados do mel. Tudo isto acompanhado de uma redescoberta da abelha como guardiã do património natural e cultural.”

O estandarte desta fileira é o Museu do Mel de Ferlach, aberto em 1995 e situado também à entrada do vale. Para além de tudo o que diz respeito à apicultura e à história desta actividade, pode aqui descobrir-se a gama dos novos produtos já comercializados: mel biológico, cera e propolis, naturalmente, mas também uma espécie de sal-sicha, muesli, licor de mel, cerveja especial com mel fabricada por uma grande cervejaria de Klagenfurt (que atribui uma percentagem das suas receitas para a investigação apícola), assim como um novo tipo de colmeia mais eficaz. 20 apicultores criaram em Setembro de 1996 uma central de vendas e estão agora a elaborar uma marca.

Arca de Noé

Já parcialmente evocada no caso da abelha carnica, a reintrodução de raças animais indígenas quase desaparecidas é uma outra dimensão forte da estratégia de desenvolvimento das três zonas LEADER caríntias.

Mais a sul, no sopé dos Karawanken (2 000 m) que formam a fronteira com a Eslovénia, Friedhelm, Jabinschek e a sua associação “Alpen-Adria” (60 agricultores aderentes) estão a reintroduzir desde há pouco tempo o “carneiro de óculos” – raça ovina comum do sul da Áustria, Eslovénia e Friule italiano. Praticamente desaparecido desde o final da Segunda Guerra Mundial, existem agora 400 cabeças. Sendo o único carneiro certificado da Áustria, a sua saborosa carne começa a ser comercializada, nomeadamente em 10 restaurantes da

Caríntia, “A procura é muito grande, constata Friedhelm, pois a nossa campanha publicitária ultrapassou as nossas capacidades de venda!”

Friedhelm acredita antes de mais no envolvimento privado: a promoção do produto é inteiramente financiada pela associação Alpen-Adria: relógios, T-shirts, guardas-chuva, etc. com a efígie do precioso carneiro são vendidos em feiras e outras animações que a associação organiza durante o ano, assim como ao longo da Rota da Transumância que está a ser agora balisada. “O nosso objectivo é o auto-financiamento completo dentro de três anos, sobrevivendo, por exemplo, aos dois programas que nos permitiram arrancar, LEADER e INTERREG. O primeiro permitiu-nos abordar o mercado, financiando a assistência técnica necessária, o segundo ajuda-nos a recrutar e organizar os criadores na Eslovénia.”

“As ajudas comunitárias permitiram-nos revalorizar produções agrícolas relativamente indelocáveis” tais como as raças locais tradicionais, coisa que não era possível antes da entrada da Áustria na União Europeia”, afirma Raphaël Pliemitscher, responsável pela associação de criadores de vacas louras, que agrupa 60 agricultores da zona LEADER Norish Region de onde esta raça muito rústica é originária. Estes últimos reconverteram uma parte da sua criação na raça que foi outrora considerada como a “melhor vaca do Império Austro-Húngaro”. Pode, também aqui, falar-se de fileira, pois o projecto envolve criadores, talhantes, profissionais de restaurantes, operadores turísticos e população local: a promoção da “vaca loura” passa pela organização de festas de aldeia. Em alemão, desenvolvimento local diz-se “desenvolvimento regional”: na Áustria como na Alemanha, uma “Região”, unidade territorial de referência para as acções de desenvolvimento rural, é com efeito uma “bacia de vida” a que corresponde normalmente um vale ou um conjunto de vales que ganharam historicamente uma unidade cultural, económica e social. As fileiras organizadas em Caríntia dinamizam esta identidade e, como diz Barbara Klemens, responsável pelo LEADER do Norische Region, “colocam de novo os agricultores no coração do desenvolvimento rural.” <

[*] “Manchas douradas”, jogo de palavras que faz referência à qualidade artesanal da confecção e a uma antiga actividade desta região que possui um filão áureo hoje inexplorado. O ouro constitui uma imagem aglutinadora para o turismo deste território: a “Rota do Ouro” é uma rede de caminhos pedestres que percorrem Grossglockner-Oberes Mölltal.



Superfície do território: 1 586 km²
(Grossglockner-Oberes Mölltal: 596 km²;
Carnica Rosental: 467 km²; Norische Region: 523 km²)
População: 45 928 habitantes
(Grossglockner-Oberes Mölltal: 8 577 hab.;
Carnica Rosental: 22 475 hab.; Norische Region: 14 876 hab.)
Financiamento LEADER II: 8 400 000 ECU - UE: 2 900 000 ECU
Outros fundos 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

Seminários LEADER (Outubro de 1997-Abril de 1998)

O Observatório Europeu LEADER organiza até Abril de 1998 uma série de seminários. Cada um destes encontros decorre numa zona onde o GAL disponha de experiência relevante para o tema tratado. Os programas, línguas e locais definitivos estarão disponíveis 2 meses antes da data de realização da actividade. (Contacto: Observatório Europeu LEADER, Unidade “Organização”).

> **“Formação e desenvolvimento local”**
Datas: 8-11 Outubro 1997.
Línguas: finlandês/inglês/alemão.
Local: GAL North-Eastern Savo (Viitaniemi, Finlândia).

“Organizar a parceria local”

Este segundo caderno da série “Inovação em meio rural” ocupa-se da constituição e funcionamento de parcerias e, portanto, das metodologias que tornam possível – e sus-

- > **Comercializar os produtos locais em circuitos curtos”**
Datas: 5-9 Novembro 1997.
Línguas: português/francês/espanhol.
Local: Mirandela, Terra Quente, (Norte, Portugal).
- > **“Elaborar produtos turísticos em torno dos percursos pedestres”**
Datas: Abril 1998. Línguas: italiano/alemão/inglês.
Local: GAL Appennino Piacentino, Parma (Emilia-Romana, Itália).

tentável – esta dinâmica hoje reconhecida como um elemento chave dos processos de desenvolvimento rural.
(Preço: 300 BEF TTC / cerca de 7,5 ECU).

Publicações LEADER II (repetição)

- > **Guia “Acções Comunitárias e Desenvolvimento Rural”**
(Preço: 1 800 Francos belgas/cerca de 45 ECU)
- > **Guia “Acções inovadoras e Desenvolvimento Rural”**
(Preço: 1 800 Francos belgas/cerca de 45 ECU)
- > **“Avaliar o potencial turístico de um território” (guia metodológico).**
(Preço: 300 Francos belgas/cerca de 7,5 ECU)

- > **“A organização colectiva de uma fileira para a valorização local dos recursos agrícolas: o exemplo da transformação do queijo” (“Inovação em meio rural” - Caderno n.º 1).**
(Preço: 300 Francos belgas/cerca de 7,5 ECU).
- > **Cartaz LEADER II**
(Preço: 700 Francos belgas/cerca de 18 ECU;
cartaz suplementar enviado para a mesma morada:
200 Francos belgas/cerca de 5 ECU).

7 Redes nacionais LEADER II operacionais

À data da redacção deste artigo (Julho de 1997) as redes nacionais LEADER II estavam operacionais nos seguintes países: Alemanha, Áustria, Finlândia, Irlanda, Itália, Holanda e Suécia.

ALEMANHA:
LEADER-Netzwerk-Deutschland,
a/s Hermann Klenner,
Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung,
Adickesallee 40, D-60322 Frankfurt am Main.
Tel: 00 49 69 15 64 756; Fax: 00 49 69 15 64 790.

ÁUSTRIA:
LEADER-Netzwerk-Österreich,
a/s Luis Fidschuster,
ÖAR-Regionalberatung GmbH,
Amalienstr. 68, A-1130 Wien.
Tel: 00 43 1 877 94 21; Fax: 00 43 1 877 94 25;
E-mail: oear@ping.at

FINLÂNDIA:
Sede da Rede:
LEADER-verkostoyksikkö,
a/s Mari Ojanperä,
Prännärintie 17, SF-61800 Kauhajoki.
Tel:00 358 6 2360 067;
E-mail: mari.ojanpera@leader.kauhajoki.fi

Antena de língua sueca:
Finlands LEADER-nätverksenhet (Kristinestad),
a/s Ulf Grindgårds,
Kommunbyrån, SF-64300 Lappfjärd.
Tel: 00 358 6 2221 496; Fax: 00 358 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: 00 353 1 475 81 37; Fax: 00 353 1 475 20 44;
E-mail: fgs@fgs.ie

ITÁLIA:
Rete nazionale italiana LEADER,
a/s Gerardo Delfino / Franco Mantino,
INEA (Istituto Nazionale di Economia Agraria),
Via Barberini, 36, I-00187 Roma.
Tel: 00 39 6 487 07 93; Fax: 00 39 6 474 19 84.

HOLANDA:
Nederlandse LEADER Netwerk
a/s Klaas Bijleveld, Provinciehuis Friesland,
Postbus 20120, NL-HM8900 Leeuwarden.
Tel: 00 31 58 292 52 89; Fax: 00 31 58 292 51 25

SUÉCIA:
Svenska LEADER-Nätverket
Box 787, S-45126 Uddevalla.
Tel: 00 46 522 65 39 13; Fax: 00 46 522 65 39 29;
E-mail: nils.lagerroth@hs-o.hush.se

INFORMAÇÕES:

OBSERVATÓRIO
EUROPEU LEADER
Chaussée Saint Pierre 260
B-1040 Bruxelas
Tel.: +32.2.736 49 60
Fax: +32.2.736 04 34

E-Mail:
leader@aeidl.be

World Wide Web:
http://www.rural-europe.aeidl.be

“Rural Europe”:
o LEADER em linha e em 6 línguas
As publicações (LEADER Magazine, INFO-LEADER, os cadernos técnicos, etc.), o programa das actividades, a lista actualizada de todos os beneficiários LEADER aprovados, assim como diferentes bases de dados são consultáveis em linha e em 6 línguas (francês, inglês, alemão, espanhol, italiano e português) na Internet. Estão também abertos vários fóruns.

Nome: LEADER

(Ligação Entre Acções de Desenvolvimento da Economia Rural)

Tipo de programa: Iniciativa Comunitária

Territórios abrangidos: regiões de Objectivo 1 (com atrasos de desenvolvimento), zonas de Objectivo 5b (zonas rurais frágeis) e zonas de Objectivo 6 (zonas nórdicas de muito baixa densidade populacional) da União Europeia. 10% das verbas destinadas às zonas de Objectivo 5b podem contudo ser afectadas a territórios limítrofes não elegíveis.

Objectivos: na continuidade do LEADER I (1991-1994), o LEADER II visa:

- > encorajar as iniciativas locais de desenvolvimento rural exemplares;
- > apoiar operações inovadoras, demonstrativas e transferíveis que revelem as novas vias a adoptar pelo desenvolvimento rural;
- > multiplicar os intercâmbios de experiências e a transferência de saber-fazer;
- > apoiar projectos de cooperação transnacional resultantes dos actores locais das zonas rurais e que traduzam a sua solidariedade.

Beneficiários: o LEADER II pode financiar duas categorias de beneficiários:

- > em primeiro lugar, os “grupos de acção local”, a saber, um conjunto de parceiros públicos e privados que definem em comum uma estratégia e medidas inovadoras para o desenvolvimento de um território rural de dimensão local (com menos de 100 000 habitantes);
- > outros actores colectivos, públicos ou privados, do meio rural (autarquias, agrupamentos profissionais e sectoriais, cooperativas, associações, etc.), desde que a sua acção, mais temática, se inscreva numa lógica de desenvolvimento ao nível de um território local.

Tipo de medidas: aquisição de competências em matéria de desenvolvimento rural, programas de inovação rural (formação profissional, turismo rural, apoio às pequenas empresas, valorização das produções agrícolas, silvícolas e da pesca local, melhoria do ambiente e do quadro de vida, etc), cooperação transnacional.

As diversas componentes do LEADER II articulam-se em torno de uma “Rede Europeia de Desenvolvimento Rural” permitindo uma ampla difusão (seminários, intercâmbios, publicações) das acções inovadoras empreendidas a favor do mundo rural e facilitando as cooperações transnacionais. Esta rede é animada pelo “Observatório Europeu LEADER”.

Duração do programa: 6 anos (1994-1999)

Dotação de origem comunitária: cerca de 1 755 milhões de ECU (dos quais mais de 1 000 milhões para as regiões de Objectivo 1) financiados pelos três Fundos Estruturais.



**Observatório
Europeu LEADER**



**Comissão Europeia
DG VI Agricultura**

LEADER magazine é a revista trimestral do programa de desenvolvimento rural LEADER II. - O **LEADER II** (“Ligação Entre Acções de Desenvolvimento da Economia Rural”) é uma Iniciativa Comunitária lançada pela Comissão Europeia e coordenada pela sua Direcção-Geral de Agricultura (Unidade VI-F.1.1) - O conteúdo do LEADER MAGAZINE não reflecte necessariamente as opiniões das instituições da União Europeia - **Direcção da redacção:** A.E.I.D.L./ Observatório Europeu LEADER - **Editor responsável:** William Van Dingenen, A.E.I.D.L., Chaussée Saint-Pierre 260, B-1040 Bruxelas - **Jornalismo:** Jean-Luc Janot - **Colaboraram neste número:** Yves Champetier, Jacques Fournier, Katell Gurnic, Bertrand Hervieu, Michel Hofmann, António Realinho, Veronika Veits - **Fotografias:** grupos LEADER, Campagne Campagne, Ann Linden, Ferdinand Neumüller, Hans-Olof Utsi - **Fotografia da capa:** Campagne Campagne - **Coordenação da produção:** Christine Charlier - **Concepção gráfica:** Kaligram - Impresso na Bélgica em papel branqueado sem cloro - O **LEADER magazine** é publicado nas onze línguas da União Europeia e tem uma tiragem de 37 500 exemplares. - **Informações:** **LEADER magazine**, A.E.I.D.L., Chaussée St. Pierre 260, B-1040 Bruxelas, Bélgica. Tel: +32.2 736 49 60. Fax: +32.2. 736 04 34. E-Mail: leader@aeidl.be - WWW: <http://www.rural-europe.aeidl.be>