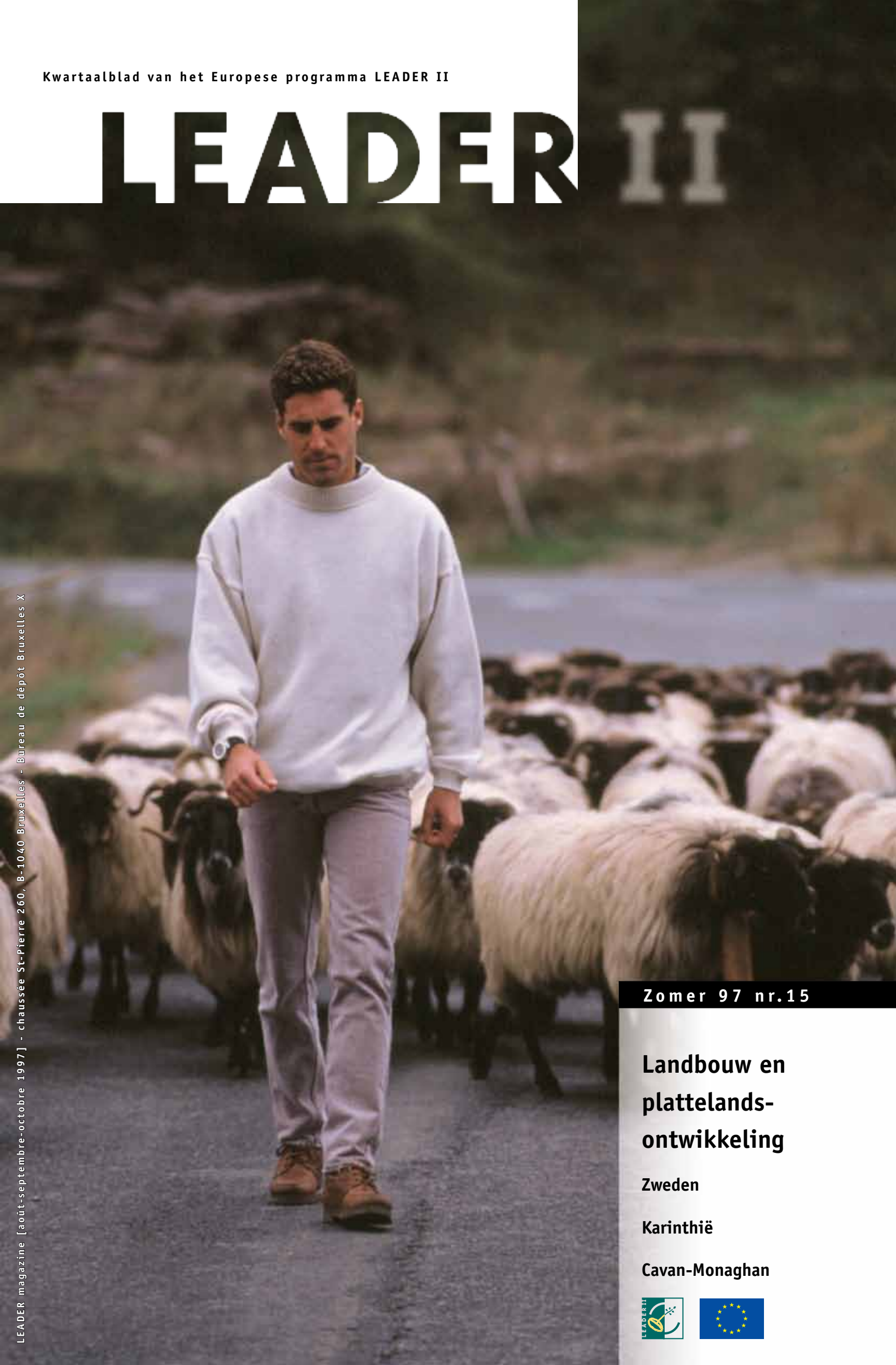


Kwartaalblad van het Europese programma LEADER II

LEADER II

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



Zomer 97 nr.15

**Landbouw en
plattelands-
ontwikkeling**

Zweden

Karinthië

Cavan-Monaghan



LEADER II in actie



Land: Spanje
Verwezenlijkte actie: energiehoudende teelten
Kosten: 35 312 ECU
EU en andere openbare fondsen: 23 542 ECU
Privé: 11 770 ECU

“In Sierra de Segura wordt veel belang gehecht aan het hergebruik van landbouw- en bosbouwafval. Er is al een energiecentrale op biomassa die gebruik maakt van de resten van olijfolie en van het hout en de takken die na bosontginning achterblijven. LEADER steunt op dit moment de bebouwing van braakgrond met energiehoudende gewassen (koolzaad en rogge), waarvan biodiesel geproduceerd kan worden. Het project wordt geleid door een aantal partners: de lokale en regionale overheid, het Centrum voor landbouwonderzoek van Cordoba (CIFA), de Universiteit van Jaén, het elektriciteitsbedrijf van Sevilla, de School voor biologische landbouw van Sierra en een autoconstructeur.”

Luis Parra,
LEADER-verantwoordelijke



Land: Nederland
Verwezenlijkte actie: steun aan de teelt van bolgewassen
Kosten: 283 500 ECU
EU: 40 500 ECU
Andere overheidsfondsen: 27 000 ECU
Privé: 216 000 ECU

“De LEADER-groep Noordwest-Friesland steunt de diversificatie van de landbouw en stimuleert in het kader daarvan de teelt van bolgewassen. Die past namelijk precies in de rotatiecyclus van de plaatselijk verbouwde gewassen, zodat er veel minder scheikundige meststoffen nodig zijn dan in andere streken van Nederland. Deze activiteit vormt voor bepaalde landbouwbedrijven in het gebied al een nieuwe bron van inkomsten en heeft bovendien al tot nieuwe banen geleid. LEADER neemt tot twintig procent van de kosten van de aankoop van zaaibollen op zich. Tot het einde van 1997 zullen ongeveer twintig landbouwers gebruik hebben gemaakt van deze maatregel, die ongeveer tien hectare meer heeft opgeleverd voor de bloemonteelt.”

Jan R. van Weperen,
LEADER-coördinator



Land: Denemarken
Verwezenlijkte actie: centrum voor landbouwontwikkeling en -innovatie
Kosten: 132 000 ECU
EU en nationale fondsen: 66 000 ECU
Privé: 66 000 ECU

“Het LUIIC (Centrum voor landbouwontwikkeling en -innovatie) vormt de hoeksteen van het programma van LEADER in Bornholm. Het centrum beschikt over een team adviseurs en steunt de start en de begeleiding van nieuwe activiteiten: de introductie van hoevetoerisme en de stimulering van de betrokken landbouwers; de benutting van het gastronomisch erfgoed van het eiland (zalm, gerookte haring en kaas) door middel van de organisatie van korte distributieketens (gezamenlijke organisatie van producenten, restauranthouders en winkeltjes); verkoop van hoeveproducten, met name geitenvlees, door gebruik van kleinschalige slachthuizen en rechtstreekse verkooppunten in de boerderijen.”

Niels Chresten Andersen,
LEADER-verantwoordelijke



Land: Frankrijk
Verwezenlijkte actie: de “Route de l’Olivier”
Kosten: 356 000 ECU
EU: 150 000 ECU
Andere overheidsfondsen: 104 000 ECU
Privé: 102 000 ECU

“Dit project verbindt landbouw, milieu en toerisme in de verfraaiing van het landschap in zes gemeenten, de renovatie van het erfgoed en de verbetering van de ontvangst van het publiek in zeven actieve oliemolens. De ‘Route de l’Olivier’ wordt op dit moment aangelegd en de ‘Guide des Routes de l’Olivier’ wordt in heel Frankrijk verspreid. Een intensieve promotiecampagne heeft geleid tot een grote media-aandacht. Het project voor landschapsverfraaiing wordt nu in het kader van de milieu- en landbouwmaatregelen van de PAC uitgevoerd.”

Gilberte Brémond,
LEADER-verantwoordelijke



In 't kort...

Yves Champetier, Directeur,
Europees LEADER-Observatorium

In de schijnwerpers: Zweden 4



Het Zweedse plattelandsbeleid. Interview met Marianne Stålberg, algemeen directrice van het Nationaal bureau voor plattelandontwikkeling (GBV).

Landbouw en plattelandontwikkeling: een noodzakelijke convergentie 6



Bertrand Hervieu breekt een lans voor een landbouw die voldoet aan de verwachtingen en de belangen van alle Europese samenlevingen en gebieden in hun geheel. Drie voorbeelden van LEADER.

Europese maatregelen ter ondersteuning van jonge landbouwers 14



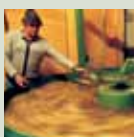
Er zijn meer communautaire en nationale maatregelen nodig om werkgelegenheid voor jongeren in de landbouw mogelijk te maken en ervoor te zorgen dat zij actief kunnen bijdragen tot de ontwikkeling van hun gebied.

LEADER Cavan-Monaghan (Ierland): van landbouwbedrijf tot plattelandsbedrijf 15



In deze twee graafschappen aan de grens met Noord-Ierland zijn veel landbouwers gestart met een tweede activiteit, die vaak hun eerste lijkt te gaan overtreffen. Sommige boerderijen worden op die manier echte ambachtsbedrijven. En LEADER begeleidt hen.

LEADER en de landbouw in Karinthië (Oostenrijk): lokale verstrengeling 19



Uitgaande van de plaatselijke tradities, maar lang ondergewaardeerde landbouwproducten worden echte "ontwikkelingsketens" opgezet. Hierdoor krijgt de gehele economie van de drie gebieden van Karinthië waar LEADER werkt een nieuwe impuls.

Dit vijftiende nummer van LEADER Magazine is gewijd aan de belangrijke – en veelledige – rol die landbouwers vervullen in de ontwikkeling van het platteland, maar ook aan de grondige wijzigingen die de Europese landbouw ondergaat en de huidige perspectieven voor de plattelandsgebieden.

Sommige van die wijzigingen worden gedictieerd door de nieuwe verwachtingen van consumenten over de kwaliteit en de diversiteit van hun voedingsmiddelen. De ontwikkeling van de vraag naar specifieke kwaliteitsproducten biedt bedrijven en plattelandsgebieden nieuwe mogelijkheden. Tijdens de laatste conferentie van het Europees LEADER-Observatorium werd de specifieke taak die de lokale actiegroepen hierin hebben besproken.

Ongeveer vijftig groepen uit zes lidstaten kwamen van 11 tot 15 juni 1997 bij elkaar in het stadje Kinsale (LEADER-gebied West-Cork, Ierland). Zij bespraken de gezamenlijke commercialisering van voedingsproducten van hoge kwaliteit in een lange keten.

De verschillende methodes die landelijke voedingsmiddelenbedrijfjes toepassen om hun producten buiten hun plaats of streek te verkopen, werden er onder de loep genomen.

Voedingsmiddelen van een specifieke kwaliteit kunnen interessante perspectieven bieden aan landbouwers en verwerkers van landbouwproducten. Maar velen onder hen lijkt de ontginning van nieuwe markten te moeilijk of onmogelijk, vanwege onder andere de schaal van hun productie, hun productgamma, onvoldoende commercieel inzicht of moeilijke toegang tot informatie.

De zes gevallen die in het kader van de conferentie werden geanalyseerd, boden een blauwdruk van de diversiteit aan initiatieven die plattelandsbewoners in Ierland, Spanje, Frankrijk en Italië hadden genomen. Er bleek tevens dat bepaalde elementen essentieel zijn voor het slagen van dit soort acties: het opstellen van geschikte structuren voor de verwerking, de kwaliteit van het product, de samenwerking van de producenten, de toereikendheid van hoeveelheden en gamma's, de regelmaat van de bevoorrading, een hoog niveau van professionaliteit, een doeltreffende commerciële organisatie, enz.

Tijdens de conferentie werd eveneens de taak van de LEADER-groepen gepreciseerd. Zij staan dichtbij de bewoners, helpen hen bij het onderkennen van de mogelijkheden van het gebied, spelen een fundamentele rol bij het opwekken van initiatieven en de vorming en groepering van de betrokken producenten en begeleiden de verschillende fases van de projecten.

Ook mobiliseren zij bij hun verschillende partners en gespecialiseerde instellingen de specifieke vaardigheden die nodig zijn om een project te laten slagen, bijvoorbeeld onderzoek en ontwikkeling, aandacht voor het ontwerp en de verpakking van de producten, het voeren van doelgerichte marketingacties, enz.

Met name onder deze voorwaarden kunnen de plattelandsgebieden voordeel hebben van de nieuwe activiteiten, die concurrentieel zijn en tegelijkertijd een toegevoegde waarde en dus werkgelegenheid bevatten. Onder deze voorwaarden kunnen ze hun kennis en hun nog te vaak onbenutte waaier van middelen benutten om de consument een steeds gediversifieerder palet van producten van Europese bodem aan te bieden. <



In de schijnwerpers

Zweden

De afstanden en de verspreiding van de bevolking vormen twee grote beperkingen voor de ontwikkeling van het Zweedse platteland.

De kloof in de bevolking tussen noord en zuid is bepalend voor de ontwikkeling en de ruimtelijke ordening van Zweden. De zuidelijke helft van het land herbergt het grootste deel van de bevolking, die geconcentreerd is in drie grote stedelijke centra en talloze kleine steden. De noordelijke helft is de “leegste” uitgestrekte vlakte (2,2 inwoners/km²) van de Europese Unie en komt in aanmerking voor Doelstelling 6 van het Structuurfonds. Het Zweedse platteland vormt een relatief homogeen geheel, zowel op de mindere punten (het klimaat is ruw in het noorden en in het zuiden, de afstanden naar het werk of dienstverlenende instanties zijn lang), als op de sterke punten (hoge levenskwaliteit, goed milieubehoud, sterk verenigingsleven, grote autonomie bij de plaatselijke groeperingen). Toch kan het grofweg worden opgedeeld in drie grote geo-economische gehelen:

- > de noordelijke streken zijn zeer dun bevolkt en vormen belangrijke gebieden voor mijn- en bosontginning, die van vitaal belang zijn voor de grootste exportsectoren van Zweden: staal- en metaalindustrie, papier en timmerhout;

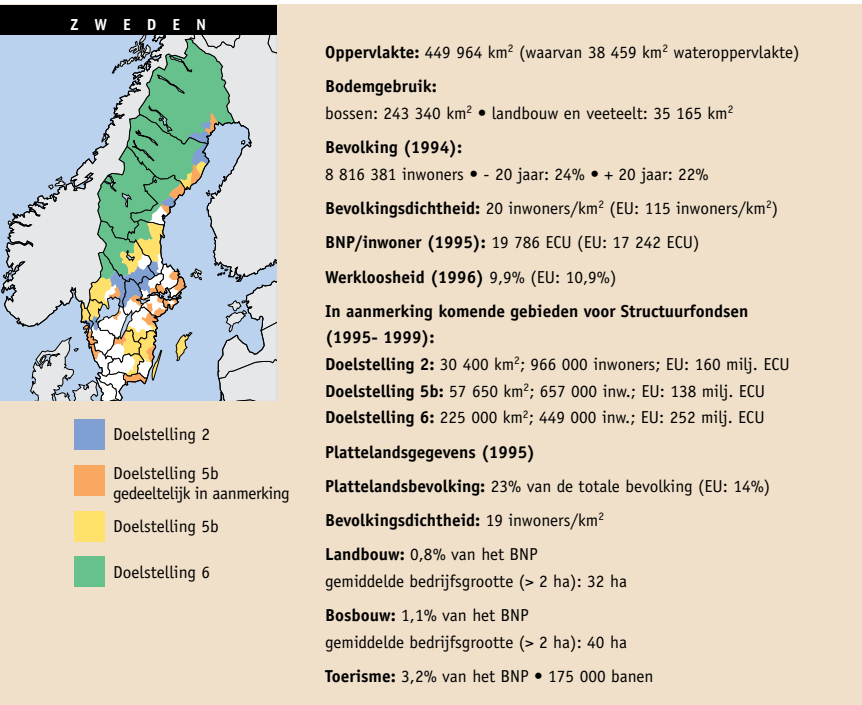
- > het zuiden verwezenlijkt het grootste gedeelte van de Zweedse landbouwproductie, vooral veeteelt. Bovendien bevat het uitgestrekte bossen.
- > de “Zweedse archipel” is een naam die verwijst naar het geheel van Zweedse eilanden dat een heel eigen milieu heeft. Het landschap en de bebouwing zijn zeer aantrekkelijk en bieden veel mogelijkheden voor recreatie.

Verstedelijking

Tijdens de jaren vijftig onderging het Zweedse platteland een grondige sociaal-demografische wijziging. De stijging van de productiviteit door de modernisering van de bedrijfsvoering leidde tot een sterke vermindering van de werkgelegenheid in land- en bosbouw en dit veroorzaakte een grote uittocht van het platteland naar de drie grote agglomeraties van het land: Stockholm, Göteborg en Malmö. De bevolkingsdaling op het platteland hield aan tijdens de jaren zeventig en de eerste helft van de jaren tachtig, maar was minder algemeen. Voor het platteland in zijn geheel keerde het tij tijdens de tweede helft van de jaren tachtig en voor de eerste keer sinds honderd jaar steeg de bevolking op het platteland. Maar dit betrof vooral de gebieden die relatief dicht bij de steden lagen, terwijl de noordelijke streken nog steeds een daling kenden, hoewel deze minder sterk was.

“Heel Zweden moet leven”

Tijdens de jaren zestig integreerde Zweden specifieke maatregelen ten voordele van het platteland in zijn regionaal beleid. Midden jaren zeventig werd een echt plattelandsbeleid op poten gezet, dat was gericht op duurzame ontwikkeling, sociale verbanden en toegang tot dienstverlening van hetzelfde niveau als in de steden. Op nationaal niveau werd in 1977 de Adviescommissie voor plattelandsbeleid opgericht. Twee jaar later werd er een grootscheeps programma gestart met het oog op de diversificatie van de plattelands-economie. Dat was gericht op de ontwikkeling van niet-agrarische activiteiten en steun aan kleine bedrijven. In de jaren tachtig nam de “bottom-up”-benadering van ontwikkeling een hoge vlucht. Steeds meer betrokkenen van alle niveaus en uit alle sectoren ontplooiden activiteiten op het gebied van de lokale ontwikkeling. De lokale bevolking moest vooral compensatie vinden voor bepaalde



negatieve gevolgen van de fusie van gemeentes die tijdens de jaren zestig en zeventig plaatsvond. Van de 1 031 gemeentes in 1960 waren er in 1974 nog 278 over, terwijl de gemeente altijd een heel belangrijke rol heeft gespeeld op het gebied van sociale verbanden en dienstverlening aan de bevolking (sociale zekerheid, lagere en middelbare scholen, cultuur, enz.).

De campagne "Hela Sverige ska leva" ("Heel Zweden moet leven") getuigt ervan dat de lokale bevolking haar ontwikkeling in eigen handen nam. Deze actie werd in 1988-89 gevoerd in het kader van een campagne ten gunste van het platteland waartoe de Raad van Europa het initiatief had genomen. Er werd een grootschalige actie gevoerd om mensen bewust te maken voor de problemen van het platteland en deze mondde uit in de oprichting van 3 500 "lokale groepen" voor ontwikkeling, die verenigd waren in de "Raad van de volksbeweging" ("Folkrörelseradet"). Die had tot belangrijkste taak de lokale ontwikkeling te bevorderen door de leiding te nemen over een hele reeks aan initiatieven op sociaal, cultureel en economisch gebied.

In 1990 werd de Adviescommissie voor plattelandsbeleid vervangen door het nationale bureau GBV ("Glesbygdsverket" / "Nationaal bureau voor plattelandsontwikkeling"). Dat heeft een multisectoriële aanpak, die alle kwesties in verband met plattelandsontwikkeling bestrijkt. De GBV helpt bij de coördinatie van de beleidsopties en de programma's voor het platteland en stimuleert en steunt de uitvoering van vaak vernieuwende projecten in diverse sectoren, zoals werkgelegenheid, oprichting van bedrijven, dienstverlening, gemeentelijke ordening, cultuur, acties ten voordele van vrouwen, jongeren, enz.

Sinds de toetreding van Zweden tot de Europese Unie is de GBV betrokken bij de meeste communautaire beleidsvoeringen die betrekking hebben op plattelandsgebieden van Doelstelling 5b en bij bepaalde programma's – zoals LEADER – van Doelstelling 6. Het bureau heeft een centrale rol gespeeld bij de voorbereiding van LEADER II, het coördineert de uitwerking van het Initiatief op nationaal niveau en geeft technische bijstand (advies, opleidingen, informatie) aan lokale actiegroepen.

LEADER II: complementariteit en innovatie

Doordat het een geïntegreerde en multisectoriële aanpak heeft, kon het communautaire Initiatief LEADER II makkelijk worden geïntegreerd in de doelstellingen van het globale regionale beleid van Zweden.

Net zoals Finland heeft Zweden twee "regionale" LEADER II-programma's op poten gezet, respectievelijk voor de Doelstelling 5b-gebieden en voor de Doelstelling 6-gebieden. De eerste groep gebieden krijgt een communautaire bijdrage van 12,1 miljoen ECU op een geschatte totale begroting van 71,8 miljoen ECU. De tweede groep mag rekenen op een communautaire bijdrage van ongeveer 4 miljoen ECU op een totaal bedrag van 14,1 miljoen ECU. In beide gevallen is er een grote bijdrage uit de particuliere sector, ter waarde van 44 procent van de totale kosten voor de Doelstelling 5b-gebieden en 43 procent van de totale kosten voor de Doelstelling 6-gebieden.

Uiteindelijk erkende de Zweedse overheid twaalf lokale actiegroepen, op aanbeveling van de GBV, na een selectie door een comité van onafhankelijke beoordelaars. Drie zeer

belangrijke criteria daarbij waren regionale diversiteit (geografisch evenwicht), voorbeeldfunctie (innovatie en overdraagbaarheid) en lokale representativiteit (verscheidenheid onder de leden).

Het specifieke karakter van LEADER ten opzichte van andere communautaire en nationale programma's werd zeer geapprecieerd in Zweden. Gelijke kansen en respect voor het milieu zijn twee intrinsieke aspecten van de acties van de lokale actiegroepen en zij beschikken over een grote zelfstandigheid. De ontwikkeling van Lapland (er wonen ongeveer 17 000 Lappen in Zweden) is tevens een belangrijk aandachtspunt binnen het LEADER-programma van Doelstelling 6.

De Raad van de volksbeweging, de GBV en andere instellingen die betrokken zijn bij plattelandsontwikkeling staan samen in voor de werking van het nationaal netwerk LEADER II, dat vanaf juni 1997 in werking is. <

GBV [Glesbygdsverket / Nationaal bureau voor plattelandsontwikkeling]

Splintvägen 1, S-83172 Östersund

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



Marianne Ståhlberg, algemeen directrice van het Nationaal bureau voor plattelandsontwikkeling [GBV]

Mevrouw Ståhlberg, welke Europese rol heeft de GBV?

Vanaf de oprichting in 1991 is de belangrijkste functie van het Nationaal bureau voor plattelandsontwikkeling ervoor te zorgen dat het Zweedse regionale beleid zo gunstig mogelijk is voor de plattelandsgebieden. Na de toetreding van Zweden tot de Europese Unie zijn wij ook verantwoordelijk voor het programma LEADER II en de coördinatie van de Doelstelling 5b-programma's. Deze Europese dimensie is bijzonder motiverend voor ons die in het hart van het Zweedse platteland wonen.

"Partnerschap" is een sleutelwoord voor LEADER. Hoe wordt dit concept vormgegeven in de context van het Zweedse platteland?

Ik ben blij dat u dit punt aanhaalt. Juist die invalshoek van partnerschap maakt LEADER II vernieuwend in Zweden. Al onze lokale actiegroepen zijn brede samenwerkingsverbanden, met vertegenwoordigers uit lokale verenigingen, dorpsraden, scholen en de privé- en de overheidssector, die samen de ontwikkeling van hun gebied aanpakken. De lokale representativiteit was een bepalende factor bij de selectie van de LEADER-groepen en ik stel met genoegen vast dat ook de LAG's er een groot belang aan hechten.

Wat hebben de Zweedse lokale actiegroepen de andere LEADER-groepen in Europa te bieden en wat kunnen zij omgekeerd van hen leren?

Ik denk dat de bijdrage van Zweden betrekking kan hebben op twee specifieke domeinen: milieubescherming en de deelname van vrouwen aan de ontwikkeling. In beide gevallen beschikken wij over een grote ervaring die teruggaat tot het begin van de jaren zeventig. In het hele land zijn er talloze lokale verenigingen die de "Agenda 21" van de top van Rio in de praktijk willen brengen en milieuvraagstukken tot een prioriteit maken.

Wat vrouwen betreft, zij spelen vaak een beslissende rol in ontwikkelingsinitiatieven. Zij nemen in grote aantallen deel aan projecten en hebben vaak een leidinggevende functie. Met betrekking tot wat wij kunnen leren van andere landen, denk ik vooral aan de werkzaamheden binnen de lokale samenwerkingsverbanden, waar de privésector sterk vertegenwoordigd is. <

Landbouw en plattelands o een noodzakelijke

Het kan goed gaan met de landbouw, maar slecht met het platteland. We kunnen dus niet nadenken over de toekomst van de plattelandsgebieden in Europa zonder de rol van de landbouw in het gebruik van deze gebieden erbij te betrekken. Hoe moeten we ons een landbouw voorstellen die tegemoet komt aan de verwachtingen en de belangen van de maatschappij en van het geheel van Europese plattelandsgebieden?

BERTRAND HERVIEU

Bertrand Hervieu is verantwoordelijk voor het onderzoek van het CNRS (Centre National de la Recherche Scientifique, Frankrijk) en is bijzonder geïnteresseerd in de hervormingen op het platteland en in het landbouwbeleid. Hij heeft verschillende boeken geschreven over het Franse platteland en is een van de leden van de Groep van Brugge, een groep van twintig vooraanstaande Europese figuren die graag een bijdrage willen leveren tot het maatschappelijke debat over de toekomst van het landbouwbeleid.

De ontwikkeling van het platteland wordt bedreigd door twee mogelijke struikelblokken: enerzijds het denken dat de ontwikkeling van het platteland losstaat van de ontwikkeling van de landbouw en anderzijds het denken dat het platteland onafhankelijk is of zelfs vijandig staat ten opzichte van de landbouw. Als we de ontwikkeling van het platteland alleen in termen van de landbouw bekijken, dan leidt dat tot de impasses die we maar al te goed kennen. Het is bekend



ontwikkeling: convergentie

dat de landbouwbevolking slechts een klein gedeelte van de beroepsbevolking van het platteland uitmaakt. Op een bepaalde manier is de aandacht voor de ontwikkeling van het platteland zelfs voortgekomen uit de bewustwording van de gevolgen van de duizelingwekkende groei van de landbouwproductiviteit. Die noodzaakte het vinden van nieuwe bronnen van opbrengst en werkgelegenheid op het platteland om de bevolking daar te behouden en de uittocht tegen te gaan. Men kan zelfs stellen dat het succes van het productivistische landbouwmodel de problematiek in de plattelandsontwikkeling heeft veroorzaakt.

We staan tegenover de volgende paradox: Europa is uitgegroeid tot een zeer grote macht op het gebied van landbouw en landbouwindustrie, maar is intussen geen agrarische samenleving meer. Een deel van de grond wordt niet meer toegewezen aan de landbouw. Er is een opmerkelijke concentratie bezig die de productie wil laten plaatsvinden op de plaatsen waar de verwerking

en de distributie gebeurt. De havendriehoek Amsterdam-Londen-Rouen heeft zo'n enorme aantrekkingskracht dat het goed mogelijk is dat over dertig jaar zestig tot zeventig procent van de Europese landbouwproductie geconcentreerd is in de strook langs het Kanaal en de Noordzee, van Kopenhagen tot Brest.

Het kan goed gaan met de landbouw, maar slecht met een groot gedeelte van het platteland. We kunnen dus niet nadenken over de toekomst van het platteland zonder de rol van de landbouw in het gebruik van de plattelandsgebieden te betrekken. Bovendien komt de Europese bijdrage tot de oplossing van dit probleem uit de landbouwbegroting: 40 miljard ECU in 1997, meer dan de helft van de volledige begroting van de Europese Unie.

Hoe kunnen we rekening houden met het bovenstaande en een landbouw ontwikkelen die voldoet aan de verwachtingen en de belangen van de maatschappij en de Europese gebieden in het algemeen? Als we hiervoor een programma willen opstellen, dan moeten we eerst inzien dat landbouw niet alleen materiële maar ook immateriële goederen, niet alleen voedingsmiddelen maar ook andere producten en niet alleen handelswaar, maar ook niet-verhandelbare waar produceert.

Kwaliteit, stuwende kracht achter verandering

Op het gebied van de voedingsmiddelenproductie moeten de kwantitatieve doelstellingen worden vervangen door kwalitatieve. Kwaliteit is waarschijnlijk de stuwende kracht achter de economische en culturele verandering die moet plaatsvinden.

Het eerste aspect van kwaliteit betreft de kwaliteit van het product zelf. Op dat gebied worden de eisen steeds groter en soms tegenstrijdig, maar deze tegenstrijdigheden mogen ons niet afleiden van de essentie: De Europese voeding is sneller gestandaardiseerd dan vijftien tot twintig jaar geleden mogelijk werd geacht en dat werd mede in de hand gewerkt door het gemeengoed worden van de landbouwproducten die op de markt kwamen. Er zijn een paar episodes geweest waarin de bewustwording van de consument gestalte kreeg. Iedereen herinnert zich de grote ongerustheid van de consu-





“Ruimtelijke ordening ter stimulering van de vestiging van jonge landbouwers”

Jacques Fournier [LEADER Livradois-Forez, Frankrijk]



In de vallei van de Ance, in het regionaal natuurpark van Livradois-Forez (Auvergne), is dertig procent van de beroepsbevolking actief in de landbouw, maar veel landbouwers zijn oud en hebben geen opvolging. De extreme versnippering van de percelen en het oprukken van het bos naar de randen van het dal zorgen ervoor dat het land rond de dorpen en gehuchten geleidelijk en sluipend wordt afgesloten. Deze vermindering van de ruimte heeft onder andere tot gevolg dat jonge landbouwers er zich niet snel zullen vestigen, omdat ze moeite hebben voldoende oppervlakte te vinden voor een rendabel landbouw- of bosbouwbedrijf en omdat er een tekort is aan beschikbare gebouwen, doordat boerderijen worden omgebouwd tot tweede woning. Vanaf 1992 is er op initiatief van het park een experiment met de ruimtelijke ordening gestart in verschillende geografische sectoren van Livradois-Forez, waaronder ook de Vallée de l'Ance valt. Dit experiment bestrijkt intussen 55 gemeentes (ongeveer 1.000 km²). Lokale werkgroepen gaan samen op zoek naar de doelstellingen voor het bodemgebruik op middellange en lange termijn, die worden gedeeld door de lokale overheid en alle beroepscategorieën die in het gebied werkzaam zijn. Deze actie werd gedeeltelijk gefinancierd door LEADER I en is in vier fasen verlopen.

1) Het initiatief werd voorgesteld aan de gemeenteraden die zich er vervolgens toe verbonden de doelstellingen voor de ruimtelijke ordening van de komende vijftien jaar te bepalen, in nauw overleg samen te werken met de buurgemeentes en een werkgroep op te richten die representatief was voor de inwoners van de gemeente; 2) De werkgroepen brachten de grondbezetting in kaart, identificeerden de gebruikers van de landbouwgrond en bestudeerden het grondgebruik inzake de kwaliteit van het leefklimaat en het landschap, de economie van de landbouw, de bosbouw en het toerisme, de jacht, de visvangst, enz. Deze diagnosefase werd afgesloten met een samenvattend rapport dat na de bekrachtiging door de lokale bevolking een referentiedocument voor het gebied werd;

3) Er werd een eerste actieprogramma uitgewerkt. In de Vallée de l'Ance werd dit programma in april 1996 omgezet in een “gebiedscontract”, dat werd ondertekend door de lokale overheid en alle betrokken partners; 4) Een jaar na de ondertekening van het actieprogramma “Vallée de l'Ance”, bestaande uit dertien maatregelen, werd tijdens een evaluatievergadering de voortgang van de realiseringen besproken. Ter illustratie kunnen we de volgende realiseringen vernoemen:

- > in een hoeve werd een uitspanning gevestigd (de gemeente kocht een huis in een dorp waar de laatste landbouwer van plan was met vervroegd pensioen te gaan. In de loop van 1996 hebben zich verschillende kandidaten aangeboden);
- > 60 ha grond werd in bewerkbare staat hersteld;
- > in de buurt van een dorp en een secundaire route werd een bomeneiland in een landbouwgebied geveld en werd de grond klaargemaakt voor verbouwing;
- > er werd een grondreserve aangelegd en met hulp van LEADER II werd iemand aangesteld die eigenaars die hun terrein willen verkopen en landbouwers die er zich willen vestigen met elkaar in contact moet brengen, zodat er geleidelijk een beweeglijke grondmarkt ontstaat.

De pijlers van het initiatief worden gevormd door continuïteit en controle. Met de actie wil men er in eerste instantie voor zorgen dat de lokale overheid, de landbouwers, de jagers, de bosbouwers, de vissers, de reisbureaus, de handelaars, enz. elkaar vinden en samenwerken aan de voorwaarden voor een toekomst voor hun gebied. Dit is een werk van lange adem, waarvan de eerste resultaten geleidelijk zichtbaar worden in concrete realiseringen in het gebied. <



ment tijdens de affaire van de hormonenkalveren of tijdens de epidemie van de dolle-koeienziekte.

De publieke opinie is erg gevoelig geworden voor hygiëneproblemen op voedingsgebied en consumenten zijn even veeleisend voor massaproducten als voor luxe-producten. De mensen die zich ergeren aan een bepaalde overmaat op dit gebied vinden dat de veelvuldige criteria voor de bepaling van kwaliteit vaak subjectief zijn. Maar ze hebben geen gelijk als ze niet willen ingaan op de uitdaging die het bepalen van de kwaliteit van voedingsproducten vormt. Deze kwaliteit kan worden opgedeeld in een aantal aspecten: de kwaliteit van de smaak, de kwaliteit van de voedingswaarde, de hygiënische kwaliteit die verband houdt met versheid en bewaarbaarheid, de kwaliteit van de presentatie, enz. Producenten, verdelers en consumenten hechten een verschillend belang aan de diverse aspecten en hebben er uiteenlopende meningen over. Maar het is mogelijk definities vast te leggen en deze te verbeteren in een constant debat tussen alle betrokkenen. Het aanbrengen van etiketten met de herkomstbenaming is een goed voorbeeld van een van de mogelijkheden die een opmerkelijk gunstig effect hebben op de productie en op een specifieke regio. De LEADER-programma's zetten zich in grote mate in voor deze initiatieven.

Over "op standaardmaat"

Maar het zou verkeerd zijn uit dit voorbeeld af te leiden dat de middelen voor kwaliteitsbenutting alleen uitzonderlijke en marginale producten betreffen. Ze hebben ook betrekking op de gehele dagelijkse consumptie, in een constante afwisseling van "gewone" en "verfijnde" producten. In de hele samenleving zijn de zorg om smaak en de gezondheid van groot belang geworden. Er is een groei in de dagelijkse consumptie van bereide, makkelijk te serveren standaardproducten, waarvan de consument verwacht dat ze voldoen aan bepaalde kwaliteitseisen, dat wil zeggen dat ze in alle veiligheid geconsumeerd kunnen worden. Deze groei gaat samen met een volledig parallelle stijging van de vraag naar specifieke, zeldzame of "andere" producten: producten uit een bepaald gebied, hoeveproducten, labelproducten bestemd voor de bereiding, enz. De stijgende consumptie van bereide producten gaat samen met een opmerkelijke ontwikkeling van de gastronomie. De consumptie van dit soort producten kan zich in Europa verspreiden dankzij de hervorming van de distributiekanaalen. In bepaalde landen kunnen tegenwoordig de "gewone" en de "kwaliteitsproducten" in dezelfde zaken worden gekocht. Of een product wordt verkocht door een gespecialiseerde verdeler of door een grote traiteur is niet van invloed op de kwaliteit van het product. Ook de grote distributieketens hanteren kwaliteitseisen en zijn steeds



Het maken van schapenkaas
in de LEADER-zone van Rhodes [Griekenland]

meer op zoek naar specifieke producten die origineel zijn, maar gelijkmatig en van een constante kwaliteit. Het kwalitatief hoogstaande hoeveproduct hoeft niet meer uitsluitend in de hoeve te worden verkocht. Maar het moet kunnen beantwoorden aan bepaalde criteria op het vlak van organisatie, groepering en verpakking om te kunnen deelnemen aan de grootschalige distributie.

In een groot gedeelte van Europa wordt onze voeding "op standaardmaat" gemaakt en de producenten moeten op een subtiele manier te werk gaan om te voldoen aan de aanvullende of gelijktijdige verwachtingen die zeker niet oneindig zijn, maar wel onvermijdelijk. De vraag in een sector als die van de voedingsmiddelen evolueert zeer sterk en alleen de producenten die het ingewikkelde proces van aanbod en onderhandelen beheersen, kunnen hierin standhouden. En bij dit proces spelen veel culturele factoren een rol. Het is duidelijk: Tegenwoordig is kwaliteit niet alleen van toepassing op het product zelf, maar ook op het productieproces en de productie-ondersteuning, in dit geval de grond en het water.

Niet-voedingsproducten

De geschiedenis van de twintigste eeuw heeft ons duidelijk gemaakt dat ontwikkelde maatschappijen steeds minder beroep doen op mijnbouw en ontginning van natuurlijke rijkdommen, maar in de plaats daarvan hun eigen energiegrondstoffen gaan zoeken en produceren. In deze context is de biologische en biotechnologische productie van energie (ethanol, koolzaadether, enz.) op lange termijn van strategisch belang en van groot belang voor het milieu. Het belang van deze evolutie is te vergelijken met het belang van de voedselproductie in het verleden, zelfs al bevinden we ons in een experi-

→ menteel stadium dat veel geduld en aanvaarding van risico's vraagt aan de verschillende partners, met name aan de industriëlen.

De productie van energie heeft de landbouw nodig voor de productie van de basismoleculen voor de synthetische industrie, textiel of geneesmiddelen. Deze deelname van de landbouw aan de nieuwe cultuur van energie en milieu via de niet-voedingsproducten is een nieuwe ontwikkeling met verstrekkende gevolgen.

Immateriële goederen

De landbouw produceert niet alleen materiële goederen en grondstoffen, maar kan ook immateriële goederen voortbrengen. Dit gebeurt dan ook steeds vaker, op twee belangrijke gebieden.

Landbouw

Het eerste gebied behelst alles wat betrekking heeft op cultuur, gezondheid, gastronomie, toerisme, pedagogie en de vorming van kinderen. Er moeten nieuwe beroepen ontstaan die inspelen op de verwachtingen van consumenten en burgers. Deze vraag zou steeds minder een "secundaire" of "aanvullende" vraag moeten worden, die slechts betrekking heeft op recreatie en de ontspanning

van stadsbewoners die op zoek zijn naar de buitenlucht. De consumptie van cultuur en ontspanning vertegenwoordigt niet alleen een stijgend aandeel van de uitgaven van gezinnen, maar is ook een vertaling van een dieperliggende wens om de band die onze maatschappij door middel van de landbouw en de landbouwers met de natuur onderhoudt te herdefiniëren. Deze band kan worden geïllustreerd in musea, parken en andere tentoonstellingen, die de aandacht besteden aan de agrarische wereld waarvan de mensen steeds verder verwijderd raken.

Deze pedagogische verwachting vormt een belangrijke inzet. Ze weerspiegelt een van de wezenlijke paradoxen van een situatie waarin steeds meer Europeanen verkeren: de diversiteit, de hoeveelheden, de versheid, enz. van hun voeding is nog nooit zo groot geweest, maar ze hebben nog nooit zo weinig geweten over wat ze eten. Europa wordt steeds meer verstedelijkt en steeds minder gezinnen hebben nog banden met het platteland. Iedereen heeft wel eens kinderen ontmoet die op hun achtste of negende nog niet weten wat een hamburger met een koe te maken heeft! Cultureel gezien is dit ontegenzeggelijk een groot verlies. Politiek gezien is het een risico, als men wil inzien dat deze onwetendheid op elk moment kan leiden tot collectieve, irrationele reacties. De school of het gezin alleen zijn niet voldoende om deze kennis en wetenschap te verspreiden. Het is nodig dat de betrokken beroepsgroepen, met name de landbouwers, hun bijdrage leveren. Het zou van een grote culturele waarde in ruime zin zijn, indien elk Europeaan de mogelijkheid had tijdens de lagere school in een boerderij te gaan bekijken hoe een dier of een plant eruit ziet, hoe je die verzorgt, wat je ervan kunt maken... Deze maatschappelijke inzet vormt al vaak het hart van veel LEADER-projecten. Op termijn is het van belang dat deze uitgebreide ervaring gegeneraliseerd kan worden.

Milieu

De tweede categorie van immateriële producten behelst alles wat betrekking heeft op de natuur, het milieu, het water, het landschap en het evenwicht binnen een gebied. Een land – a fortiori een continent – dat zijn natuurlijke rijkdommen benut, is rijker, ook in boekhoudkundig opzicht, dan een vervuild, leeg en uitgeput gebied. In het verleden was deze rijkdom het resultaat van de landbouw, die een algemene benutting van het gebied beoogde. In dat opzicht had de opvatting van de grond als erfgoed het voordeel dat het particuliere belang (van de landbouwers) overeenstemde met het

Het planten van riet in het kader van de sanering van een vochtig gebied [LEADER Ostvorpommern, Duitsland]





“Gezinsvakanties en agrarische voedingsproducten van hoge kwaliteit”

Michael Hofmann [LEADER Oberes Altmühltal-Mittelfranken, Duitsland]

In het dal van de Altmühl (Beieren) overheerst de landbouw, waarin veertien procent van de beroepsbevolking actief is. De zuivelproductie en de varkens- en runderteelt zijn de belangrijkste bron van inkomsten voor de ongeveer 2 000 lokale landbouwers. De LEADER-groep van Mittelfranken en een vereniging van inwoners en landbouwers (“EPIG”) hebben samen sinds 1991 een reeks acties voor plattelandsontwikkeling gevoerd. Die waren vooral gericht op het agrarisch toerisme en de commercialisering van rundervlees van hoge kwaliteit.

Gezinsvakanties

- Op initiatief van vijf landbouwersgezinnen die hun activiteiten wilden diversifiëren, richtten de zeventig inwoners van Lauterbach een “dorpsgemeenschap” op en maakten zij van hun dorp een echt “gezinsvakantiedorp”:
- > tussen 1993 en 1996 werden dertien vakantiehuisjes van hoge kwaliteit ingericht;
 - > sinds 1992 wordt er een wekelijks activiteitenprogramma opgesteld (ontmoetingen, spelletjes en handenarbeid voor kinderen, het “Piratenfeest” waarvoor de kinderen zelf hun kostuums maken, barbecues voor en door de ouders, koetstochten, bezoek aan een bierbrouwerij, enz.);
 - > in 1993 werden een speelplein en twee multifunctionele ruimtes ingericht;
 - > in 1995 kwam er een vijver (met sanitair, verkoop van lokale landbouwproducten) en een fietsroute.
- Het dorp heeft ook een waterzuiveringssysteem geïnstalleerd met behulp van het aanleggen van een waterbekken. Lauterbach trekt op het moment veel bezoekers aan en de toeristische activiteiten hebben banen gecreëerd, met name voor de partners van landbouwers.

Keurvlees

Een van de belangrijke doelstellingen van het LEADER I- programma van Mittelfranken was de intensieve landbouw geleidelijk te verminderen en te vervangen door extensieve veeteelt. Zestig landbouwers vormden samen een vereniging, WFG (“Weidefleisch Franken GmbH & Co. KG”). WFG commercialiseert rundervlees van hoge kwaliteit – meestal in een korte kringloop – dat gewonnen wordt uit Angus- en Limousinrundersen die op de weide en volgens specifieke criteria worden geteeld. Er werd een label gemaakt (“Franki”), er bestaat een nauwe band met verschillende grote klanten (hotel- en restauranthouders, kantines, enz.) en verschillende huishoudens worden rechtstreeks voorzien door de landbouwers.



Snelwegmarkt

Deze acties ter ondersteuning van het agrarisch toerisme en de landbouwproductie van hoge kwaliteit ontstonden in het kader van LEADER I en werden voortgezet binnen LEADER II. Daar kregen ze vorm in het project “Bäuerlicher Rastmarkt Obere Altmühl”. Dat bestond eruit dat een “Snelwegmarkt van landbouwproducten uit Hoog-Altmühl” werd opgericht op een stopplaats langs de snelweg A6/E50 tussen Nürnberg en Wenen, een van de drukste verbindingswegen in Europa. De twee gebouwen bevatten een hal van 500 m² waar lokale agrarische voedingsproducten worden verkocht. Er is ook een restaurant, dat de culinaire specialiteiten van de streek op de kaart heeft staan, een toeristisch informatiepunt en een hotel met dertig kamers. Dit project kost 5 miljoen ECU en wordt gefinancierd door de LEADER-programma’s en Doelstelling 5b. Het wordt geleid door een stichting van dertig investeerders, die vooral uit de lokale landbouwsector komen. In september 1997 werd het complex officieel ingehuldigd. Het vormt een “etalage” voor de streek en is een uitstekend verkooppunt voor de lokale landbouwers en verkopers van agrarisch toerisme. Uiteindelijk werden er vijftig tot zestig banen gecreëerd in deze relatief achtergestelde plattelandsstreek. <





“Steun aan de biologische landbouw”

António Realinho [LEADER Raia Centro-Sul, Portugal]



Zestig landbouwers uit Beira Interior (middenoosten van Portugal) waren ervan overtuigd dat biologische landbouw een interessante mogelijkheid tot diversifiëring zou bieden en zij richtten in 1995 de vereniging ARAB (“Associação Regional de Agricultores Biológicos”/ Regionale vereniging van biologische landbouwers) op. Hun productie is heel gevarieerd: amandels, kersen en tafeldruiven, maar ook olijfolie en conservenolie, vijgen, granen en tuinbouwproducten.

De doelstelling van de vereniging is het bevorderen van de ontwikkeling van biologische landbouw (met name door het organiseren van bijeenkomsten, colloquia en conferenties) en het geven van technische bijstand aan de producenten over productie, commercialisering, promotie en presentatie van de producten.

De LEADER-groep Raia Centro-Sul heeft bijgedragen tot de uitvoering van de volgende acties:

- > realisering van een mobiele stand, waardoor de promotiecampagnes en de deelname van ARAB aan gespecialiseerde nationale en internationale beurzen makkelijker verloopt;
- > uitgave van een tijdschrift (15 000 exemplaren, aan landbouwers, technici, scholen, enz.) en een folder die erop gericht is de producten bekender te maken, de hele bevolking bewust te maken van biologische productiemethodes en van het gebruik van milieuvriendelijke verpakkingen, enz.;
- > jaarlijkse organisatie van een nationale bijeenkomst van biologische landbouwers: de tweede “Encontro Nacional de Agricultores Biológicos” had plaats op 17 en 18 mei 1997 en trok ongeveer 300 personen uit Portugal, maar ook uit Spanje.

Er werd met name gesproken over de moeilijkheden die de sector ondervindt: de noodzaak de hulp- en certificeringsprogramma's aan te passen, de collectieve organisatie te verbeteren, enz.

Biologische landbouw zou op de korte termijn zeer interessante perspectieven moeten bieden voor de ontwikkeling van plattelandsgebieden. Ze draagt niet alleen bij tot de verbetering van de volksgezondheid en het milieubehoud, maar ook tot het behoud van de bevolking op het platteland, aangezien ze arbeidsintensiever is dan de conventionele landbouw.

Om meer te kunnen exporteren, moet de landbouw van Portugal zich richten op producten van hogere kwaliteit. De als “biologisch” bestempelde producten zijn een grote stap in de goede richting. <



algemeen belang (van de samenleving). De productivistische opvatting ziet de grond als een onroerend goed dat alleen waarde heeft als het iets opbrengt. Hierdoor werd de landbouw ontheven van de taak het milieu te beschermen, die hij (tenminste impliciet) wel had in de opvatting van de grond als erfgoed. Met andere woorden, als we prijs stellen op een harmonieus landschap, een rijke grond, helder water, levensvolle gebieden, een levensvatbaar milieu en een gevarieerde natuur, dan moeten we die voortaan produceren en het onderwerp maken van een doelgericht en openbaar besproken beleid. In dit licht gezien hebben de landbouwers en iedereen die een beroep uitoefent dat invloed heeft op onze openbare ruimte, een uitgebreide taak voor zich. De eerste categorie immateriële goederen die de landbouw produceert, zal steeds meer in handen komen van de markt. De tweede categorie zal nog lange tijd afhankelijk zijn van een publieke bijdrage, die nodig is voor het creëren van collectieve of openbare rijkdommen. Het creëren en onderhouden van een erfgoed voor verschillende generaties, het vernieuwen van de collectieve identiteit die vooral het landschap illustreert en het zorgen voor de kwaliteit van het leven zijn taken van algemeen belang, waarvan de financiering op de schouders van de gehele samenleving rust. Waarom zou het feit dat zij eraan bijdragen en ervan leven het sociaal statuut van de landbouwers verminderen? De geproduceerde rijkdommen zijn immers bij uitstek rijkdommen die niet elders geproduceerd kunnen worden.

Een veelzijdig beroep

Een andere manier om het beroep van landbouwer uit te oefenen tekent zich steeds meer af. De nieuwe generatie landbouwers moet niet teruggrijpen op de landbouw uit het verleden om uit te stijgen boven het technische, economische standaardmodel van de huidige landbouw. Ze moeten een nieuw beroep vormgeven, een beroep van korte en lange termijn, dat zich richt op de markt en op het gebied. Ze moeten niet alleen manager, technicus, tuinier of initiatiefnemer zijn, maar waarschijnlijk al die dingen tegelijk.

Deze herdefiniëring van het beroep leidt ertoe dat de relatie tussen de agrarische wereld en de overheid in een ander kader geplaatst moet worden. We moeten niet langer denken aan een abstract contract tussen de landbouw en Europa, maar aan een contract tussen elk van de toekomstige landbouwers en de overheid. Dit wordt een individueel contract, met een bestek waarin alle rechten en plichten van beide partijen worden gepreciseerd. Landbouw is noodzakelijkerwijze een openbare aangelegenheid en dus een aangelegenheid voor iedereen. Daarom moet de relatie tussen de landbouwer en de overheid worden gemoderniseerd. Als het overheidsgeld expliciet wordt toegekend aan het behoud en de opwaardering van het land, het milieu, het water en het landschap, dan vermijden we tegelijkertijd dat er definitief een dubbele landbouw ontstaat: enerzijds de exportlandbouw die het overheidsgeld opsloort, in het verleden in de vorm van exportrestituties (op basis van het verschil tussen de



gegarandeerde prijs en de wereldprijs), tegenwoordig in de vorm van compensaties en in de toekomst in de vorm van vergoedingen voor de schade aan het milieu; anderzijds de landbouw die een zwakke plaats heeft op de markt, de openbare ruimte in beslag neemt en een beroep doet op de nationale solidariteit om een volledige verpaupering te vermijden.

Ontwikkeling van de landbouw en ontwikkeling van het platteland

Als het overheidsbeleid ingaat op de wens van een evenwichtig land en een evenwichtig milieu- en landschapsbeheer, dan roept het een halt toe aan de ontwikkeling van dit dualisme, ten voordele van de diversiteit in de landbouw, onder de landbouwers en in het landbouwgebied. Op deze manier krijgt de landbouw een nieuwe taak, die even mobiliserend is als zijn naoorlogse taak van de voedselvoorziening. Op deze manier komt de grond in het centrum van de bepaling van het landbouwbeleid te staan. En op deze manier worden landbouw- en plattelandsbeleid expliciet op elkaar afgestemd.

Vanuit dit standpunt bieden de LEADER-programma's experimenteringsruimte voor deze convergentie van het beleid. De gezamenlijke ervaring van deze programma's geeft een nieuw gezicht aan de landbouwers en de landbouwgebieden die worden geconfronteerd met deze ingewikkelde materie. De programma's weigeren een ééndimensionele benadering en pakken tegelijkertijd economische, culturele en territoriale kwesties aan. Als de landbouw en de plattelandsgebieden proberen te beantwoorden aan de nieuwe verwachtingen van de Europese samenlevingen, dan zullen ze in de toekomst bijdragen tot de versterking van het fundament van de Unie, zoals ze in het verleden hebben gedaan door te voldoen aan de vraag naar voedingsmiddelen waarmee Europa in het begin te maken had. <



Europese maatregelen ter ondersteuning van jonge landbouwers

Er zijn meer communautaire en nationale maatregelen nodig om jongeren in de plattenslandsgebieden te houden, werkgelegenheid in de landbouw mogelijk te maken en ervoor te zorgen dat zij actief kunnen bijdragen tot de ontwikkeling van hun gebied.

VERONIKA VEITS [*]

Met zijn onbestendigheid en moeilijke werkomstandigheden voor een onzeker loon is het beroep van landbouwer niet aantrekkelijk meer. Dit verschijnsel is niet recent en de landbouw is tegenwoordig een verouderende sector: slechts 8,3 procent van de bedrijfs-
hoofden is jonger dan 35, terwijl bijna een van de vier actieve ondernemers ouder is dan 65.

De landbouw is niet alleen een verouderende, maar ook een veranderende sector. De landbouwer moet polyvalent zijn, om een goede achtergrond te hebben om de stijgende concurrentie het hoofd te kunnen bieden. De landbouwer van vandaag is tegelijkertijd een producent van voedingsmiddelen en herbruikbare stoffen, technicus, "bewaker" van het milieu en beheerder van zijn gebied.

De Europese Unie gaat ervan uit dat jongeren een onmisbaar dynamisch element zijn in de landbouwsector en in de plattenslandsgebieden in het algemeen en heeft daarom geleidelijk een serie maatregelen ter ondersteuning van jonge landbouwers in het leven geroepen.

Daarvan verdient vooral de steun aan de vestiging van en de investeringen ten behoeve van jonge landbouwers vermeld te worden. Die is erop gericht de overname van bedrijven makkelijker te maken. Meer dan 25 000 jonge landbouwers maken er elk jaar gebruik van. Ook het communautaire beleid ten aanzien van vervroegd pensioen draagt bij tot de verjonging van de landbouwsector. Verder wordt er een bijzonder accent gelegd op opleidingen. Jonge overnemers van bedrijven kunnen hiervoor specifieke steun verkrijgen. Ook kunnen jonge landbouwers deelnemen aan andere opleidingsprogramma's van de EU, zoals "Leonardo da Vinci" of "Jeugd voor Europa". Ten slotte zijn er diverse acties op touw gezet, op een gedecentraliseerde basis, in het kader van programma's van de Structuurfondsen voor de regio's van Doelstelling 1, 5b en 6 en in het kader van het communautaire Initiatief LEADER. Dit laatste geeft jonge landbouwers de mogelijkheid hun productie beter te benutten (hoeveproducten, enz.) of mee te werken aan het behoud en een goed gebruik van het milieu. Bovendien kunnen ze complementaire activiteiten (agrarisch toerisme, enz.) ontwikkelen en een actieve rol spelen in de ontwikkeling van hun gebied.

De verschillende bestaande Europese maatregelen^[1] vormen een geschikt actiekader, maar de maatregelen moeten intensiever worden toegepast om jongeren in de plattenslandsgebieden te houden en hun vestiging in de landbouw te vereenvoudigen. Dit is een van de hoofdaanbevelingen uit het rapport van de Commissie over "Jonge landbouwers en het probleem van de overname van bedrijven in de Europese landbouw" (COM (96) 398 final). De Commissie doet tevens een andere aanbeveling: zij nodigt de lidstaten uit de nationale wetgeving inzake de belastingheffing op overdracht en erfenis aan te passen, om de toegang van jonge landbouwers tot de sector makkelijker te maken.

Het rapport biedt een hele reeks communautaire maatregelen die gericht zijn op jonge landbouwers. Hierdoor werden de politieke besluitvormers bewust gemaakt van de situatie van deze beroepsgroep. Het is geen definitief antwoord, maar een tussenstap in de reflectie over de plaats en de rol van jonge landbouwers in de landbouw en in ruimere zin in de plattenslandsgebieden, en over de middelen waarover deze jongeren beschikken om actief te kunnen bijdragen aan de sociaal-economische ontwikkeling van hun gebied.

[*] *Administrateur in het Directoraat-Generaal Landbouw van de Europese Commissie (DG VI/FII.1).*

[1] *De bundel "Communautaire acties en plattenslandsontwikkeling", een uitgave van het Europees LEADER- Observatorium, geeft een beeld van deze maatregelen in de vorm van overzichtsfiches.*



Diversificatie in alle richtingen
in het LEADER-gebied Cavan-Monaghan [Ierland]

Van landbouwbedrijf tot plattelandsbedrijf

De graafschappen Cavan en Monaghan aan de grens met Noord-Ierland bestaan vooral uit landbouwgebieden. Maar om te diversifiëren zijn veel landbouwers begonnen met een tweede activiteit die redelijk vaak hun eerste begint te overstemmen. Op die manier worden sommige boerderijen getransformeerd tot echte ambachtelijke ondernemingen. En LEADER begeleidt hen.

“Tien jaar geleden verliep de samenwerking tussen de bevolking uit het zuiden en het noorden zeer moeilijk.” Michael Heaney is naar Monaghan gekomen om de ervaringen van de groep Inishowen, waarvan hij directeur is, te presenteren tijdens de conferentie voor alle LEADER-groepen wier gebied op de grens tussen de republiek Ierland en Noord-Ierland ligt. De doelstelling is het bewerkstelligen van een duurzaam samenwerkingsproces over de grens heen. Want de twaalf betrokken gebieden delen niet alleen een grens, maar ook dezelfde moeilijkheden: een bepaald isolement, het gebrek aan banen, de uittocht uit het platteland en een ontwikkeling die gefnuikt wordt door het politiek-religieuze conflict dat steeds sluimert in Noord-

Ierland, met negatieve gevolgen voor de grensgraafschappen in het zuiden. *“Hoe kun je nu toeristen aantrekken, laat staan investeerders, als je het imago van een slagveld hebt, zelfs al kunnen katholieken en protestanten in de plattelandsgemeentes het goed met elkaar vinden?”* betreurt Adge King, directeur van de Cavan-Monaghan Rural Development Coop, een coöperatie die het LEADER-programma leidt in een gebied dat in een dubbel isolement verkeert, doordat het aan de grens en relatief ver van de kust af ligt. Deze lokale actiegroep werd in 1991 opgericht op het initiatief van de hoofden van de landbouwcoöperaties en bevat de belangrijkste betrokkenen en sociaal-economische sectoren uit de twee graafschappen Cavan en

→ Monaghan: zuivelcoöperaties, boerenbonden, dorpsverenigingen, lokale overheden, Teagasc (nationaal centrum voor onderzoek en de popularisering van de landbouw en het platteland), financiële instellingen, bedrijfshoofden, enz. *“LEADER geeft de beweging van landbouwcoöperaties een institutionele impuls en de nodige financiële middelen om gebruik te maken van alle krachten uit het gebied. Zo kan de vereniging op een logische manier evolueren tot dat wat uiteindelijk haar grote doel is: plattelandsontwikkeling”,* bevestigt Anthony Leddy, voorzitter van de bestuursraad van de LAG. *“Aan het einde van de jaren tachtig waren de zuivelcoöperaties al niet langer alleen maar geïnteresseerd in de prijs van de melk, maar ook in de totale lokale ontwikkeling. Ze waren de drijvende kracht achter de oprichting van de ‘Water Scheme Groups’, groepen bewoners en landbouwers die samen zorgen voor het aanleggen van lopend water op het platteland. Deze groepen waren eigenlijk een eerste exponent van de lokale dynamiek en van de mobilisering van de hele bevolking rond een concreet ontwikkelingsproject.”*

In dit gebied ondervinden veel sectoren – met name het toerisme – veel nadeel van de “gevoelige” grens en de landbouw is dan ook nog steeds de belangrijkste economische activiteit: meer dan zestig procent van de banen zijn er direct of indirect afhankelijk van. Maar de grond is arm en het grootste deel van de bedrijven is versnipperd tot een zeer bescheiden omvang (gemiddeld 16 ha). Gekoppeld aan de quotabeperkingen in de zuivel-, runds- en

schapenvleessector noodzaken deze nadelige omstandigheden een grondige diversifiëring van de landbouwactiviteit.

Champignons

In de jaren zestig vond er een eerste golf van diversifiëring plaats, die eerst betrekking had op twee “klassieke” landbouwproducten. Veel landbouwers schakelden over op pluimvee (tegenwoordig 55 procent van de nationale productie) en varkens (20 procent). Maar vooral de champignonkweek betekende door haar omvang, haar nieuwigheid binnen Ierland en haar effecten op de hele economie na enkele jaren de eerste echte “grote stap voorwaarts” voor de lokale ontwikkeling. Tim Connolly is een van de pioniers. Aangemoedigd door Teagasc, begon hij in 1981 met de productie van champignons. Ze worden gekweekt in compostzakken die in grote tunnels uit polyethyleen worden geplaatst. Zo wordt er een constante hoeveelheid licht, temperatuur en vochtigheid bereikt. *“Ik heb eerst twee tunnels geïnstalleerd”,* vertelt hij. *“Na een paar jaar zagen we dat het rendabel was: De productie levert snel liquide middelen op, omdat er maar zes weken verstrijken tussen het inzaaien en de oogst. Daarom hebben we in 1983 drie andere champignonkwekerijen geïnstalleerd.”* Tim produceert nu elk jaar honderd ton champignons, die hem evenveel opbrengen als zijn 65 melkkoeien. *“Door de*

De gebouwen van de McCabe hoeve worden op basis van volkomen ecologische principes gebouwd



champignons heb ik genoeg percelen kunnen kopen om ervoor te zorgen dat mijn twee zoons bij mij op de boerderij kunnen blijven." De oogst van de champignons gebeurt met de hand, wat de Ierse productie een voordeel oplevert ten opzichte van haar Britse of Nederlandse concurrenten. Hiervoor heeft Connolly vijf vaste part-time medewerkers in dienst, die ongeveer dertig uur per week werken.

Een van de sleutels van het succes van de ongeveer 240 champignonkwekers in het LEADER-gebied (bijna de helft van alle Ierse champignonproducenten) is de organisatie van de distributie. Tim Connolly brengt zijn productie in omloop via een centrale – "Monaghan Mushrooms Ltd" – die de Ierse oogst binnen 24 uur in de rekken van een groot gedeelte van Groot-Brittannië weet te krijgen. Door deze formule kon het bedrijf in zestien jaar de grootste champignonproducent van Europa worden. Deze verpakkings- en distributiecentrale heeft ongeveer tweehonderd producenten opgedeeld in evenveel eenheden, waaraan ze sporen, compost en technische bijstand geeft. In 1994 realiseerde de centrale een omzet van 32,2 miljoen ECU en had ze driehonderd mensen in dienst in de diverse verpakkingseenheden. Adge King benadrukt het belang van deze nieuwe infrastructuur en voegt er daarna aan toe: *"Hier gaat de steun van LEADER aan de landbouwers vooral naar andere producten dan de agrarische voedingsmiddelen. De markt is zo klein dat weinig landbouwers met landbouwproducten zijn begonnen. Ze kiezen eerder een tweede activiteit die verenigbaar is met hun landbouwbedrijf in termen van tijd, ruimte, gebouwen, enz. Meestal is dit een volstrekt andere activiteit dan hun eerste."*

Uitvinders

Deze tweede activiteit is vaak in het begin een hobby, een passie die geprofessionaliseerd wordt en uiteindelijk een echt bedrijf wordt, dat soms weinig meer met landbouw te maken heeft. Vaak is het een innovatie, een uitvinding of zelfs een geniale vondst. Met de belofte van werkgelegenheid.

John McKeown is 36 jaar. Hij "doet" melk en rundsvlees, maar part-time, omdat hij niet genoeg grond heeft. Hij is gepassioneerd door mechanica en begon in 1989 landbouwhangars van staal te produceren. In 1995 ontwikkelde hij een revolutionair product: De "trail lift" is een gemotoriseerde terreinvorkheftruck, die vier keer goedkoper is dan een klassieke vorkheftruck en die "op maat" gemaakt is voor de landbouw. *"Het product is ontwikkeld en we hebben het gepatenteerd. De grote uitdaging nu is om het op de markt te brengen..."* En je kunt horen dat John wat dat aspect betreft een beetje ontredderd is.

Jim O'Donnell heeft een elektrisch tapijt (een "heat-pad") voor de biggenteelt uitgevonden. Het apparaat bestaat uit een elektrische weerstand tussen twee isolerende platen. Het dier krijgt hierdoor meer comfort en het tapijt consumeert tien keer minder energie dan de gewoonlijk gebruikte infraroodlamp. *"Het kende een*



■ Martin Gilliland bij het bedienen van een ball-trap

onmiddellijk succes in Ierland", vertelt Jim. "Midden jaren negentig bespeurden we dat de nationale markt verzadigd begon te raken. Nu richten we ons op de export: het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Italië – een beetje –, Portugal – heel sterk –, en sinds enkele maanden Canada, waar we een distributeur hebben gevonden. Het probleem is dat we nog niet kunnen voldoen aan de vraag..." Zijn bedrijf, dat acht medewerkers heeft en 250 heatpads per week produceert, is nu toe aan uitbreiding. *"Eerst gaan we onze ruimte hier in Cavan groter maken en daarna gaan we misschien het Amerikaanse avontuur aan: De Verenigde Staten vormen een markt van 50 000 eenheden per jaar..."*

Maar niet alleen de lokale landbouwers blinken uit door hun uitvindingen: Een leraar uit Coothill (Cavan), Sean Grogan, heeft een "krijtjeshouder" met drukknop uitgevonden, zodat je niet meer vuil wordt als je op het bord schrijft. Het principe is geïnspireerd op de lippenstift-houder. Simpel, maar je moet er maar aan denken... LEADER heeft 4 000 ECU bijgedragen voor de promotie van het product, dat nu al te vinden is in een paar betere papierhandels in Ierland.

Van je passie je beroep maken

Recreatiemogelijkheden voor een lokale of zeer specifieke klantenkring vormen een ander gat in de markt dat de landbouwers proberen te benutten. Drie voorbeelden. Het gezin Jones kweekt naast melkkoeien ook al generaties lang paarden. *"Ondanks de komst van de tractor, hebben veel boeren toch een of twee paarden gehouden",* legt Tom Jones uit, *"maar ze onderhouden ze niet. Maar sinds een aantal jaar is er een nieuwe geestdrift ontstaan voor de paardensport, zowel voor trektochten als voor wedstrijden. Mijn broer en ik zagen veel potentieel in deze sector en besloten onze passie te concretiseren in een bedrijf voor het fokken en het dressereren van paarden."*

In 1993 kregen ze steun van het Internationale fonds voor Ierland voor de bouw van moderne stallen voor merries en veulens. Drie jaar later droeg LEADER 50 000 ECU bij aan de bouw van een manège. *"We gaan er paarden dressereren en dresseercursussen geven, zowel voor recreatie als voor de springsport. Samen met de regionale paardenfokvereniging (150 leden) gaan we werken aan een "paardensector", met een echte toegevoegde waarde. Een niet-gedresseerde merrie van drie jaar is 600 ECU waard; als ze bereden kan worden, stijgt haar waarde tot 12 000 ECU en meer..."*

Ook Martin Gilliland heeft zijn beroep gemaakt van zijn passie, ball-trap. Hij heeft op zijn boerderij vier schietbanen gemaakt, waarmee een tiental soorten jacht gesimuleerd kan worden (konijn, snip, fazant, enz.). Zijn idee lijkt uit te groeien tot een echt recreatiepark, dat zijn originaliteit en succes dankt aan zijn opbouw: Het geheel is ingericht als een golfparcours, dat iedereen in zijn eigen ritme kan afleggen. LEADER heeft bijgedragen aan de financiering van de uitrustingen: overdekkingen, paden, scheidingen, maar ook gesofistikeerde automatische lanceerapparaten. *"Naast de zorg voor mijn veertien koeien was ik metselaar. Met de ball-trap kan ik al mijn activiteiten op mijn boerderij uitoefenen",* concludeert Martin. Johnny en Lucy Madden zijn eigenaar van het domein van het Hilton Park dat aan de grens ligt. De zes hotelkamers die ze in de jaren tachtig hebben ingericht, zijn niet voldoende om deze kasteelboerderij rendabel te maken. Daarom vroegen ze steun aan LEADER voor de renovatie van de prachtige tuinen, die door het gebrek aan middelen niet waren onderhouden. *"We moesten verder kijken dan het toerisme en van deze historische plek een culturele attractie voor de hele regio maken",* legt Johnny uit. De perken en paden zijn in ere hersteld en er is een kleine uitspanning opgetrokken aan de rand van het meer dat op het terrein ligt. In 1996 werd het domein geopend voor het publiek. Het trekt een specifieke groep mensen aan, zoals amateurschilders. *"Ik wil een kunstcentrum creëren dat voor iedereen toegankelijk is en dat samenwerkt met drie andere culturele centra in dit deel van het graafschap. We zijn nu bezig met een project met het literaire centrum Tyrone Guthrie, hier vlakbij. Maar ik wil benadrukken dat LEADER enorm veel gedaan heeft voor dit gebied, waar we nu de vruchten van beginnen te plukken. Het is jammer*

dat LEADER niet meer kan doen, want je merkt echt dat het opgezet is om mensen met een project daadwerkelijk te helpen."

Permacultuur

Ook Marcus McCabe wordt gedreven door zijn passie. Deze jonge landbouwer uit het graafschap Monaghan is een felle voorstander van ecologie en heeft zijn bedrijf getransformeerd tot een permacultuur. Sinds drie jaar produceert zijn boerderij waterplanten (riet, lisdodde, enz.) waarmee gebruikt water op een natuurlijke manier gezuiverd kan worden (door het aanleggen van een waterbekken), en tevens veel verschillende planten die zorgen voor de heropbouw van het landschap en de biologische diversiteit. Naast zijn tuinbouwactiviteiten geeft Marcus ook advies en opleidingen in de aanleg van waterbekkens, de inrichting van het land, de volledig ecologische constructie van gebouwen, enz. In zijn grote houten huis, dat wordt verwarmd door biomassa en dat hij zelf gebouwd heeft, is het altijd een drukte van belang: er zijn voortdurend werkende jongeren en studenten die zich willen specialiseren in een landbouwactiviteit die in de toekomst belangrijk kan worden. LEADER heeft bijgedragen aan de bekendmaking van het project. Marcus: *"De realisering van een brochure en een catalogus, een doelgerichte mailing aan tuinarchitecten, verenigingen van een bepaald gebied en verschillende potentiële klanten in Ierland en daarbuiten. Het bedrag lijkt misschien onbeduidend – 2 500 ECU – maar deze campagne heeft ons zonder meer een plaats op de markt bezorgd en de markt voor ons geopend. Daarna begon het contracten te regenen en we hebben geen tekort meer aan werk. Nu is onze zorg langzamerhand te gaan uitbreiden..."*

Marcus McCabe is lid van verschillende internationale ecologische organisaties en met name van het Global Eco Village Network. Hij droomt van *"dorpen die op autonome en ecologische manier functioneren en die dankzij de telecommunicatie de steden kunnen ontlasten en opnieuw een plattelandsmilieu van hoge kwaliteit kunnen creëren: levendig, gastvrij, solidair..."* Is dit te ver vooruit gedacht? Of een utopie? Het is in ieder geval duidelijk dat het project in dit stadium de aandacht en de sympathie van alle landbouwers uit de buurt heeft.

<

Oppervlakte van het gebied: 318 km²
Bevolking: 106 000 inwoners
Financiering door LEADER II: 6 875 000 ECU
EU: 3 165 937 ECU
Andere openbare fondsen: 1 055 313 ECU
Prive: 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



*Het wassen van de wol
in de wateren
van het Oberes Mölltal*

LEADER en de landbouw in Karinthië [Oostenrijk]

Lokale verstrengeling

In deze Alpenstreek oefent de grote meerderheid van de landbouwers meerdere activiteiten uit. LEADER en andere programma's ter ondersteuning van de lokale ontwikkeling proberen in de streek zelf voor werkgelegenheid, inkomsten en levenskwaliteit te zorgen. Ze organiseren echte "ontwikkelingsketens" op basis van de plaatselijke traditionele, maar lang ondergewaardeerde producten. Hierdoor krijgt de gehele economie van de drie gebieden van Karinthië waar het Initiatief werkt een nieuwe impuls.

Het LEADER-gebied Grossglockner-Oberes Mölltal strekt zich uit van het "dak van Oostenrijk" (3 798 m) tot het laagdal van de Möll. De rivier heeft een dubbele betekenis voor de streek, zowel een geografische als een economische. Op de hoogvlakte in het uiterste westen van Karinthië streeft de lokale actiegroep naar een herwaardering van een traditionele, maar in onbruik geraakte productie: wol. De programma's van Doelstelling 5b en LEADER borduurden verder op een actie van het nationale park Obere Tauern en maakten de economische ontwikkeling van het product mogelijk. De belangrijkste schakels van de economische keten – productie, verwerking en commercialisering – volgen letterlijk de koers van de rivier. Stroomopwaarts op de alpen-

weiden grazen de schapen van de ongeveer vijftig betrokken landbouwers en staat een moderne eenheid voor het wassen, kaarden en spinnen van de wol. In het midden van het dal bevinden zich de wevers en de andere thuiswerkers die de wol verwerken; vaak zijn dit de partners van de landbouwers. Stroomafwaarts liggen de verkooppunten, met name de winkel van de "Regionalverein Grossglockner", een vereniging van 150 sociaal-economisch betrokkenen uit het dal. Er is ook een boetiek – "Mode & Design KM" – die allerlei soorten kleren maakt en verkoopt waarin traditie en moderniteit zijn verweven, vooral in de "Karinthische jeans", de lokale herziene en verbeterde versie van het Amerikaanse succesnummer.

Van schaaap tot wol

“De boetiek is het knooppunt van ons project ‘Goldärmel’ []. Hier wordt de wollen kleding verkocht die de plaatselijke ambachtslieden en ontwerpers maken”, legt Maria Schimdl uit. Zij verdeelt haar tijd tussen het lokale secretariaat van LEADER en het beheer van de winkel van de vereniging Grossglockner, die in 1995 aan het begin van het dal werd geopend. “Naast onze ‘Goudroute’ hebben we nu ook een echte ‘Wolroute’ die de vallei afdaalt. Het is een complete economische keten, ‘van schaaap tot wol’. Wol is een veelbelovende sector: Ze trekt steeds meer consumenten, die meer willen betalen voor handgemaakte waar. Vroeger werd die wol weggegooid, tegenwoordig is het de basis voor een aanvullende activiteit met een goede toegevoegde waarde die vooral ten goede komt aan veel landbouwers en die ons toeristische aanbod vervolledigt.”*

In de winkel worden niet alleen wollen kleren verkocht, maar ook ongeveer 300 hoeve- en ambachtsproducten. Er zijn 140 mensen lid van de vereniging en dit nieuwe verkooppunt (drie vaste part-time banen) heeft in 1996 een omzet gehaald van 70 000 ECU.

Georg en Elisabeth Fellner zijn dertig jaar en hebben twee kinderen. Ze zijn een goed voorbeeld van het typische landbouwgezin in het dal. Hun boerderij van ongeveer tien hectare is niet groot genoeg om hun voldoende inkomsten te leveren, dus weeft Elisabeth wollen kleden en werkt

Georg ‘s winters in het skicentrum. Georg is tevens lid van de groep “Innovatie en landbouw”, die werd opgericht in het kader van LEADER. *“De meesten onder ons hebben verschillende activiteiten, maar sommigen moeten voor hun tweede activiteit helemaal naar München, dat is 200 km hiervandaan. Zij gaan elke week heen en weer, geen erg comfortabele situatie... We proberen er dus voor te zorgen dat ze al hun activiteiten in het dal kunnen uitoefenen. Om dat te bereiken, heeft onze werkgroep gekozen voor producten die op de boerderij kunnen worden verwerkt. Wol is de belangrijkste sector, maar we hebben ook kaas, vlees en vleeswaren. Twintig procent van de landbouwers hier is ook producent van hoeveproducten.”*

Dankzij het 5b-programma en LEADER is er nu een collectief slachthuis (schapen, varkens en runderen) in Heiligenblut, het verst verwijderde dorp en er zullen er nog vier worden gebouwd in andere dorpen. Alle agrarische voedingsmiddelen worden volgens biologische procédés geproduceerd en voldoen aan een kwaliteitsnorm die beschermd wordt door een speciaal label. *“Meestal financiert het 5b-programma de uitrusting en zorgt LEADER voor de begeleiding van de projecten door middel van onderzoeken, promotie, commercialisering, enz. Maar LEADER begint het steeds meer over te nemen”,* verduidelijkt Christian Kropfitsch, directeur van het KIR, het Karinthisch instituut voor lokale ontwikkeling (zie kader).

De ontwikkeling aanzwengelen

Karinthië had in juni 1997 al ongeveer een derde van de fondsen geïnvesteerd en is daarmee binnen Oostenrijk de streek die al het verst gevorderd is in de uitvoering van LEADER II en binnen het programma van Karinthië heeft het gebied Grossglockner-Oberes Mölltal het meeste projecten in bedrijf. *“In het noorden van dit gebied bevindt zich het oudste nationale park van Oostenrijk, dat in 1981 werd gesticht en waar al sinds geruime tijd lokale ontwikkelingsacties worden gevoerd”,* zegt Kurt Rakobitsch, LEADER-coördinator voor het Land. *“We konden de 5b- en de LEADER-projecten inpassen in de initiatieven die het park hogerop in het dal had ontplooid. Daardoor konden we sneller en efficiënter werken, snel een bepaalde zichtbaarheid kweken en op die manier de lokale ontwikkeling ‘aanzwengelen’, niet alleen in dit dal, maar ook in twee andere LEADER-gebieden in Karinthië.”*

De winkel van de vereniging van de kunstambachtlieden van de Grossglockner





Carnica

In het Rosental vindt men langs de oevers van de Drau een soortgelijk initiatief tot ketenvorming dat effect heeft op de identiteit, de cultuur en de beeldvorming van het gebied, respect voor het milieu, de landbouwactiviteiten, het toerisme, de aanvullende inkomsten en zelfs op het aantal full-time banen voor de inwoners.

Het verbindende product is hier de Carnicabij, een zeer productieve inheemse soort waarvan de streek tussen 1850 en de jaren dertig van deze eeuw treinladingen vol geëxporteerd heeft. Daarna is de bijenteelt afgenomen, maar de streek produceert nog steeds 35 procent van de Oostenrijkse honing. Er wonen ongeveer 200 imkers, die bijna allemaal lid zijn van een beroepsvereniging, waarmee de lokale actiegroep onder andere heeft samengewerkt. Er werd een tweeledige strategie opgesteld: Acht gemeenten gingen samenwerken aan de positieve beeldvorming van het dal (algemeen gebruik van de naam "Carnica Rosental", van het logo met een Carnicabij, enz.) en er werd een geïntegreerde economische keten voor de bijenteelt ontwikkeld.

Ernst Fuchs is binnen de LAG verantwoordelijk voor de bijenteelt en hij is een wandelende encyclopedie van de bij. Hij raakt dan ook niet uitgepraat over het ondernomen initiatief. *"De herdynamisering van de bijenteeltsector werd opgezet rond drie pijlers, alle mede gefinancierd door LEADER: de teelt van koninginnen zodat we opnieuw een zuiver Carnica-ras hadden (er wordt binnenkort een laboratorium opgezet), de professionalisering van de producen-*

"Regionale" ontwikkeling

Het Land Karinthië lijkt het juiste evenwicht gevonden te hebben tussen de beperkingen van "top-down" beheer en een "bottom-up" benadering van ontwikkeling.

Zoals elders in Oostenrijk, is geïntegreerde plattelandontwikkeling die is gebaseerd op regionale basis ("Regionalentwicklung") en lokaal initiatief geen noviteit in Karinthië. Dit Land heeft daar al vanaf het eind van de jaren zeventig ervaring mee (zie LEADER Magazine n°11).

De overheid van Karinthië heeft lessen getrokken uit bepaalde moeilijkheden bij het ondersteuningsprogramma voor lokaal toerisme van enkele jaren geleden en nu lijkt ze het juiste evenwicht te hebben gevonden tussen de "top-down"-beperkingen waaraan het beheer van de openbare fondsen niet ontkomt en de "bottom-up"-benadering van ontwikkeling die rekening houdt met de wensen van de bevolking en lokale initiatieven de kans geeft.

De afdeling Ruimtelijke ordening van het Land coördineert de verschillende regionale, nationale en Europese programma's voor lokale ontwikkeling,

maar de technische bijstand aan de projecten wordt geleverd door een zelfstandige instelling, het "Karinthisch Instituut voor ruimtelijke ordening, lokale ontwikkeling en milieubescherming" (KIR), dat in juni 1996 werd opgericht.

De drie lokale actiegroepen van Karinthië vormen informele verbanden van personen, verenigingen en lokale organen (gemeente natuurspark, enz.) die zich bezighouden met ontwikkeling. Ze hebben een grote autonomie inzake de selectie en de uitvoering van hun initiatieven, als ze uiteraard rekening houden met de vooraf bepaalde financiële en operationele parameters die binnen het regionale LEADER-programma zijn vastgelegd. Elke LAG bestaat uit verschillende thematische "innovatiegroepen" (landbouw, bijenteelt, toerisme, ambachten, enz.). Deze werk- en reflectiegroepen hebben tot taak de lokale ontwikkeling te stimuleren binnen het kader van



LEADER en andere communautaire programma's (5b, INTERREG, enz.). Ze mobiliseren de bevolking en andere plaatselijke betrokkenen, gaan op zoek naar mogelijke uitvoerders van potentiële projecten, enz. Deze organisatie verklaart voor een groot deel het sterk collectieve aspect dat alle acties in Karinthië kenmerkt: agrarische en intersectoriële netwerken, toeristische infrastructuur...

In elk gebied wordt het contact tussen de lokale actiegroepen en de overheid van het Land verzorgd door een LEADER-verantwoordelijke ("LEADER Betreter") die belast is met de coördinatie van de uitvoering van de lopende projecten, de samenstelling van dossiers van komende projecten en de verdediging van de projecten bij de overheid van het Land. <



De coöperatieve vereniging "Sonnenalm" belevt de scholen van de Norische regio met zuivelproducten

ten, ook al zijn ze allemaal part-time imker, en de ontwikkeling en commercialisering van nieuwe honingproducten. Dit alles moet vergezeld gaan van een herontdekking van de bij als beschermer van ons natuurlijk en cultureel erfgoed."

Het Bijenmuseum in Ferlach functioneert als uitstalraam van het initiatief. Het werd in 1995 geopend en ligt ook aan de ingang van het dal. Naast alles dat te maken heeft met de bijenteelt en de geschiedenis van de bijenteelt, vindt de bezoeker er de nieuwe producten die al op de markt zijn gebracht: uiteraard biologische olie, was en stopwas, maar ook salami, muesli, honinglikeur, een speciaal honingbier dat wordt gemaakt door een grote bierbrouwerij in Klagenfurt (de brouwerij geeft een procent van zijn inkomsten aan het onderzoek naar de bijenteelt) en een nieuw, productiever type bijenkast. In september 1996 hebben twintig imkers een verkoopcentrale opgericht en er wordt een label ontworpen.

De Ark van Noach

Het aspect van de herintroductie van bijna verdwenen inheemse dierenrassen, waarvan sprake bij de carnicabij, is een ander sterk punt van de ontwikkelingsstrategie van de drie Karinthische LEADER-gebieden.

Meer naar het zuiden, aan de voet van de Karawanken (2 000 m), die de grens met Slovenië vormen, zijn Friedhelm Jabinschek en zijn vereniging "Alpen-Adria" (zestig verbonden landbouwers) sinds kort bezig met de herintroductie van het "brillenschaap". Dat is een oud schapenras uit het zuiden van Oostenrijk, Slovenië en de Italiaanse Friuli. Aan het einde van de Tweede Wereldoorlog was het bijna uitgestorven, maar nu telt de veestapel vierhonderd koppen. Het is het enige gekeurmerkte schaap van Oostenrijk en zijn smaakvolle vlees begint verkocht te worden, vooral in de tien restaurants van Karinthië.

"Er is een heel grote vraag," zegt Friedhelm. "Onze promotiecampagne is in feite verdergegaan dan onze verkoopca-

paciteit!" Friedl gelooft met name in het engagement van privépersonen. De promotie van het product wordt volledig gefinancierd door de vereniging Alpen-Adria: horloges, T-shirts, paraplu's, enz. met de afbeelding van het kostbare schaap worden verkocht tijdens beurzen en andere activiteiten die de vereniging tijdens het jaar organiseert. Tevens is de vereniging bezig met de aanleg van een 'Transhumanceroute', de route die het vee volgt bij de seizoenstrek tussen twee weidegebieden. "We willen binnen drie jaar volledig zelfbedruipend zijn, zodat we het bijvoorbeeld afkunnen zonder de twee programma's die ons een duwtje in de rug hebben gegeven, LEADER en INTER-REG. Het eerste programma heeft voor de nodige technische bijstand gezorgd, zodat we op de markt konden komen en het tweede programma heeft ons geholpen schapenfokkers in Slovenië aan te trekken en te organiseren."

"Door de communautaire hulp konden we relatief "plaatsafhankelijke" landbouwproducten, zoals traditionele plaatselijke rassen, herwaarderen. Dat was niet mogelijk geweest voor de toetreding van Oostenrijk tot de Europese Unie", zegt ook Raphaël Pliemitscher. Hij is het hoofd van de vereniging van fokkers van blonde koeien, een vereniging van zestig landbouwers uit het LEADER-gebied Norische Region, waar dit zeer rustieke ras oorspronkelijk vandaan komt. Deze landbouwers hebben een deel van hun stapel vervangen door wat vroeger beschouwd werd als "de beste koe uit het Oostenrijks-Hongaars keizerrijk". We kunnen hier spreken van een economische keten, omdat de actie betrekking heeft op fokkers, slagers, restauranthouders, toerismebureaus en de lokale bevolking, de laatste groep omdat de promotie van de "blonde koe" gebeurt door het houden van dorpsfeesten.

In het Duits noemt men lokale ontwikkeling eerder "regionale ontwikkeling" en net zoals in Duitsland is in Oostenrijk de "Region" de beste gebiedseenheid om lokale ontwikkelingsacties op te enten. De regio is een microwereld die meestal overeenkomt met een dal of een aantal dalen die historisch gezien een culturele, economische en sociale eenheid hebben. De economische ketens die in Karinthië zijn opgezet verlenen deze identiteit een nieuwe dynamiek. Zoals Barbara Klemens, LEADER-verantwoordelijke voor de Norische Region, opmerkt: "Ze plaatsen de landbouwers in het centrum van de ontwikkeling van het platteland." <

[*] "Gouden mouwen", een woordgrapje dat verwijst naar de kwaliteit van de met de hand gemaakte kleding en naar een voormalige activiteit in dit gebied dat een goudafzetting had, die nu niet meer ontgonnen wordt. Goud is een beeld dat als een rode draad door het toerisme van het gebied loopt: De 'Goudroute' is een wandeltraject door heel Grossglockner-Oberes Mölltal.

Oppervlakte van het gebied: 1 586 km²

(Grossglockner-Oberes Mölltal: 596 km²;

Carnica Rosental: 467 km²; Norische Region: 523 km²)

Bevolking: 45 928 inwoners

(Grossglockner-Oberes Mölltal: 8 577 inwoners;

Carnica Rosental: 22 475 inwoners; Norische Region: 14 876 inwoners)

Financiering door LEADER II: 8 400 000 ECU - **EU:** 2 900 000 ECU

Andere openbare fondsen: 2 900 000 ECU - **Privé:** 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

LEADER-seminars (oktober 1997-april 1998)

Het Europees Observatorium LEADER organiseert vanaf nu tot april 1998 een reeks seminars. Alle bijeenkomsten vinden plaats in een gebied waarvan de LAG over belangrijke ervaring inzake het behandelde thema beschikt. De programma's, talen en plaatsen zijn 2 maanden voor de datum van de activiteit bekend (Contact: Europees Observatorium LEADER, eenheid "Organisatie").

> **"Vorming en lokale ontwikkeling"**

Datum: 8-11 oktober 1997.

Talen: Fins, Engels, Duits.

Plaats: LAG North-Eastern Savo (Viitaniemi, Finland).

> **"Lokale producten commercialiseren in een korte kringloop"**

Datum: 5-9 november 1997.

Talen: Portugees, Frans, Spaans.

Plaats: Mirandella, Terras Quente (Norte, Portugal).

> **"Toeristische producten uitwerken rond een trektocht"**

Datum: april 1998.

Talen: Italiaans, Duits, Engels.

Plaats: LAG Appennino Piacentino, Parma (Emilia-Romagna, Italië).

"De lokale samenwerking organiseren"

Dit tweede dossier uit de serie "Innovatie op het platteland" gaat over de vorming en de werking van een lokaal samenwerkingsverband en dus ook over de

methode die zo'n initiatief – duurzaam – mogelijk maakt. Organisatie van de plaatselijke krachten is een hoofdelement in het lokale ontwikkelingsproces. (Prijs: 300 BF incl. / ongeveer 7,5 ECU).

Publicaties van LEADER II (reeds aangekondigd)

> **Klapper "Communautaire acties en plattelandsontwikkeling"**

(Prijs: 1 800 BF incl. / ongeveer 45 ECU).

> **Klapper "Innoverende acties in plattelandsontwikkeling"**

(Prijs: 1 800 BF incl. / ong. 45 ECU).

> **"Het toeristisch potentieel van een gebied evalueren" (methodologische handleiding).**

(Prijs: 300 BF incl. / ong. 7,5 ECU)

> **"De gemeenschappelijke organisatie van een sector voor de lokale exploitatie van landbouwproducten: het voorbeeld van de transformatie in de kaassector" ("Innovatie op het platteland" – Cahier n°1).**

(Prix: 300 BF incl. / ongeveer 7,5 ECU per document).

> **LEADER II-poster**

(Prijs: 700 BF incl., ongeveer 18 ECU; een tweede poster naar hetzelfde adres: 200 BF incl. BTW, ongeveer 5 ECU).

INLICHTINGEN:

EUROPEES
OBSERVATORIUM LEADER
Sint-Pieterssteenweg 260
B-1040 Brussel
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>

Zeven operationele nationale LEADER II-netwerken

Op het moment van de redactie van dit artikel (juli 1997) waren er in de volgende landen nationale LEADER II-netwerken operationeel:

DUITSLAND:

LEADER-Netzwerk-Deutschland,

t.a.v. 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.

OOSTENRIJK:

LEADER-Netzwerk-Österreich,

t.a.v. Luis Fidltschuster,

ÖAR-Regionalberatung GmbH,

Amalienstr. 68, A-1130 Wenen.

Tel: +43 1 877 94 21; Fax: +43 1 877 94 25.

E-mail: oear@ping.at

FINLAND:

Hoofdkantoor van het netwerk: LEADER-verkostoyksikkö,

t.a.v. Mari Ojanperä,

Prännärintie 17, SF-61800 Kauhajoki.

Tel: +358 6 2360 067;

E-mail: mari.ojanpera@leader.kauhajoki.fi

Zweedstalig bureau:

Finlands LEADER-nätverksenhet (Kristinestad),

t.a.v. Ulf Grindgärd,

Kommunbyrån, SF-64300 Lappfjärd.

Tel: +358 6 2221 496; Fax: +358 6 2222 462;

E-mail: ulf.grindgards@leader.kauhajoki.fi

IERLAND:

LEADER II Irish National Networking (LINN) Service,

t.a.v. 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

ITALIË:

Rete nazionale italiana LEADER,

t.a.v. Gerardo Delfino / Franco Mantino,

INEA (Istituto Nazionale di Economia Agraria),
Via Barberini, 36, I-00187 Rome.

Tel: +39 6 487 07 93; Fax: +39 6 474 19 84.

NEDERLAND:

Nederlands LEADER Netwerk

t.a.v. Klaas Bijleveld, Provinciehuis Friesland,
Postbus 20120, NL-HM 8900 Leeuwarden.

Tel: +31 58 292 52 89; Fax: +31 58 292 51 25

ZWEDEN:

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

"Rural Europe":

LEADER on-line in 6 talen

Publicaties als het LEADER Magazine, INFO-LEADER, de technische dossiers, enz., het activiteitenprogramma, de bijgewerkte lijst van de erkende LEADER-begunstigden en verschillende databanken kunnen on-line op Internet worden geraadpleegd in 6 talen (Frans, Engels, Duits, Spaans, Italiaans en Portugees). Bovendien zijn er allerlei forums geopend.

Naam: LEADER

("Liaison entre Actions de Développement de l'Economie Rurale")

Soort programma: Initiatief van de Europese Unie

Betrokken gebieden: regio's onder Doelstelling 1 (met ontwikkelingsachterstand), regio's onder Doelstelling 5b (kwetsbare plattelandsgebieden) en regio's onder Doelstelling 6 (noordelijke gebieden met een zeer lage bevolkingsdichtheid) van de Europese Unie. 10% van het budget voor 5b-regio's mag echter toegekend worden aan aangrenzende regio's die niet in aanmerking komen.

Doel: LEADER II is in het verlengde van LEADER I (1991-1994) gericht op:

- > het aanmoedigen van lokale ontwikkelingsinitiatieven die tot voorbeeld kunnen dienen;
- > het geven van ondersteuning aan vernieuwende, overtuigende en overdraagbare campagnes die tonen welke nieuwe wegen de plattelandontwikkeling kan inslaan;
- > uitbreiding van de uitwisseling van ervaringen en de kennisoverdracht;
- > het steunen van internationale samenwerkingsprojecten afkomstig van de lokale betrokkenen, die uitdrukking geven aan hun solidariteit.

Begunstigden: LEADER II geeft financiële steun aan twee categorieën begunstigden:

- > in de eerste plaats aan de "lokale actiegroepen" bestaande uit overheids- en privévertegenwoordigers, die samen een strategie en innovatieve maatregelen opzetten voor de lokale ontwikkeling van een plattelandsgebied (minder dan 100 000 inwoners);
- > voor het overige aan gezamenlijke overheids- of privébetrokkenen uit het landelijk milieu (lokale verbanden, advieskamers, coöperaties, verenigingen, enz.), op voorwaarde dat het doel van hun actie past binnen de lokale ontwikkeling van hun gebied.

Soorten maatregelen: verwerving van vaardigheden op het gebied van plattelandontwikkeling, programma's voor vernieuwing op het platteland (beroepsopleidingen, plattelandstoerisme, steun aan kleine ondernemingen, opwaardering van de land- en bosbouwproductie en van de lokale visvangst, verbetering van het milieu en de leefomgeving, enz.) en internationale samenwerking.

De verschillende onderdelen van LEADER II zijn verbonden door een "Europees netwerk voor plattelandontwikkeling" dat een brede verspreiding (seminars, uitwisselingen, publicaties) van de innovatieve acties voor het platteland mogelijk maakt en de internationale samenwerking vereenvoudigt. Dit netwerk wordt geleid door het "Europees LEADER-Observatorium".

Duur van het programma: 6 jaar (1994-1999)

Bedrag van de EU-steun: ongeveer 1 755 miljoen ECU (waarvan meer dan 1 000 miljoen voor de regio's onder Doelstelling 1) uit de drie Structuurfondsen.



Europees
Observatorium LEADER



Europese Commissie
DG VI Landbouw

LEADER magazine is het kwartaalblad van het programma voor plattelandontwikkeling LEADER II. **LEADER II** ("Liaison Entre Actions de Développement de l'Economie Rurale") is een EU-Initiatief dat uitgaat van de Europese Commissie en dat wordt gecoördineerd door het Directoraat-Generaal voor de Landbouw (eenheid VI-F.1.1). De inhoud van LEADER Magazine drukt niet noodzakelijkerwijs de mening van de instellingen van de Europese Unie uit. **Redactieleiding:** A.E.I.D.L./Europees Observatorium LEADER - **Verantwoordelijke uitgever:** William Van Dingenen, A.E.I.D.L., Sint-Pieterssteenweg 260, B-1040 Brussel - **Samenstelling:** Jean-Luc Janot - **Werken mee aan dit nummer:** Yves Champetier, Jacques Fournier, Katell Gurnic, Bertrand Hervieu, Michel Hofmann, António Realinho, Veronika Veits - **Foto's:** LEADER groepen, Campagne Campagne, Ann Linden, Ferdinand Neumüller, Hans-Olof Utsi - **Omslagfoto:** Campagne Campagne - **Productiecoördinatie:** Christine Charlier - **Lay-out:** Kaligram - Gedrukt in België op chloorvrij papier - **LEADER magazine** verschijnt in de elf talen van de Europese Unie in een oplage van 37 500 exemplaren. **Inlichtingen:** LEADER magazine, A.E.I.D.L., Sint-Pieterssteenweg 260, B-1040 Brussel - Tel: +32 2 736 49 60 - Fax: +32 2 736 04 34 - E-mail: leader@aeidl.be - WWW: <http://www.rural-europe.aeidl.be>