

# Jovens Agricultores

*Revista da Associação dos Jovens Agricultores de Portugal*

**Marketing e Comercialização  
de Produtos Agrícolas**

# com Segurança



## Não temos a solução para tudo, mas fazemos tudo para ter a melhor.

Porque cada cliente é único é preciso estar cada vez mais perto para conhecer as suas reais necessidades. E é isso que fazemos, com toda a nossa experiência e capacidade técnica, de uma forma inovadora e flexível, analisamos a terra, aconselhamos a melhor fertilização, acompanhamos a cultura e avaliamos os resultados. Do princípio ao fim, protegendo o ambiente, a terra e os frutos que ela produz.

**ADP-Adubos de Portugal, sempre ao seu lado. Com segurança.**



com Segurança

Empresa do Grupo CUF

2005

## Concurso Jovem Agricultor

**ORGANIZAÇÃO:** Associação dos Jovens  
Agricultores de Portugal  
**APOIO:** Programa AGRO

Mais informações:  
AJAP  
Rua D. Pedro V, 108 - 2.º  
1269 - 128 Lisboa  
Telf.: 21 324 49 70  
E-mail: [ajap@ajap.pt](mailto:ajap@ajap.pt)

Com o apoio:



<b>6</b>	<b>Dossier: Marketing e Comercialização dos Produtos Agrícolas</b>
<b>8</b>	<b>O Marketing de Produtos Agrícolas: da óptica de produção à óptica de mercado</b>
<b>9</b>	<b>Qualidade e Diversificação Agro-Alimentar no quadro do FEADER</b>
<b>10</b>	<b>David e Golias - Produtores e distribuição</b>
<b>11</b>	<b>Medida 2 do Programa Agro: "Transformação e Comercialização dos Produtos Agrícolas"</b>
<b>14</b>	<b>Os produtos com qualidade diferenciada e a Segurança Alimentar</b>
<b>15</b>	<b>Montado Alentejano</b>
<b>16</b>	<b>Clube de Produtores</b>
<b>17</b>	<b>"Puro Danone Pedacos - O melhor do que é nosso"</b>
<b>19</b>	<b>RPU: Azeite</b>
<b>20</b>	<b>PI: Castanheiro</b>
<b>22</b>	<b>Balanço Ano Agrícola 2005</b>
<b>23</b>	<b>Congresso dos Agricultores Europeus</b>
<b>24</b>	<b>Jovens Agricultores integram manifestação do sector</b> <b>Acções de Formação Profissional RPU-Modelos H e R</b>
<b>25</b>	<b>SNIRA</b> <b>Postos de Atendimento do SNIRB</b> <b>Roteiro de Eventos</b>
<b>26</b>	<b>Legislação Nacional</b>
<b>28</b>	<b>Gabinetes de Apoio ao Jovem Agricultor</b>



A New Holland escolhe lubrificantes Avia

## GAMA NEW HOLLAND

# Mais inovação. Maior possibilidade de escolha.

Novos produtos concebidos, fabricados, vendidos e assistidos por uma equipa altamente motivada e qualificada que trabalha para si e que se encontra à sua inteira disposição em todo o mundo. Novas tecnologias que oferecem, de forma imediata, vantagens reais e os melhores resultados para a sua actividade agrícola. Novas ideias que respondem a todas as suas necessidades, tanto actuais como futuras. Novas oportunidades que transmitem segurança aos que querem crescer. Em todos estes campos e em todos os seus campos, a inovação New Holland é o caminho que conduz ao sucesso.

[www.newholland.com/pt](http://www.newholland.com/pt)

Telefone gratuito de Atendimento aos Clientes 800 880 373



**NEW HOLLAND**

Especialistas no seu sucesso



NEW HOLLAND É UMA MARCA DA CNH.

CNH: UM LÍDER MUNDIAL NO FABRICO DE TRACTORES, CEIFEIRAS-DEBULHADORAS, ENFARDADEIRAS E MÁQUINAS DE VINDIMAR AUTO-MOTRIZES.

## Ficha Técnica

( OUT / NOV / DEZ ) 2005

N.º 64

### AJAP

Associação dos Jovens  
Agricultores de Portugal

Propriedade, Redacção e  
Edição

AJAP - Rua D. Pedro V, 108 - 2.º  
1269-128 Lisboa

Telefone

21 324 49 70

Fax

21 343 14 90

Director

Firmino Cordeiro

Coordenação

Depart. de Comunicação

Redacção

Depart. Técnico

Secretariado

Olga Leitão

Dep. Comercial

Olga Sereno

Impressão

Gazela, Artes Gráficas, Lda.

Depósito Legal

n.º 78606/04

Registo de Título

n.º 116714

Tiragem

10 000 exemplares

Periodicidade

Trimestral

E-mail

ajap@ajap.pt

URL

www.ajap.pt

Distribuição Gratuita



Podemos hoje afirmar que não só a preferência dos consumidores portugueses está nos produtos nacionais, como inclusive constatar que em muitos países da Europa e do resto do mundo, isso também já se verifica em relação a alguns produtos portugueses, nomeadamente os certificados. Os nossos produtos são tão bons ou melhores que os franceses, os espanhóis ou os italianos, é necessário é saber vendê-los. Em Portugal, infelizmente, esta não parece ser uma preocupação, nem da parte dos políticos responsáveis nem da organização congregadora de tais preocupações, bem mais preocupada com subsídios ao rendimento do que com a comercialização dos produtos dos seus associados.

Comercializar implica planejar, e para um perfeito planeamento é necessário coordenar as principais variáveis do marketing: produto, preço, promoção e distribuição. Se fosse possível introduzir no quotidiano dos agricultores e das suas organizações a utilização desta preciosa ferramenta (planos de marketing), seguramente e gradualmente resultados apareceriam.

Da nossa parte estamos disponíveis, mas precisamos, aliás os agricultores portugueses precisam, de ser verdadeiramente respeitados, compreendidos e reconhecidos.

Fazemos igualmente votos que em 2006 o S. Pedro esteja do nosso lado e com a ajuda do Ministério da Agricultura, Desenvolvimento Rural e Pescas possamos encerrar este Quadro Comunitário e iniciar o novo período 2007/2013 num clima de parceria, lealdade e acima de tudo de desenvolvimento do Mundo Rural Português.

A todos desejo um Bom Natal!



# Dossier: Marketing e Comercialização de Produtos Agrícolas



A escolha do tema central desta revista não teria lugar até há algum tempo atrás. Tradicionalmente, os agricultores, e mesmo as suas organizações, preocupavam-se apenas com a produção de géneros agrícolas e agro-pecuários de qualidade. Os produtos colhidos e embalados a granel eram, e em grande parte ainda são, escoados directamente para as cooperativas, mercados abastecedores e outros intermediários, que os faziam chegar aos consumidores. Existia um alheamento dos agricultores face aos consumidores dos seus produtos e um total desconhecimento de todas as técnicas de marketing e comercialização.

No entanto, um conjunto de factores convergiu para despoletar a alteração desta situação:

- A crescente globalização mundial que provocou a inundação do mercado nacional por produtos, por um lado, a muito baixo preço e, por outro, calibrados, homogéneos e de apresentação cuidada;

- O crescente grau de exigência dos consumidores cada vez mais preocupados com a qualidade dos produtos alimentares que chegam à sua mesa derivado da natural desconfiança resultante das sucessivas crises alimentares dos últimos anos – “doença das vacas loucas”, frangos com nitrofuranos e, mais recentemente, a gripe das aves;

- O entendimento e reconhecimento por parte da indústria agro-alimentar do marketing enquanto elemento funda-

mental para o seu processo de desenvolvimento, quando pretendem assumir uma posição de liderança no mercado.

Somos porém obrigados a reconhecer o estado embrionário da maior parte dos produtores agrícolas nestas matérias, que vai ainda exigir um grande esforço por parte de produtores e distribuidores. É necessária uma mudança de mentalidades nos empresários agrícolas, criar uma cultura de marketing em vez de uma cultura de produção. Excepção feita a algumas produções, em especial ao sector vitivinícola, no qual a grande competitividade do respectivo mercado obrigou os produtores a desenvolver a sua actividade numa óptica de mercado criando marcas próprias, preocupando-se com a apresentação e imagem do produto junto dos consumidores, factores essenciais na valorização do produto no mercado.

## Principais barreiras dos produtores nacionais

Num sector com características muito específicas, que se encontra particularmente fragilizado, devido às controversas medidas políticas e à instabilidade climática, a actividade económica oscila demasiadamente, os produtores queixam-se dos baixos preços a que vendem os seus produtos e da crescente concorrência dos produtos provenientes de outros países mas pouco ou nada fazem para valorizar os seus.

Esta passagem da cultura exclusivamente de produção por

parte dos produtores agrícolas para uma que está atenta e responde às solicitações do mercado tem tendência a ser lenta e morosa. Agravada ainda pelo facto de a população agrícola ter um nível de escolaridade relativamente baixo e estar envelhecida. O que em termos práticos significa que após anos de práticas agrícolas tecnologicamente pouco desenvolvidas e desajustadas face às actuais opções da política agrícola comum, a maior parte dos agricultores de hoje sofrem de falta de visão de mercado. É, por isso, crucial uma mudança profunda de mentalidade, quer ao nível das formas de produção, quer ao nível da valorização dos produtos e do seu posicionamento face ao circuito que culmina nas preferências do consumidor final.

## Desafios para os produtores nacionais

Os agricultores portugueses mais do que produzirem produtos de qualidade têm de ter consciência da necessidade, e a capacidade, de transmitirem essa imagem aos consumidores, e da necessidade de estar atentos às exigências e solicitações do mercado.

Tem de existir uma preocupação clara em mudar e melhorar a imagem dos agricultores e da agricultura nacional.

A aposta tem de incidir na qualidade dos produtos portugueses acrescentando-lhes mais valias antes de os colocar no mercado, e recorrendo a um vasto leque de estratégias de marketing a ser utilizadas em parceria entre os homens da terra, as cooperativas e as empresas agro-alimentares.

A aposta passa por vender os produtos a preços e qualidade a que o mercado obriga, apoiado numa agricultura eficiente e respeitadora do meio ambiente.

O movimento associativo poderá ser, mais uma vez, componente fundamental neste processo, fomentando um circuito de comercialização, com base no apoio à criação de agrupamentos sectorizados, de forma a fazer face às diversas dificuldades no escoamento dos produtos agro-alimentares.

## Caso de Sucesso

Um exemplo de sucesso nesta matéria é o do azeite nacional, produto tradicional da nossa cultura e alimentação e cujo consumo tinha decrescido consideravelmente nos últimos anos devido à adopção de hábitos e práticas alimentares trazidos até nós pela globalização. Os produtores e cooperativas deste sector ao detectar esta quebra souberam identificar o problema e adoptar uma estratégia para reverter

esta situação recorrendo a técnicas de marketing e comercialização.

Enaltecendo o azeite como a base da saudável Dieta Mediterrânica, conceito oposto aos fast-foods, a designada comida de plástico que hoje em dia é identificada como causadora do aumento de determinadas doenças nomeadamente, a iminência da obesidade, hipertensão e graves problemas cardíacos, numa época em que a preocupação com o saudável e o culto do corpo se encontram no extremo, conseguiram inverter a tendência de consumo. Não só aumentaram a compra dos produtos já existentes, como também exploraram um vasto grupo de sub-nichos de mercado criando toda a uma panóplia de novas opções, como os azeites com especiarias, os azeites para cozinhar, os azeites para temperos, os azeites com D.O.P. – Denominação de Origem Protegida, entre outros.



## **O Marketing de produtos agrícolas: da óptica de produção à óptica de mercado**



Filomena Duarte

Professora Auxiliar do Departamento de Economia Agrária e Sociologia Rural do Instituto Superior de Agronomia

Ao contrário do que se passa com muitos produtos alimentares, a utilização das técnicas de marketing tem tido fraca expressão no que toca à maioria dos produtos agrícolas. Este facto pode ser explicado por algumas características específicas da produção agrícola, nomeadamente: a dificuldade de diferenciação do produto à saída da exploração, a importância das políticas na formação do rendimento dos agricultores e o afastamento entre o agricultor e o consumidor final.

Apesar desta especificidade, no caso de produtos agrícolas que sempre dependeram essencialmente do mercado para a sua valorização, como as frutas, as hortícolas ou o vinho, desde cedo os agricultores recorreram à utilização das técnicas de marketing de forma isolada ou através das suas associações cooperativas ou outras.

O afastamento dos agricultores relativamente às técnicas de marketing tenderá no entanto a diminuir face às alterações recentes do seu meio envolvente: a introdução do Regime de Pagamento Único no âmbito da reforma da PAC de 2003, a crescente liberalização das trocas e alargamento da concorrência no espaço comunitário, o aumento da concentração da distribuição retalhista, a maior preocupação dos consumidores com a qualidade, a segurança alimentar e o ambiente.

Face a estas alterações, que utilidade pode ter o marketing para os agricultores? Que vantagens poderão advir da sua utilização?

Tal como acontece noutros sectores de actividade, a utilização do marketing no caso dos produtos agrícolas, terá de ser feita adoptando a definição moderna deste conceito, o

que significa que o seu centro de interesse, da mera pesquisa de compradores para um produto já existente, terá que se deslocar para a identificação e caracterização das necessidades dos consumidores de forma a conceber produtos que a elas respondam. Assim, as empresas agrícolas, até aqui muito centradas numa óptica de produção, terão que adoptar cada vez mais, uma óptica de mercado. Esta última pressupõe estar permanentemente atento à evolução dos mercados e perceber que em muitos casos estes são segmentados, ou seja, que há grupos de consumidores com necessidades e comportamentos distintos.

Esta adaptação da oferta à procura leva a encarar o produto como um conjunto de atributos que vão de encontro às necessidades dos consumidores, a escolher onde vendê-lo, a que preço e com que formas de comunicação, aspectos a que as técnicas de marketing ajudam a responder.

Passar da óptica da produção à óptica de mercado não é no entanto tarefa fácil, não só porque as exigências dos consumidores estão permanentemente em mudança, mas também porque pressupõe capacidade de inovação e de aceitação de algum risco por parte das empresas.

Um contexto de concorrência alargada torna difícil a estratégia de concorrer através de baixos custos pelo que restará para muitas empresas agrícolas a aposta na diferenciação dos seus produtos, dirigindo-os a segmentos específicos que estejam dispostos a pagar mais por essa diferença. A aposta na qualidade, segurança e rastreabilidade podem constituir vias de melhor valorização do produto.

Neste esforço de inovação e diferenciação ao nível da agricultura será importante o reforço da ligação entre as empresas e os centros de investigação, nomeadamente universidades, na identificação de produtos e técnicas de produção que vão de encontro às novas exigências dos consumidores.

Finalmente importa também referir, que muitos produtores só estarão em condições de responder a estas exigências, se concentrarem a sua oferta através de cooperativas, organizações de produtores ou outras formas de associação. A concentração da oferta não só contribui para reforçar o poder negocial dos agricultores, face a outros participantes nas fileiras, como também facilita a adopção de uma estratégia comum com vista à melhor valorização dos produtos.

## QUALIDADE E DIVERSIFICAÇÃO AGRO-ALIMENTAR NO QUADRO DO FEADER

Rita Horta

Directora Geral do Gabinete de Planeamento e Política Agro-Alimentar

A qualidade e diferenciação dos alimentos assumem uma importância acrescida no novo modelo da PAC, de maior complexidade, mais obrigações e desafios: o desenvolvimento sustentável e o ambiente como pano de fundo, acrescidos da segurança alimentar e bem estar dos animais, tudo isto inserido num novo modelo de apoios ao rendimento, o Regime de Pagamento Único, dependente do cumprimento da "Condicionalidade". Assim, um aumento da competitividade só será possível ou através da obtenção de escala e/ou introdução de tecnologias para compensar custos mais elevados e preços mais baixos; ou, na ausência de flexibilidade no ajustamento estrutural/tecnológico, da diferenciação do produto com vista à obtenção de uma remuneração mais elevada no mercado. É, pois, indispensável, uma maior "qualidade" de todos os intervenientes no processo, privados e administração pública, sobretudo para aquelas regiões e actividades com menor dinâmica. É neste contexto que a definição duma estratégia para uma política de qualidade e diferenciação, devidamente apoiada pelos instrumentos do novo FEADER, poderá ter uma importância determinante.

### A Qualidade no Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER)

Os apoios previstos no FEADER<sup>1</sup>, regimes de qualidade dos alimentos<sup>2</sup> e às actividades de informação e de promoção<sup>3</sup>, aplicam-se aos regimes comunitários de qualidade dos alimentos e aos regimes reconhecidos pelos Estados-Membros, estando previstos incentivos anuais, em função dos custos associados à participação no regime de qualidade (máx. 3.000 euro/exploração e às actividades de informação e promoção (apoio de 70% do custo elegível da acção).

### As políticas públicas no âmbito da qualidade

Não há uma definição consensual para a "qualidade", pelo que a sua designação é "apropriada" por agentes económicos, associando a sua designação aos produtos que comercializam. Contudo, no sector agro-alimentar, como na economia em geral, é grande a incerteza sobre a qualidade dos produtos, resultante de factores como a variabilidade das matérias primas, dificuldade de controlo técnico sobre os processos de produção, falta de coordenação entre os actores de uma dada fileira.

Os actuais regimes são variados, baseando-se num processo de standartização, certificação, acreditação e rotulagem, onde a credibilidade dos agentes que nele intervêm é determinante.

Os actuais regimes, Reg. 2081/92, relativo à protecção das indicações geográficas e denominações de origem; Reg. 2082/92, relativo aos certificados de especificidade; Reg. 2092/91, relativo ao modo de produção biológico, legislação nacional complementar no Despacho Normativo 47/97, bem como o Reg.1760/2000, relativo à rotulagem da carne de bovino, com legislação nacional no DL 71/98 de 26/3; Reg. 1538/91, relativo à rotulagem/criações especiais da carne de aves; Rotulagem da carne de suíno, com a legislação nacional no DL 71/98, são apoiadas por dois

instrumentos: Acção 2 das Medidas AGRIS e as Medidas Agro-Ambientais do Programa RURIS – Programa de Desenvolvimento Rural. Destes regimes poderemos afirmar que a taxa de diferenciação face à produção global, com excepção do sector do vinho, é diminuta: no geral, não deverão representar mais do que 5% de produção de qualidade diferenciada e certificada, mesmo se, individualmente, se constatarem casos de sucesso.

### Qualidade e diferenciação agro-alimentar: algumas interrogações

Este relativo desaproveitamento da qualidade e diferenciação agro-alimentar coloca-nos interrogações como, por exemplo, se os regimes actualmente existentes serão suficientes para um aproveitamento em favor das fileiras e territórios nacionais dos instrumentos disponíveis no FEADER. Neste contexto, apresentam-se algumas pistas fomentar um debate com vista a fazer da qualidade e diferenciação agro-alimentar um factor de competitividade.

- Qualidade e diversificação agro-alimentar necessitam de políticas concebidas e operacionalizadas de forma integrada e coerente, concentrando meios e agregando competências dispersas.
- É necessário maior nível de estruturação das fileiras agro-alimentares. A actual legislação sobre o inter-profissional (ou o uso que dela tem sido feito) não se tem revelado suficientemente atractiva para promover o aparecimento deste tipo de estruturas. Estas estruturas poderiam constituir um meio privilegiado de promover a produção de qualidade nacional.
- Salvo algumas excepções, os sistemas actuais de certificação/diferenciação da produção ocupam uma reduzida quota de mercado, parecendo-nos difícil que, por si só, mesmo com apoios no âmbito do DR, possam gerar mais valias relevantes para a fileira ou os territórios.
- Uma forma de potenciar valor ao longo das fileiras produtivas poderá passar pela criação de um sistema de qualidade nacional (por produto), com um conjunto de normas base para a sua diferenciação (ex: "carne" ou "carne de bovino"), podendo abranger os regimes já existentes de forma mais abrangente.
- No contexto da nova PAC, poder-se-á estimular o aparecimento de modos de produção sustentáveis ambientalmente, com possibilidades de maior oferta.
- Formulação de um quadro legal claro que atribua responsabilidades acrescidas aos detentores de denominações, às entidades certificadoras e à própria administração pública.

<sup>1</sup>Reg.1698/2005. ;<sup>2</sup>artigo 32º;<sup>3</sup>artigo 33º





Celso Guedes de Carvalho  
senior partner

## DAVID E GOLIAS - produtores e distribuição

Demasiadas vezes ouvi, sobretudo por parte dos produtores, que “a distribuição é que manda em tudo”, que “eles é que ganham tudo e nós ficamos com as migalhas”, entre outros desabafos. Não esqueço uma entrevista de Belmiro de Azevedo em que ele dizia (e com razão)

só não comprava mais fruta portuguesa porque os produtores não correspondiam às exigências mínimas em termos de volume de produção, qualidade e embalamento.

Vou assim neste artigo abordar a relação dos Produtores dos Produtos Tradicionais Portugueses qualificados (DOP, IGP, ETG) e a Distribuição.

Começamos por clarificar (resumidamente) o conceito de produtos tradicionais qualificados (DOP, IGP, ETG):

- são produtos que se encontram protegidos por denominações de qualidade regulamentadas pela União Europeia, fazem parte do património cultural dos povos e são um atestado da riqueza cultural dos seus países de origem.

- são produtos cuja qualidade, reputação ou características se devem essencial ou exclusivamente ao meio geográfico, incluindo os factores naturais e humanos, e cuja produção, transformação e elaboração ocorrem na área geográfica delimitada.

Temos assim produtos que são únicos no mundo. Não há igual. Não há por exemplo outro Azeite de Trás-os-Montes DOP. Só nesta região estão reunidas as características para a produção deste produto.

A criação deste sistema de qualificação de produtos e a protecção jurídica que gozam, permitiu aos produtores afirmarem-se no mercado. Aumentar (apesar de tudo) os seus rendimentos e nalguns casos evitarem o seu desaparecimento. No caso da distribuição, terem produtos de qualidade, com garantia de origem e condições de produção, transformação e apresentação comercial bem definidas.

### Comercialização dos produtos (DOP, IGP, ETG)

O mercado dos produtos alimentares (e não só) está assente numa distribuição de grande escala e pouco orientada para produtos mais especializados. Têm uma preocupação natu-

ral com a produção de larga escala e exerce uma grande pressão ao nível dos preços. Os produtores, por seu lado, não tem uma estratégia de distribuição selectiva, rendendo-se a maior parte das vezes às “grandes superfícies” não avaliando formas de distribuição alternativas. Não é feita uma avaliação dos preços e demais condições comerciais e financeiras nos diversos canais de distribuição.

A avaliação da distribuição por parte dos produtores deve ter em atenção o número de pontos de venda, as vendas médias por canal e por ponto de venda, o preço pago pelo produto, mas também a existência do conhecimento e serviço adequados para salientar a qualidade acrescida dos seus produtos. Porquê? Porque se vai reflectir no valor percebido pelo consumidor e consequentemente no valor pago ao produtor.

O crescimento de lojas de especialidade, lojas de conveniência, lojas *Gourmet* são uma oportunidade para os produtores. Estratégias comerciais/marketing adequadas permitem (para além destes exemplos) escoar estes produtos com maior facilidade, por exemplo nos Mercados Abastecedores, na Restauração ou em mercados que pagam pela qualidade acrescida (exportação).

Porque é que a distribuição tem vindo a comprar produções completas de produtos DOP, IGP, ETG? Porque “há mercado” e a “grande” distribuição sabe disso.

### Conclusão

A criação deste sistema de qualificação de produtos permitiu a concentração da oferta dos produtos, a regularidade de fornecimento, a modernização de unidades de transformação e a melhoria da apresentação. São um conjunto de elementos de dimensão comercial que foram implementados e que são determinantes para os agentes de distribuição.

Estamos assim perante produtos que gozam de protecção jurídica, que cumprem todas as normas que são exigidas pela “moderna distribuição”. Que tem qualidade superior, exclusiva e relevante, apreciados pelos consumidores. Que, como vimos, com possibilidades de distribuição alternativos às grandes superfícies.

Na minha opinião o equilíbrio de poderes entres os produtores e as “grandes superfícies” está alcançado. É preciso que os produtores tenham consciência disso. Que valorizem os seus produtos e que saibam transmitir aos compradores, na fase da negociação, a totalidade dos benefícios que estão a comercializar.

## A MEDIDA 2 DO PROGRAMA AGRO

### "Transformação e comercialização de produtos agrícolas"

A comercialização dos produtos Agro-Alimentares é um dos factores mais críticos do sector agrícola. É sentida a necessidade de reforçar a organização da produção visando a competitividade no mercado, por via da melhoria da capacidade negocial e da qualidade dos produtos.

O Programa Operacional Agricultura e Desenvolvimento Rural (Programa AGRO), desempenha aqui um papel necessário. Após a avaliação intercalar, foram recomendadas algumas alterações visando, fundamentalmente, reforçar e dirigir as medidas tendo em vista a melhor prossecução dos objectivos estabelecidos.

No que respeita à medida n.º 2, «Transformação e comercialização de produtos agrícolas», foi necessária a introdução ou melhoria de alguns aspectos que promovam o aumento da selectividade e uma mais eficaz interligação dos investimentos com os sectores produtivos de base.

Assim, e como forma de diferenciar positivamente os melhores projectos, introduziu-se, também, a possibilidade de reconhecer o respectivo mérito através da atribuição de um prémio na fase de conclusão dos investimentos.

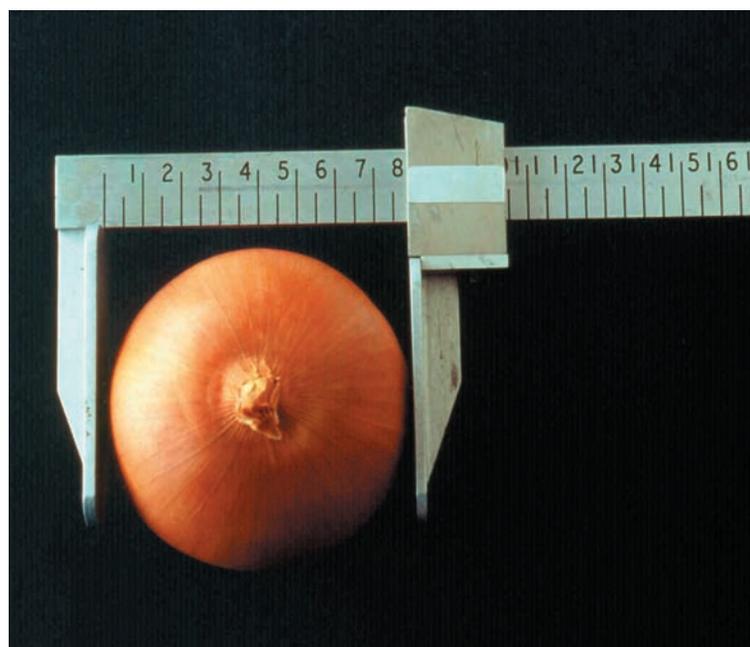
#### Objectivos

- Reforçar a competitividade do sector da transformação e comercialização de produtos agrícolas, nomeadamente através do apoio ao desenvolvimento de estratégias empresariais integradas, salvaguardando os aspectos ambientais;
- Melhorar o desempenho empresarial, nomeadamente com o apoio ao desenvolvimento e inovação no domínio da qualidade e da gestão;
- Reduzir os efeitos negativos da actividade produtiva sobre o ambiente através do tratamento e reciclagem de resíduos e efluentes das unidades agro-industriais;
- Estimular a inovação e a diferenciação ao nível dos produtos, respondendo às novas exigências da procura em matéria de qualidade e de segurança alimentar.

#### Investimentos elegíveis

São abrangidos os investimentos relativos a:

- a) Comercialização dos seguintes produtos agrícolas:
  - i) Produtos vegetais - cereais e arroz, frutas e produtos hortícolas, banana, batata, azeitona, uva para vinho, flores e plantas ornamentais, plantas industriais, sementes e material de propagação vegetativa, plantas forrageiras, oleaginosas e proteaginosas;
  - ii) Produtos animais - mercados de gado, de animais de capoeira e de ovos, leite e mel natural;
- b) Transformação dos produtos referidos na alínea anterior cujo produto final se enquadre nas actividades que constam do anexo I da Portaria n.º 949/2004 de 28 de Julho.



#### Beneficiários

Podem beneficiar das ajudas previstas as pessoas singulares ou colectivas legalmente constituídas à data de apresentação da candidatura.

#### Projectos a apoiar

1 - Podem ser concedidas ajudas a projectos que visem a melhoria e racionalização da transformação e comercialização de produtos agrícolas que se enquadrem nos objectivos referidos acima.

2 - Os projectos são classificados de acordo com a seguinte tipologia:

- a) Tipo 1 - pequenos projectos com volume de investimento elegível até 250.000 €, envolvendo quer acções de natureza pontual, nomeadamente de reorganização produtiva em empresas já em laboração, quer projectos novos;

#### Investimentos excluídos

Não são abrangidos pelo presente regime de ajudas os seguintes investimentos:

- a) Relativos à transformação e comercialização de produtos agrícolas provenientes de países terceiros;
- b) Relativos ao comércio a retalho;
- c) Relativos à armazenagem frigorífica dos produtos, na parte que exceda as capacidades necessárias ao normal funcionamento da unidade de transformação.

# Dossier: Marketing e Comercialização de Produtos Agrícolas



- b) Tipo 2 - projectos com um valor de investimento elegível superior a (euro) 250.000 e um investimento total inferior a 25 milhões de euros, equacionados numa lógica integrada e suportados por um diagnóstico estratégico;
- c) Tipo 3 - projectos incluídos no regime contratual de investimento definido pelo Decreto-Lei n.º 203/2003, de 10 de Setembro.

Não são abrangidos pelo Regulamento os projectos elegíveis no âmbito da medida «Agricultura e desenvolvimento rural» dos programas operacionais regionais relativos à criação e modernização de unidades produtivas de produtos de qualidade e à criação e modernização de pequenas unidades artesanais ou de âmbito local.

## Condições de acesso dos beneficiários

Podem beneficiar das ajudas previstas os beneficiários que satisfaçam os seguintes requisitos:

- a) Demonstrem possuir situação económica e financeira equilibrada, com uma autonomia financeira (AF) pré e pós-projecto igual ou superior a 0,2, bem como uma cobertura do imobilizado por capitais permanentes (CI) pré e pós-projecto igual ou superior a 1, devendo os indicadores pré-projecto ter por base o exercício anterior ao ano da apresentação da candidatura;
- b) Se obriguem, caso a candidatura venha a ser aprovada, a que o montante dos suprimentos e ou empréstimos de sócios ou accionistas que contribuam para garantir os indicadores referidos na alínea anterior seja integrado em capitais próprios, quando se trate da autonomia financeira,

ou capitais permanentes, no caso da cobertura do imobilizado, antes da assinatura do contrato de atribuição das ajudas, ou antes do último pagamento da ajuda, consoante se trate de indicador pré ou pós-projecto;

- c) Demonstrem possuir capacidade técnica e de gestão;
- d) Disponham de recursos humanos adequados à situação pós-investimento ou se comprometam a realizar a necessária formação profissional;
- e) Declarem dispor de contabilidade actualizada e organizada;
- f) Possuam ou declarem vir a possuir sistemas de controlo adequados ao acompanhamento e avaliação da execução do projecto de investimento;
- g) Comprovem, consoante o caso, estarem inscritos ou terem requerido a sua inscrição para efeitos de cadastro industrial ou comercial;
- h) Declarem que não estão abrangidos por quaisquer disposições de exclusão resultante de incumprimento de obrigações decorrentes de contratos celebrados nos cinco anos anteriores à apresentação da candidatura relativos a investimentos anteriormente co-financiados por ajudas públicas;
- i) Cumpram as normas comunitárias relativas ao ambiente, higiene e bem-estar dos animais;
- j) Comprovem, em investimentos do sector das frutas e produtos hortícolas frescos, estarem inscritos na Direcção-Geral de Fiscalização e Controlo da Qualidade Alimentar (DGFCQA) como operadores de frutas e produtos hortícolas frescos;
- k) Tenham concluído todos os projectos aprovados anteriormente no âmbito desta medida para o mesmo estabelecimento.

2 - Os beneficiários poderão comprovar os indicadores referidos na alínea a) do número anterior com informação mais recente, mas sempre referida a uma data anterior à da apresentação da candidatura, devendo para o efeito apresentar os respectivos balanços e demonstrações de resultados devidamente certificados por um revisor oficial de contas.

3 - O disposto na alínea a) do n.º 1 não se aplica aos beneficiários que, até à data de apresentação da candidatura, não tenham desenvolvido qualquer actividade, bem como aos empresários em nome individual sem contabilidade organizada, casos em que se considera que possuem uma situação financeira equilibrada, se suportarem com capitais próprios, pelo menos, 20% do custo total do investimento e garantirem uma CI pós-projecto igual ou superior a 1.

4 - As candidaturas devem ser apresentadas individualmente, não sendo admitidas candidaturas conjuntas de beneficiários.

## Valores e forma das ajudas

1 - Os valores das ajudas a atribuir são os seguintes:

a) Projectos do tipo 1 - 30% das despesas elegíveis para acções pontuais e 45% para a criação de novas unidades;

b) Projectos do tipo 2 - 25% das despesas elegíveis, podendo a ajuda ser majorada em, no máximo, mais 20% em função dos critérios constantes do anexo IV;

c) Projectos do tipo 3 - o valor da ajuda será fixado no processo negocial associado ao regime contratual até 25% das despesas elegíveis, tendo em conta a valia global do projecto, aferida nos termos do anexo III.

2 - A ajuda a atribuir à componente ambiental dos projectos dos tipos 1 e 2 é de 45%, incidindo sobre um montante máximo de 250.000 € de despesas elegíveis.

3 - Sempre que se trate de projectos a executar na região de Lisboa e Vale do Tejo, os valores das ajudas previstos nos números anteriores são reduzidos em 5 pontos percentuais.

4 - A natureza dos incentivos será a seguinte para as diferentes tipologias de investimentos:

a) Tipo 1 - incentivo não reembolsável;

b) Tipo 2 - incentivo não reembolsável e incentivo reembolsável à taxa de juro 0, na proporção respectivamente de 70% e 30% do valor da ajuda calculado nos termos dos n.ºs 1 e 2, não podendo a parte de incentivo não reembolsável ultrapassar 1.750.000 € e o valor total da ajuda exceder 3.750.000 €;

c) Tipo 3 - incentivo não reembolsável e ou incentivo

reembolsável à taxa de juro 0 e ou bonificação de juros, em resultado do processo negocial, não podendo, quando se trate de investimentos de valor inferior a 25.000.000 €, o valor da ajuda ultrapassar o limite referido na alínea anterior.

5 - Quando, no quadro da apreciação do relatório final (alínea g do artigo 16.º da Portaria n.º 949/2004 de 28 de Julho), tenham sido integralmente cumpridos os objectivos do projecto aprovado (anexo V da Portaria supra-mencionada), 10 % do incentivo reembolsável previsto na alínea b) do número anterior podem converter-se em incentivo não reembolsável a título de prémio.

6 - A ajuda atribuída sob a forma de incentivo reembolsável será amortizada no prazo máximo de cinco anos, com um período máximo de carência de dois anos.

## Apresentação e recepção de candidaturas

1 - As candidaturas serão formalizadas através da apresentação junto do IFADAP do formulário próprio, em triplicado, excepto no caso dos projectos do tipo 3, que serão recepcionados pelas entidades competentes nos termos da legislação aplicável.

2 - O formulário de candidatura deve ser acompanhado de todos os documentos indicados nas respectivas instruções.

3 - As entidades receptoras dos projectos susceptíveis de enquadramento no tipo 3 deverão remeter ao IFADAP, no prazo de 15 dias a contar da recepção, três exemplares dos processos de candidatura.

REGULAMENTO INTEGRAL E ANEXOS: [programa-agro@net.pt](mailto:programa-agro@net.pt)



## Os produtos com qualidade diferenciada e a segurança alimentar



António Mantas  
SATIVA - Controlo e Certificação de Produtos

Em 1991 e 1992 foram publicados pela Comissão Europeia, com um contributo relevante de Portugal, dois Regulamentos que permitiriam uma protecção eficiente de nomes de produtos ou de modos de produção que, pela sua natureza ou forma de obtenção, podem ser diferenciados e valorizados comercialmente, criando condições para a manutenção eficiente da actividade agrícola em regiões que, de outra forma, apenas as ajudas directas poderiam eventualmente manter.

Estes Regulamentos, que definem a Agricultura Biológica e as Denominações de Origem ou Indicações Geográficas Protegidas, têm em comum a existência de um referencial técnico (ou caderno de normas ou especificações) e a institucionalização de um sistema de controlo e certificação por terceira parte. Por outro lado, a sua forma de obtenção está de acordo com os mais elementares princípios de respeito pelas condições ecológicas das zonas de produção, estando assim em posição favorável para contribuir para o cumprimento dos objectivos de uma actividade agrícola sustentável.

O referencial técnico de um produto com Denominação de Origem Protegida (DOP) ou com Indicação Geográfica Protegida (IGP), poderá contemplar as características do produto, os locais ou zonas de produção, as formas de obtenção e transformação e/ou as formas de apresentação comercial, entre outras especificações, que permitem a sua diferenciação, sendo assim muito diverso de produto para produto.

O referencial técnico de um produto obtido de acordo com o Modo de Produção Biológico é o próprio regulamento – Reg (CE) nº 2092/91, modificado, no qual se encontram definidas, entre outros, as formas e condições de obtenção

dos produtos vegetais, animais e transformados, os factores de produção autorizados, as obrigações dos operadores aderentes e a rotulagem.

O sistema de controlo e certificação que está definido prevê a existência de Organismos de Certificação que têm de funcionar com base na Norma Europeia EN 45011 (EN), que estabelece os “requisitos gerais para organismos de certificação (OC) de produtos”. Assim os OC têm que ser independentes, eficazes, ter processos transparentes e não discriminatórios, não podendo prestar consultoria nem promover os produtos que certificam, necessitando de um corpo técnico competente, e de um sistema da qualidade fiável.

Só poderão beneficiar de certificação os produtos que, para além de cumprirem toda a legislação necessária para poderem ser comercializados, nomeadamente as normas de higiene e de segurança estando assim sujeitos ao controlo generalizado pelas autoridades competentes, cumpram as especificações próprias do produto ou do modo de produção, que são controladas pelo Organismo de Certificação, existindo assim um nível de controlo suplementar. Os OC são entidades absolutamente essenciais para o desenvolvimento deste tipo de produtos face à necessidade de credibilizar as marcas que são colocadas no mercado, prevenindo usos abusivos ou fraudes, pelo que é necessário que as regras do seu funcionamento sejam claras, através da obrigação de cumprimento da norma referida, o que permite uma verificação objectiva.

O estrito cumprimento daqueles requisitos é ainda um factor de grande importância em matéria de segurança alimentar, pois actuando com rigor e profissionalismo, os organismos de certificação de facto independentes, podem ir de encontro às expectativas do consumidor pois este sabe que ao optar por um produto DOP, IGP ou de agricultura biológica, há um conjunto importante de aspectos relevantes do produto, a que não tem acesso directo, que foram devidamente controlados e estão conforme ele espera. E hoje, antes de muitos outros atributos, o que o consumidor de produtos alimentares mais pretende é estar seguro do que consome.

## Montado Alentejano

As práticas ancestrais de criação de animais nos montados, seu manejo e alimentação de acordo com um modo de produção tradicional, constituem a herança e o património histórico dos cerca de 400 produtores que, nos Agrupamentos ACOMOR, CARNOVINA e MERTOCAR, têm vindo a consolidar uma opção comum de planificação, controlo e comercialização dos seus produtos, com reconhecimento comunitário desde 1992.

A sociedade MONTADOALENTEJANO E TRADIÇÃO, Produtores Pecuários, SA, resulta da junção de esforços destes três Agrupamentos de Produtores do Alentejo e tem como objecto a comercialização, em exclusivo, da produção pecuária (borregos, vitelas, novilhos e porcos de raça alentejana) dos Agrupamentos-base que a integraram.

A criação tradicional dos animais está ligada ao aproveitamento do sob-coberto de pastagens espontâneas e frutos dos povoamentos de sobreiro e da azinheira, cujo ambiente é designado, em Portugal, pelo MONTADO, numa área geográfica delimitada. Os animais, de raças nacionais, são criados em condições de equilibrada integração no meio ambiente, com respeito pelo seu bem estar e sob um plano de controlo profilático e sanitário regional. Ao ar livre, desenvolvem-se ao ritmo da natureza, alimentados à base de pasto, cereais e complementos naturais, sendo as crias alimentadas a leite materno.

As carnes obtidas destes animais têm nomes geográficos qualificados, reconhecidos e protegidos pelo Governo Português e pela Comunidade Europeia: Denominação de Origem Protegida (DOP), Indicação Geográfica Protegida (IGP) ou Especialidade Tradicional Garantida (ETG) – obedecendo a um Caderno de Especificações aprovado. A verificação do sistema produtivo, o controlo dos animais e das peças de carne é efectuado por um Organismo Privado de Controlo e Certificação, reconhecido pelo Instituto de Desenvolvimento Rural e Hidráulica.



As carnes do MontadoAlentejano são comercializadas em carcaças, meias carcaças ou peças avulsas, limpas e desossadas, embaladas a vácuo no próprio matadouro, procurando assim oferecer ao consumidor todas as garantias de que o que é consumido resulta intocado do que foi produzido pelo agricultor, nas condições de higiene alimentar mais exigentes. Para além disso, o acondicionamento em vácuo resulta no uso mais prático, pois cada embalagem pode ser consumida fresca no espaço de cerca de um mês ou congelada individualmente.

Cada peça de carne está identificada e numerada, sendo possível conhecer o respectivo produtor, o animal de onde provém, o matadouro, o distribuidor, as datas de nascimento e abate e o destino, através do certificado que o acompanha.

Para além de uma diversificada carteira de clientes nacionais todos estes produtos são comercializados directamente pela sociedade nas Lojas do MontadoAlentejano.

Este enquadramento legal e o controlo e certificação, externos e independentes, conjugados com o acompanhamento directo de técnicos especializados próprios, em coordenação com o corpo de Médicos Veterinários da ADS, permite que cada Agrupamento de Produtores seja o garante do sistema natural de produção que caracteriza uma região e um produto, únicos no Mundo.



## **"O grande objectivo do Clube de Produtores é a promoção de produtos nacionais"**



José Aguiar  
Presidente do Clube de Produtores



### **1. Um caso de sucesso no sector da distribuição alimentar**

Responder aos desafios do sector agro-pecuário nacional e do mercado agro-alimentar no espaço europeu tem sido uma preocupação constante na história do Clube, que através da sua actividade tem procurado encurtar distâncias entre a grande distribuição e os produtores.

O grande objectivo do Clube de Produtores é a promoção de produtos nacionais, de acordo com os mais elevados padrões de qualidade e segurança em todas as cadeias de retalho alimentar do Grupo, garantida através de um apoio consistente e estruturado prestado pelo Clube a todos os associados, nomeadamente a nível da aposta na investigação e formação, de que são exemplo as recentes viagens ao Chile e Argentina e a França e a formação em luta biológica, que teve lugar em Sevilha.

Graças ao acompanhamento adequado em todas as fases de produção, ao rigoroso controlo de qualidade e ao empenho colocado pelos próprios produtores neste projecto, os produtos comercializados pelo Clube de Produtores tornaram-se uma referência no mercado português, registando já a preferência de muitos consumidores, cada vez mais ponderados e exigentes nas suas escolhas.

Sete anos decorridos após a sua fundação, o Clube de Produtores é hoje um caso de sucesso no sector de distribuição nacional, orgulhando-se de ter inaugurado uma nova era na satisfação de milhões de consumidores portugueses, proporcionando-lhes o que de melhor se faz em Portugal com qualidade, segurança, tecnologia, diversidade e sabedoria.

### **2. Clube de Produtores prevê facturar 87 milhões de euros em 2005**

Com uma previsão de facturação de 87 milhões de Euros em 2005 – valor que representa noventa e cinco toneladas de produtos nacionais – o Clube de Produtores apresenta um crescimento superior a 350 % no seu volume de negócios desde a sua fundação em 1998, sendo que se perspectiva um aumento de 17% relativamente a 2004.

O Clube conta com cerca de 200 produtores agro-pecuários portugueses associados e tem como objectivos apoiar a produção nacional e dar a conhecer os produtos nacionais através das cadeias de retalho alimentar da Modelo Continente. As diferentes áreas de negócio do clube, nomeadamente frutas e legumes, carnes, charcutaria e peixaria, representam já valores apreciáveis no de negócio da Modelo Continente, representando cerca de 54% das compras de produtos nas referidas categorias de produtos.

# Dossier: Marketing e Comercialização de Produtos Agrícolas

## Puro Danone Pedacos -

### O Melhor do que é nosso

A Danone, como líder nacional do sector de iogurtes, tem como principal preocupação ir ao encontro das necessidades e gostos dos consumidores, apostando na diferenciação pela qualidade e inovação.

Para responder à necessidade de diferenciação nos segmentos de iogurtes naturais, de aromas e com Pedacos de fruta, a Danone lançou a marca Puro Danone em Maio de 2004. A construção da marca Puro Danone baseou-se na tendência de "Regresso às origens e valores tradicionais" que se tem notado no comportamento dos consumidores. A família, as origens, a terra, as emoções e as relações entre as pessoas assumem, cada vez mais, um papel importante na vida dos Portugueses.

Puro Danone é assim uma marca que se baseia nos valores tradicionais de família, confiança e tradição.

Após um ano de existência da marca no mercado, a estratégia passou por reforçar todos estes valores também com o próprio produto. Daí até usar o melhor da fruta Portuguesa e reformular o iogurte com Pedacos de fruta, foi apenas um passo. Com uma vasta oferta de fruta Portuguesa de qualidade, procurou-se o melhor casamento entre a preferência dos consumidores e as frutas Portuguesas com qualificação.



Uma equipa de desenvolvimento de produtos totalmente dedicada ao mercado Português criou e a Fábrica da Danone em Castelo Branco tornou possível!

Elaborados com fruta de Denominação de Origem Protegida (DOP) e Indicação Geográfica Protegida (IGP), criou-se uma gama totalmente nova de iogurtes com pedacos: Mel da Terra Quente (DOP) com Nozes, Ananás dos Açores (DOP), Maçã de Alcobaca (DOP), Pêra Rocha do Oeste (IGP), Cereja da Cova da Beira (IGP) e Pêssego da Cova da Beira (IGP). Para satisfazer a grande preferência dos consumidores Portugueses, usou-se Morango vindo do Ribatejo. Este projecto envolve cerca de 620 produtores de fruta e mais de 360 toneladas de fruta.

Foi um projecto inédito em Portugal, uma vez que foi o primeiro a utilizar produtos qualificados como matéria prima. Este facto trouxe a satisfação dos produtores envolvidos, uma vez que reforça a imagem da fruta Portuguesa e a comunica de uma forma consistente, com valores de investimento significativo, em Televisão, Imprensa e no ponto de venda. Com a assinatura "Puro Danone Pedacos, O Melhor do que é Nosso", reforça-se a qualidade e a imagem do melhor que se produz em Portugal.

O trabalho de lançamento e promoção desta nova gama de iogurtes tem sido feito em cooperação com as associações de produtores envolvidas, mostrando uma parceria e uma relação de simbiose entre agricultura e indústria.



visite

www.peb.pt

# Agro

1 a 5 Março'06

Feira Internacional de Agricultura,  
Pecuária e Alimentação

## Horário

1 e 2 de Março: das 10h00 às 19h00

3 e 4 de Março: das 10h00 às 23h00

5 de Março: das 10h00 às 19h00



**PARQUE DE EXPOSIÇÕES DE BRAGA**

Feiras Internacionais

PEB - Tel.: (+ 351) 253 208 230 - Fax: (+ 351) 253 264 672 - mail:feiras@peb.pt



**Este convite vale 1 Entrada na feira** (não pode ser fotocopiado)



**PARQUE DE EXPOSIÇÕES DE BRAGA**

Feiras Internacionais

O CONVITE SÓ É VÁLIDO SE PREENCHIDO

FEIRA **"AGRO 2006"**

NOME \_\_\_\_\_

MORADA \_\_\_\_\_

LOCALIDADE \_\_\_\_\_

C. POSTAL \_\_\_\_\_

PAÍS \_\_\_\_\_ E-MAIL \_\_\_\_\_



**PARQUE DE EXPOSIÇÕES DE BRAGA**

Feiras Internacionais

FEIRA **"AGRO 2006"**

FEIRA INTERNACIONAL DE AGRICULTURA  
PECUÁRIA E ALIMENTAÇÃO

DATA **1 a 5 de Março**

HORÁRIO **1 e 2 de Março: das 10h às 19h  
3 e 4 de Março : das 10h às 23h  
5 de Março : das 10h. às 19h.**

CONVITE DE **Parque de Exposições de Braga**

É da responsabilidade do PEB o processamento automático dos dados. É assegurado o direito de acesso, correção ou eliminação desses dados nas nossas instalações.

## **Azeite - Integração no Regime de Pagamento Único**

A partir de 1 de Janeiro de 2006, o regime de apoio ligado à produção no sector do azeite passa a ser integrado no regime de pagamento único na sua totalidade.

Para efeitos de pagamento complementar, relacionado com a qualidade e comercialização, serão retidos 10% do montante a conceder a título de pagamento único.

Qualquer agricultor que beneficie de pagamentos directos deve respeitar os requisitos legais de gestão (artigos 3.º e 4.º do Reg. (CE) N.º 1782/2003 do Conselho, de 29 de Setembro de 2003, de acordo com o calendário estabelecido), assim como as boas condições agrícolas e ambientais. Será fornecida aos agricultores, através da sua Entidade Receptora, a lista dos requisitos legais de gestão e das boas condições agrícolas e ambientais a respeitar.

### **Requisitos legais de gestão**

Os requisitos legais de gestão foram estabelecidos pela legislação comunitária nos seguintes domínios:

- Saúde pública, saúde animal e fitossanidade;
- Ambiente;
- Bem-estar dos animais.

A concessão das ajudas directas fica portanto sujeita ao respeito de normas ambientais, de segurança alimentar, de saúde animal e vegetal, de bem-estar animal, e ainda ao cumprimento de exigência de manter as terras agrícolas em boas condições agronómicas e ambientais.

No caso de incumprimento, os pagamentos directos sofrerão uma redução proporcional aos riscos ou prejuízos em causa.

### **PROCESSAMENTO DA AJUDA**

#### **Condições de elegibilidade**

- Ter recebido pelo menos um pagamento numa das campanhas de comercialização de 1999/2000, 2000/2001, 2001/2002 e/ou 2002/2003. Estas quatro campanhas constituem o período de referência;
- Ter adquirido a exploração ou parte desta, por herança ou herança antecipada, de um agricultor que se enquadrava no disposto no ponto anterior.

#### **Pedido de Ajuda**

Até dia 15 de Novembro de 2005, o IFADAP/INGA notifica os olivicultores que tenham apresentado pedidos de ajuda no período de referência:

- Do montante de referência;



- Do nº de hectares de referência;
- Da demonstração do cálculo efectuado.

Os olivicultores devem apresentar a sua candidatura ao regime de pagamento único, até uma data a fixar pelo Estado membro.

Os olivicultores que não se candidatem ao regime de pagamento único, neste primeiro ano de aplicação do regime (2006), perdem os hectares e montantes de referência que lhe tiverem sido atribuídos.

#### **Conceitos**

«Montante de referência» - a média quadrienal dos montantes totais dos pagamentos relativos aos anos do período de referência concedidos a um agricultor a título do regime de apoio.

«Número de hectares de referência» - o número de hectares que resulta da média quadrienal dos hectares que foram determinados no período de referência.

Nota: A leitura desta página não dispensa a consulta da regulamentação aplicável

## Doença da Tinta do Castanheiro

A doença da Tinta do Castanheiro é considerada pela generalidade dos autores como causa última da degradação e desaparecimento dos soutos. Está presente em Portugal desde meados do século passado e a sua acção devastadora tem-se feito sentir em todas as regiões castaneícolas do país e do mundo.

### Classificação

Os fungos associados à doença da tinta, *Phytophthora cinnamomi*, e *Phytophthora cambivora*, pertencem à,  
Classe: Oomiceta  
Ordem: *Peronosporales*  
Família: *Fythiaceae*  
Género: *Phytophthora*



### Ciclo Biológico

#### *P. cinnamomi*

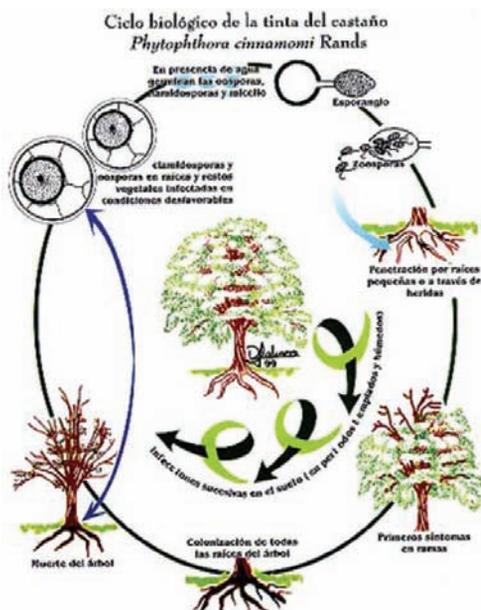
O micélio é hialino e cenocítico, com hifas irregulares muito características. Quando as condições não são favoráveis ao desenvolvimento vegetativo produz clamidósporos. São estruturas de multiplicação vegetativa, esféricas ou elípticas e não papiladas. Quando maduras têm uma parede espessa que lhes permite resistirem às condições adversas. germinam directamente por emissão de hifas germinativas.

*P. cinnamomi* é considerado como um dos organismos mais destrutivos dos vegetais e possui elevado número de hospedeiros. Tem ainda a capacidade de permanecer no solo, devido à formação de estruturas de resistência que origina quando as condições de resistência são desfavoráveis ao seu desenvolvimento vegetativo.

#### *P. cambivora*

Esta espécie morfologicamente muito próxima de *P. cinnamomi*. O micélio é hialino e cenocítico. Em determinadas condições pode apresentar dilatações nas hifas semelhantes às de *P. cinnamomi*. Não produz clamidósporos em meio de cultura reproduzindo-se assexuadamente por esporângios. É uma espécie heterotática, formando esporos sexuais por conjugação de micélio compatível ou por pareamento com micélio de *P. parasítica*.

As duas espécies de *Phytophthora* vivem em forma saprófita na matéria orgânica do solo, ou como parasitas na planta. A disseminação deste parasita dá-se com alguma eficácia pela água de rega, chuva, transporte de terra e de material vegetativo infectado. Ambos causam no castanheiro sintomatologia semelhante, sendo no entanto *P. cinnamomi* considerada preponderante no desenvolvimento da doença da tinta.



## Sintomatologia

Ao nível da raiz - As raízes mais finas ficam enegrecidas, devido à decomposição do córtex, ficando com aspecto húmido e apodrecido. As raízes de maior diâmetro também são atacadas, apresentando manchas escuras devido à alteração do córtex e do câmbio. O lenho pode ficar escurecido devido à oxidação da seiva.



Ao nível da copa – Toda a copa seca. Apresenta alguns ramos mortos, a folhagem menos densa. Durante o Inverno é frequente existirem ouriços que permanecem nos ramos.

Ao nível do colo - Após remoção da casca, o lenho apresenta uma cor violácea escura, em forma de cunha. Líquido escuro de aparecimento ocasional semelhante à tinta de escrever, sintoma que deu o nome vulgar à doença.



Ao nível das folhas- Amarelcidas e sem brilho que vão murchando, acabando por cair prematuramente.

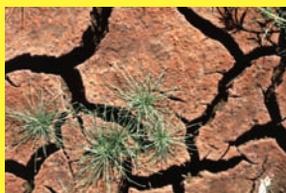
Ao nível dos frutos- Os ouriços ficam aderentes à árvore durante um ou mais anos. As castanhas são muito pequenas e sem características organolépticas.



Lúcia Carvalho  
Centro de Gestão Agrícola de Mirandela

### Bibliografia:

Fernandes, C.T.A doença da Tinta do Castanheiro. Gouveia, E. Fitopatologia do Castanheiro. Infoagro, 2003. Valentim, C. Pragas do Castanheiro. Chaves, JAS. Inimigos das Culturas. Dominguez, F.O. Plagas Y Enfermedades de las Plantas Cultivadas. Anónimo, (2002); Agricultura transmontana – O castanheiro em Trás-os-Montes, DRATM Boletim informativo nº 59. Dezembro.



Iniciámos o ano agrícola de 2005, com uma profunda alteração ao nível da estrutura das ajudas ao rendimento com o surgimento do Regime de Pagamento Único. Após um final de 2004 com baixa pluviosidade, no Boletim Mensal da Agricultura Pescas e Agro-Indústrias anunciava-se “a persistência do tempo seco que provocou o agravamento das condições de pastoreio, com efeitos nefastos na agricultura em particular no sector agro-pecuário”. A seca viria a agravar-se ao longo do ano afectando seriamente o sector agrícola.

As altas temperaturas aliadas à seca que se manteve ao longo do ano precipitou o país para uma dolorosa época de incêndios que teve o seu início em Maio.

Devido à seca verificaram-se quebras de produtividade nos cereais de Outono-Inverno na ordem dos 60% e por sua vez as sementeiras de Primavera-Verão ocorreram com atrasos. Também o sector agro-pecuário registou sérias dificuldades em virtude das carências alimentares que condicionaram o rendimento da carne e do leite sendo este um dos sectores mais preocupantes. Os pomares de pereira devido ao stress hídrico acompanhado de paragem de crescimento, sofreram quedas de produtividade e reduções de calibres dos frutos, o mesmo acontecendo aos citrinos.

Em Junho para atenuar estes efeitos foram tomadas algumas medidas nomeadamente, criação de linhas de crédito para apoio à Alimentação Animal, Obras de Hidráulica Agrícola e apoio ao sector Horto - Frutícola do Ribatejo e Oeste e Algarve.

Neste mês foi também aprovada a dispensa do pagamento das contribuições para o regime de segurança social dos trabalhadores independentes, por um período de 6 meses. As restrições impostas nesta medida colocaram uma parte dos produtores de fora. A informação relativa às linhas de crédito e à dispensa de pagamento da segurança social revelou-se insuficiente e descoordenada.

Antecipou-se para 21 de Outubro 50% do pagamento do RPU. Por fim os produtores continuam a esperar pela transferência de 200 mil toneladas de cereais de intervenção produzidos na Hungria.

Apesar da antecipação da época de incêndios para 15 de Maio, este não deixou de ser de novo um ano desastroso em matéria de

incêndios, com uma área ardida de 293.911 hectares, sendo os distritos de Santarém, Coimbra e Vila Real os mais atingidos, o fogo devastou não só a floresta mas também habitações e explorações agrícolas provocando baixas ao nível do efectivo pecuário e de o capital fixo. Através da medida 5 do Programa Agro concederam-se ajudas de 50% ou 75% dependente do montante de investimento, aos produtores lesados pelos incêndios.

No sector animal temos ainda a destacar, as restrições aos movimentos dos animais em algumas áreas geográficas devido à Febre Carral (Língua Azul). Em conformidade com as directrizes europeias para as normas de identificação animal iniciou-se o recenseamento das explorações de ovinos e caprinos a 9 de Junho, e o recenseamento das explorações dos suínos a 1 de Novembro, a que se dá o nome de SNIRA – Sistema Nacional de Identificação e Registo de Animais.

A aproximação do período de migração das aves e a confirmação da ocorrência da gripe aviária de alta patogenicidade no continente Europeu, conduziu em 21 de Outubro à proibição dos mercados avícolas, espectáculos, exposições e eventos culturais nos quais se utilizem aves de forma a prevenir a eclosão de qualquer foco da gripe aviária. O alarmismo levantado provocou grandes quebras de consumo de aves, mesmo havendo a informação de que não existe contágio pelo consumo de uma ave infectada que foi previamente cozinhada.

Desta visão de relance do ano, apercebemo-nos que atravessámos um complicado ano para uma grande parte dos vários sectores da agricultura, por outro lado, cada vez mais nos deparamos com as constantes modificações das condições climáticas em relação ao padrão tradicionalmente conhecido, para tal exige-se uma reflexão acerca do que falhou e do que deveria ter sido feito. Uma vez que, os Estados-Membros da União Europeia chegaram a um acordo relativamente ao regime de apoios ao desenvolvimento rural, o que permite avançar com o Plano Nacional de Desenvolvimento Rural para o período de 2007/2013, valerá a pena enquadrar e apoiar medidas para enfrentar situações como a que tivemos este ano, repensar a estrutura dos seguros agrícolas e o ordenamento do território.

## Congresso dos Agricultores Europeus

Sob o mote "A Agricultura Europeia no Mundo", teve lugar nos dias 18 e 19 de Outubro no Parlamento Europeu, em Estrasburgo, o primeiro Congresso de Agricultura Europeia após o alargamento da U.E., que contou com a presença de mais de 800 participantes de 31 países entre dirigentes agrícolas dos 25 Estados-Membro, decisores políticos nacionais e comunitários, peritos agrónomos e representantes da indústria e do comércio do mundo inteiro.

A tónica principal foi posta nas perspectivas para os produtos europeus no mercado mundial, mas foram também debatidas e analisadas questões ligadas à profunda reforma da PAC, à rentabilidade, rentabilidade e posição no mercado dos agricultores e suas cooperativas, face a uma concorrência cada vez mais forte.

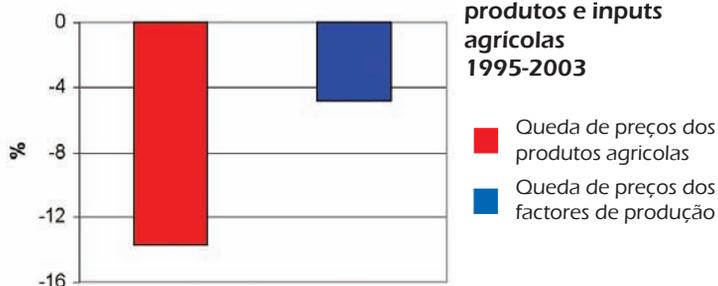
Foram particularmente interessantes as intervenções do Ministro Francês da Agricultura e das Pescas, do Director Geral da OMC sobre "Perspectivas para a Agricultura no âmbito das Negociações da OMC" e da Comissária Europeia da Agricultura e Desenvolvimento Rural, subordinada ao tema "Política Agrícola Comum: Os Desafios e as Oportunidades futuras".

O Congresso terminou com a aprovação da "Declaração de Estrasburgo" na qual os agricultores europeus incitam os políticos e a sociedade civil a aderir ao Modelo Europeu de Agricultura, defendendo-o dentro e fora da U.E., em particular no debate orçamental europeu e na Conferência de Minsitros da OMC de Hong Kong em Dezembro.



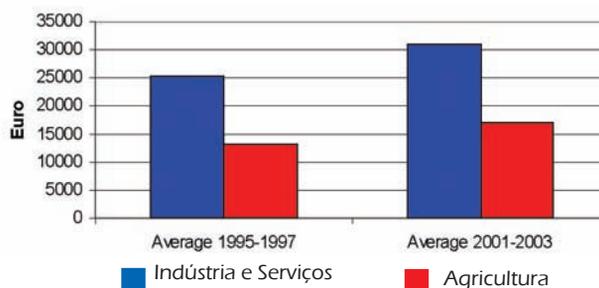
## DADOS SOBRE A AGRICULTURA EUROPEIA

**Evolução do preço dos produtos e inputs agrícolas 1995-2003**



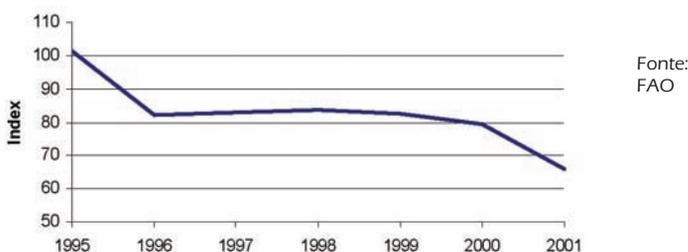
Fonte: Eurostat

**Rendimentos Anuais Médios**



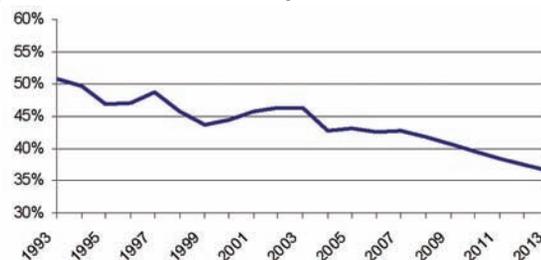
Fontes: FADN, Eurostat

**Uso de Herbicidas e Inseticidas por ha na UE-15**



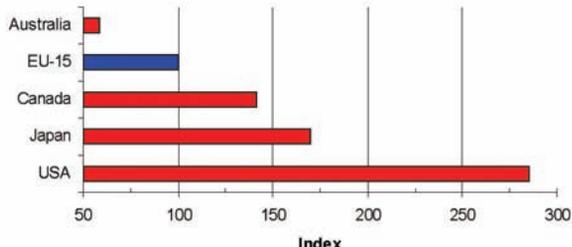
Fonte: FAO

**Despesas da PAC em % do Orçamento da UE**



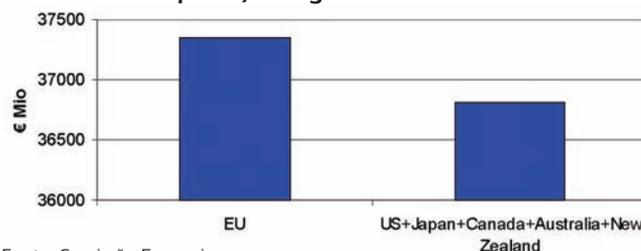
Fonte: Comissão Europeia

**Ajuda total por exploração**



Fontes: OCDE, Comissão Europeia, National Statistical Offices (Austrália, Canadá, Japão e Estados Unidos da América)

**Importações agrícolas de Países Desenvolvidos**



Fonte: Comissão Europeia

## Jovens Agricultores integram manifestação do sector

Centenas de Jovens Agricultores, vindos de vários pontos do país, participaram na manifestação convocada para 25 de Outubro, frente à Assembleia da República, numa acção de protesto do sector.

Naquela que já é considerada a maior manifestação de agricultores na capital, os Jovens Agricultores vieram para a rua exigir o alargamento dos prazos das linhas de crédito por forma a permitir uma efectiva recuperação das explorações em risco, em consequência da situação de seca extrema; mais rigor e celeridade no pagamento às ajudas ao rendimento a que os agricultores têm direito anualmente no âmbito da PAC, nomeadamente, o pagamento imediato das ajudas agro-ambientais na totalidade; a definição de políticas que defenda os interesses dos Jovens Agricultores, retirando os actuais entraves e desburocratizando todos os processos. Os agricultores defenderam

um Ministério da Agricultura que ouça as Associações agrícolas e que trabalhe para a defesa dos agricultores junto das Organizações Europeias e do próprio Governo português, e que não crie ainda mais dificuldades aos agricultores nacionais.



## Acções de Formação Profissional

Designação	Local	Data
Aplicação P Fitofarmacos*	Santarém	19 a 23.12.05
PI Figueira e Frutos Secos*	Carrazeda Montenegro	19 a 28.12.05
Redução da Lixiviação*	Faro	9 a 13.01
PI Olival*	Moura	1 a 10.2
Poda Oliveira*	Freixeda Torrão	9 a 22.02
Redução da Lixiviação*	Ferrarias- Algoz	20 a 24.02
OMA*	Vilar Torpim	20.02 a 21.04
Redução da Lixiviação*	Ferrarias- Algoz	6 a 10.03
PI Citrinos*	Ferrarias- Algoz	13 a 22.03
EA	Mosteiró	13.03 a 30.07
Redução da Lixiviação*	Ferrarias- Algoz	27 a 31.03

\*Sujeito a aprovação

## RPU - Modelos H e R

Para além dos agricultores com histórico no período de referência, também tem acesso ao Regime de Pagamento Único os agricultores que se enquadrem nas situações previstas nos Pedidos de Estabelecimento de Direitos e/ou Hectares de Referência – Modelos H e R:

- Tenham recebido uma exploração, por herança ou herança antecipada, de um agricultor com histórico;
- Tenham alterado a sua designação ou estatuto e sejam agricultores com histórico;
- Resultem da fusão ou da cisão de agricultores com histórico;
- Recebam direitos da Reserva Nacional, nas condições estabelecidas para o efeito.

O período de recepção dos referidos modelos decorre de 2 de Dezembro de 2005 a 10 de Fevereiro de 2006.

## SNIRA - Sistema Nacional de Identificação e Registo de Animais

### Ovinos e Caprinos, e Suínos

Os criadores que não tenham entregue a sua declaração de recenseamento da exploração no período inicialmente estipulado para o efeito devem fazê-lo com a maior brevidade possível junto dos postos de atendimento.

Importa referir que o recenseamento é obrigatório para todos os criadores!

A estrutura de postos a utilizar é a já existente para o SNIRB/SNIRA.



### Postos de Atendimento do SNIRB

Sr. Agricultor, não esqueça que o fornecimento de todas as informações referentes ao seu efectivo bovino é de carácter obrigatório.

Concelhos	Postos de Atendimento do SNIRB	Telefone
Lisboa	AJAP - Lisboa	213 244 970
Vila do Conde	Gab. de Coordenação Regional de Entre Douro e Minho	252 661 740
Mirandela	Centro de Gestão Agrícola de Mirandela	278 257 682
Sousel	Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor Sousel	268 551 458
Valongo	Cooperativa dos Produtores Agrícolas de Valongo	224 219 160
Sendim	Centro de Gestão da Empresa Agrícola de Sendim	273 739 166
Borba	Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Borba	268 841 547
Lousada	Centro de Gestão Agrícola de Vale de Sousa	255 913 305
Bragança	Ass. para o Des. Agrícola e Rural da Terra Fria - Monteval	273 327 037
Santarém	Gabinete de Coordenação Regional Ribatejo e Oeste	243 352 916
Odemira	Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Odemira	283 327 227
Ansião	Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Ansião	236 679 037
Cuba	Gabinete de Coordenação Regional do Alentejo	284 414 140
Vinhais	Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Rebordelo	278 369 348
Mogadouro	Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Mogadouro	279 341 650
Montemor-o-Velho	Gabinete de Coordenação Regional Beira Litoral	239 621 429
Amarante	Associação de Agricultores de Ribadouro	255 431 403
Portel	Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor de Portel	266 612 636
Salvaterra de Magos	Balcão Rural Foros Salvaterra	263 501 500
Moita	Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor na Moita	212 896 629
Terras de Bouro	Cooperativa Agrícola de Terras de Bouro	253 351 123
Figueira C. Rodrigo	Gabinete de Coordenação Regional da Beira Interior	271 312 139
Alijó	Centro de Gestão da Empresa Agrícola do Alto Douro	259 950 532
Macedo Cavaleiros	Centro de Gestão de Saldonha	278 425 756
Mortágua	Cooperativa Agrícola da Beira Açuieira - CABA	232 927 470
Moura	Gabinete de Apoio ao Agricultor em Moura	285 254 775
Campo Maior	Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor do Caia	268 688 020
Mac. de Cavaleiros	Ass. de Prod. Agro-Florestais da Terra Quente-Agriarbol	278 421 698
Alfândega da Fé	Ass. de Prod. Agro-Florestais da Terra Quente-Agriarbol	279 462 682

## Roteiro de Eventos

### JANEIRO

**EXPOZOO 2006 - 6.º Salão de Zootecnia**  
20 a 22 de Janeiro de 2006  
<http://www.expozoo.exponor.pt/>

**II Salão Internacional do Cavalo de Desporto**  
20 a 22 de Janeiro de 2006, CNE-MA, Santarém  
20 a 22 de Janeiro de 2006, CNE-MA, Santarém.

**Agrotec 2006**  
27, 28 e 29 Janeiro 2006, FIL fi Feira Internacional de Lisboa fi Parque das Nações  
[www.fil.pt](http://www.fil.pt)

### FEVEREIRO

**SISAB - Salão Internacional do Vinho, Pescado e Agro-Alimentar**  
20, 21 e 22 Fevereiro, Lisboa, na Sala Tejo do Pavilhão Atlântico  
<http://www.grupomundoportugues.com/sisab/>

### MARÇO

**AGRO 2006**  
1 a 5 de Março de 2006, Parque de Exposições de Braga  
[www.peb.pt](http://www.peb.pt)

**Alimentaria'06 - Salão Internacional de Alimentação e Bebidas**  
6 a 10 de Março de 2006, Feira de Barcelona  
<http://www.alimentaria.com/>

**8º Congresso da Água**  
13 a 17 de Março de 2006, Figueira da Foz  
[http://www.aprh.pt/texto/8ca\\_index.htm](http://www.aprh.pt/texto/8ca_index.htm)

**México 2006 : 4th World Water Forum**  
16 a 22 de Março de 2006, México  
<http://www.worldwaterforum4.org.mx/>

**A Feast of World Gastronomy**  
27, 28 e 29 de Março de 2006, Toulouse  
<http://www.gastronomyfeast.com/>

## AGRO

Segunda, 26 de Setembro de 2005	N.º 185 Série I-B	5766	Portaria n.º 887/2005	Altera o Regulamento de aplicação anexo à Portaria n.º 811/2004, de 15 de Julho, que aprova o Regulamento de Aplicação da Medida n.º 1, «Modernização, Reconversão e Diversificação das Explorações Agrícolas», do Programa AGRO
---------------------------------	-------------------	------	-----------------------	--

## Alimentação Animal

Quarta, 9 de Novembro de 2005	N.º 215 Série I-B	6459	Portaria n.º 1151/2005	Aprova o modelo da receita de alimento medicamentoso para animais, o modelo de certificado de acompanhamento de alimentos para animais destinados a trocas comerciais e o modelo de vinheta para validação de receita
Segunda, 7 de Novembro de 2005	N.º 213 Série I-A	6377	Decreto-Lei n.º 196/2005	Transpõe para a ordem jurídica nacional a Directiva n.º 2004/61/CE, da Comissão, de 26 de Abril, que altera a Directiva n.º 86/363/CEE, do Conselho, de 24 de Julho, que fixa os teores máximos de resíduos de determinados pesticidas à superfície e no interior dos cereais, géneros alimentícios de origem animal e de determinados produtos de origem vegetal, na parte relativa aos géneros alimentícios de origem animal, alterando o Decreto-Lei n.º 51/2004, de 10 de Março

## Arvenses

Quarta, 12 de Outubro de 2005	N.º 196 Série I-B	5898-(2)	Despacho Normativo n.º 45-A/2005	Determina a aplicação do despacho Normativo n.º 16/2004, de 20 de Março, ao prémio específico à qualidade para o trigo-duro em 2006
-------------------------------	-------------------	----------	----------------------------------	---

## Floresta

Quarta, 26 de Outubro de 2005	N.º 206 Série I-B	6201	Despacho Normativo n.º 49/2005	Altera e rectifica o anexo ao Despacho Normativo n.º 35/2005, de 25 de Julho, que aprova o Regulamento do Programa de Apoios a Conceder pelo Fundo Florestal Permanente em 2005-2006
Terça, 4 de Outubro de 2005	N.º 191 Série I-B	5917	Portaria n.º 977/2005	Prorroga até 15 de Outubro de 2005 o período crítico no âmbito do Sistema Nacional de Prevenção e Protecção da Floresta contra Incêndios

## Fitossanitários

Terça, 6 de Setembro de 2005	N.º 171 Série I-A	5419	Decreto-Lei n.º 154/2005	Actualiza o regime fitossanitário que cria e define as medidas de protecção fitossanitária destinadas a evitar a introdução e dispersão no território nacional e comunitário, incluindo nas zonas protegidas, de organismos prejudiciais aos vegetais e aos produtos vegetais qualquer que seja a sua origem e proveniência, transpondo para a ordem jurídica interna as Directivas n.ºs 2002/89/CE, do Conselho, de 28 de Novembro, 2004/102/CE, da Comissão, de 5 de Outubro, 2004/103/CE, da Comissão de 7 de Outubro, 2005/105/CE, da Comissão, de 15 de Outubro, 2005/15/CE, do Conselho, de 28 de Fevereiro, 2005/16/CE, da Comissão, de 2 de Março, 2005/17/CE, da Comissão, de 2 de Março, e 2005/18/CE, da Comissão, de 2 de Março
------------------------------	-------------------	------	--------------------------	---

## Frutos e Hortícolas

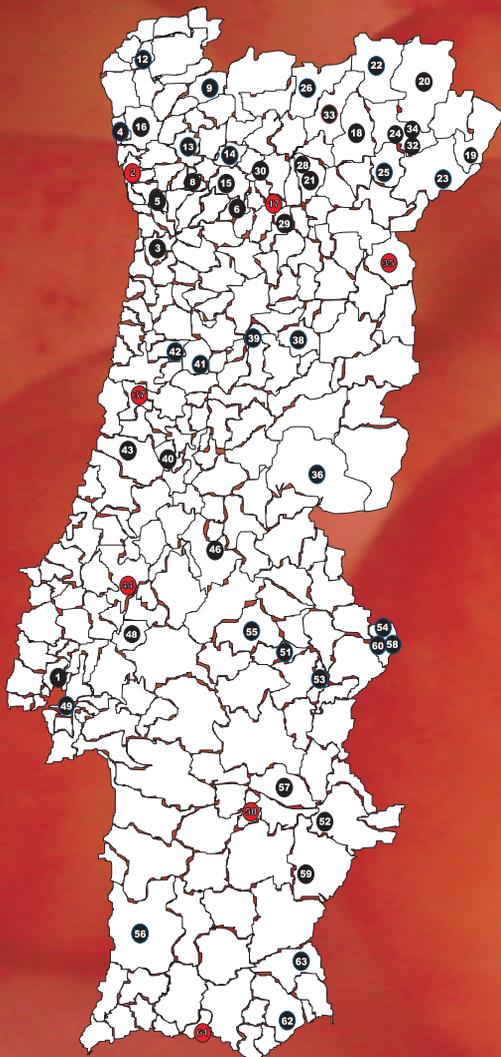
Quinta, 13 de Junho de 2005	N.º 197 Série I-B	6012	Portaria n.º 1041/2005	Aprova as tabelas de taxas devidas por serviços prestados no âmbito do licenciamento, controlo e certificação de sementes de espécies agrícolas e de espécies hortícolas destinadas a comercialização. Revoga a Portaria n.º 695/2002, de 22 de Junho
Quinta, 9 de Junho de 2005	N.º 111 Série I-A	3657	Decreto-Lei n.º 96/2005	Cria uma linha de crédito para financiamento das pessoas singulares ou colectivas do sector horto-frutícola

## Diversos

Sexta, 4 de Novembro de 2005	N.º 212 Série I-A	6318	Decreto-Lei n.º 190/2005	Altera os artigos 2.º e 6.º do Decreto-Lei n.º 115/2005, de 14 de Julho, dispensando, por seis meses, os titulares de explorações agrícolas de dimensão económica igual ou inferior a 16 unidades de dimensão europeia (UDE), situadas nas áreas de influência das Direcções Regionais de Agricultura de Trás-os-Montes, da Beira Interior, do Ribatejo e Oeste, do Alentejo e do Algarve, do pagamento das contribuições para o regime de segurança social dos trabalhadores independentes
Sexta, 4 de Novembro de 2005	N.º 212 Série I-A	6303	Decreto-Lei n.º 185/2005	Transpõe para a ordem jurídica nacional a Directiva n.º 96/22/CE, do Conselho, de 29 de Abril, relativa à proibição de utilização de certas substâncias com efeitos hormonais ou tireostáticos e de substâncias beta-agonistas em produção animal, com as alterações que lhe foram introduzidas pela Directiva n.º 2003/74/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 22 de Setembro, revogando o Decreto-Lei n.º 150/99, de 7 de Maio
Quinta, 3 de Novembro de 2005	N.º 211 Série I-A	6281	Decreto-Lei n.º 183/2005	Altera os artigos 1.º, 2.º e 3.º do Decreto-Lei n.º 94/2005, de 9 de Junho, e o artigo 3.º do Decreto-Lei n.º 95/2005, de 9 de Junho, que criam, respectivamente, linhas de crédito de curto prazo para financiamento das entidades do sector pecuário extensivo criadoras de ovinos, bovinos e caprinos, bem como das entidades que se dediquem à apicultura, e para financiamento aos investimentos necessários ao abeberamento dos animais
Segunda, 24 de Outubro de 2005	N.º 204 Série I-B	6184	Despacho Normativo n.º 47/2005/6184	Altera o artigo 14.º do Despacho Normativo n.º 30/2005, de 6 de Maio, que estabelece as regras complementares de aplicação do Programa Apícola Nacional
Quarta, 21 de Setembro de 2005	N.º 182 Série I-A	5642	Decreto-Lei n.º 160/2005	Regula o cultivo de variedades geneticamente modificadas, visando assegurar a sua coexistência com culturas convencionais e com o modo de produção biológico
Quinta, 9 de Junho de 2005	N.º 111 Série I-A	3654	Decreto-Lei n.º 94/2005	Cria uma linha de crédito de curto prazo para financiamento das entidades do sector pecuário extensivo criadoras de bovinos, ovinos e caprinos, bem como das entidades que se dediquem à apicultura
Quinta, 9 de Junho de 2005	N.º 111 Série I-A	3655	Decreto-Lei n.º 95/2005	Cria uma linha de crédito destinada às entidades do sector pecuário extensivo para investimentos necessários ao abeberamento de animais

# Jovem agricultor gabinetes de apoio

- 1 - Associação dos Jovens Agricultores de Portugal (sede)  
Rua D. Pedro V, 108 - 2.º Andar, 1269 - 128 LISBOA - Tel.: 213 244 970
- 2 - Gabinete de Coordenação Regional de Entre Douro e Minho  
Rua do Convento, 21, 4485 - 662 Vairão (Vila do Conde), Tel.: 252 661 740
- 3 - Gab. de Apoio ao Jovem Agricultor na Coop. da Feira e S. João da Madeira  
R. do Moinho das Campainhas, Cavaco, 4520 - 244 Sta Maria da Feira, Tel.: 256 371 410
- 4 - Gab. de Apoio ao Jovem Agricultor na Cooperativa Agrícola de Esposende  
Rua da S.ª da Saúde, 4740 - 289 Esposende, Tel.: 253 964 666
- 5 - Cooperativa dos Produtores Agrícolas de Valongo  
Rua D. Pedro IV, nº 615-625, Susão, 4440 - 633 Valongo, Tel.: 224 219 160 / 224 220 089
- 6 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Baião  
Ed. Adega Coop., Quintela - Govê, 4640 - 232 Govê (Baião), Tel.: 255 552 945
- 8 - Centro de Gestão Agrícola de Vale do Sousa  
Av. dos Combatentes da Grande Guerra, Ed. Lousador, 4620 - 141 Lousada, Tel.: 255 913 305
- 9 - Cooperativa Agrícola de Terras de Bouro  
Covas - Moimenta, 4840 - 100 Terras do Bouro, Tel.: 253 351 114
- 12 - Gab. de Ap. ao Jovem Agricultor na Coop. Agrícola de Paredes de Coura  
R. Conselheiro Miguel Dantas 13 - 1.º, Sl 1, 4940 - 529 Paredes de Coura, Tel.: 251 782 117
- 13 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Guimarães  
Rua da Boavista, Quintá de Cima - Prazins, 4801 - 910 Guimarães, Tel.: 253 473 411
- 14 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor de Basto  
Praça Albino Alves Pereira, 4890 - 225 Celorico de Basto, Tel.: 255 320 480
- 15 - Associação de Agricultores de Ribadouro  
Av. Gen. Vitorino Laranjeira, Ed. Golfinho, Lj S, S. Gonçalo, 4600 Amarante, Tel.: 255 431 403
- 16 - Centro de Gestão Agrícola de Barcelos  
Rua Dr. José Ant.º Peixoto Machado, 400, BL. A, Loja 1, 4750 - 309 Barcelos, Tel.: 253 824 543
- 17 - Gabinete de Coordenação Regional de Trás-os-Montes  
Rua dos Camilos (Casa do Douro), 5054 - 909 Peso da Régua, Tel.: 254 322 502
- 18 - Centro de Gestão Agrícola de Mirandela  
Mercado Municipal, 1.º Andar, Loja 2, 5370 - 287 Mirandela, Tel.: 278 257 682
- 19 - Centro de Gestão da Empresa Agrícola de Sendim  
Av. do Ciclo, Edifício da Junta de Freguesia, 5225 - 101 Sendim, Tel.: 273 739 166



- 20 - Assoc. para o Desenvolvimento Agrícola e Rural da Terra Fria - Monteval  
Av. 22 de Maio, Lote 3, R/C, B.º Forte S. João de Deus, 5300 - 449 Bragança, Tel.: 273 327 037
- 21 - Centro de Gestão da Empresa Agrícola do Alto Douro  
Rua Dr. César Ferreira, 3, 5070 - 045 Alijó, Tel.: 259 950 532
- 22 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Rebordelo  
Av. do Brasil, N.º 8, 2.º, 5335 - 102 Rebordelo, Tel.: 278 369 348
- 23 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Mogadouro  
Av. do Sabor, 41, Lote 2, 5200 - 204 Mogadouro, Tel.: 279 341 650
- 24 - Centro de Gestão de Saldonha  
R. Fonte do Paço, Ed. Maria da Fonte - 2.º, 5340 - 268 Macedo de Cavaleiros, Tel.: 278 425 756
- 25 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor de Alfândega da Fé  
Av. Sá Carneiro, 5350 - 005 Alfândega da Fé, Tel.: 279 463 205
- 26 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor de Chaves  
Av. General Ribeiro de Carvalho, Edifício da Estação, 5400 - 497 Chaves, Tel.: 276 322 783
- 28 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Alijó  
Rua Dr. César Ferreira, 3, 5070 - 045 Alijó, Tel.: 259 950 042
- 29 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Armamar  
Av. 8 de Setembro, C/V - G, 5110 - 121 Armamar, Tel.: 254 855 960
- 30 - Centro de Gestão Agrícola da Beira Douro - Associação  
R. Eng.º Joaquim Botelho Lucena, Ed. Vilaiva, Loja E0, 5000 Vila Real, Tel.: 259 372 893
- 32 - Associação dos Produtores Agro-Florestais da Terra Quente  
Av. Inf. D. Henrique, Ed. Translande 2.º, Esc. 12, 5340 Macedo de Cavaleiros, Tel.: 278 421 698
- 33 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor de Valpaços  
Edifício Sol Nascente, Loja 2, Largo da Feira, 5430 Valpaços, Tel.: 278 711 421
- 34 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Macedo de Cavaleiros  
R. Fonte do Paço, Ed. Translande, R/C, Lj. 19, 5340 Macedo de Cavaleiros
- 35 - Gabinete de Coordenação Regional da Beira Interior  
Av. 25 de Abril, 151, 6440 - 108 Figueira Castelo Rodrigo, Tel.: 271 312 139
- 36 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Castelo Branco  
Rua D. Jorge da Costa, n.º 23,6000 - 215 Castelo Branco, Tel.: 272 320 763
- 37 - Gabinete de Coordenação Regional da Beira Litoral  
Mercado da Junta, Lj. 5, Largo das Meãs, 3140 - 165 Meãs do Campo, Tel.: 239 621 429
- 38 - Adega Cooperativa de S. Paio  
Rua das Cortes, n.º 16, 6290 - 414 S. Paio, Tel.: 238 492 101
- 39 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor na Cooperativa Agrícola de Nelas  
Av. da Liberdade, 3520 - 061 Nelas, Tel.: 232 949 539
- 40 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Ansião  
Lugar de Lagoa Parada, 3240 - 673 Santiago da Guarda, Tel.: 236 679 037
- 41 - Cooperativa Agrícola da Beira Azeiteira  
Ed. Centro de Inic. Empresariais, Pq. Ind. M.º L. Ferreira, Lt. 12, 3450 Mortágua, Tel.: 231 927 470
- 42 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor de Anadia  
Rua da Gatanha, Monsarros, 3780 - 563 Vila Nova de Monsarros
- 43 - Balcão Rural de Pombal  
Largo 5 de Outubro, n.º 19, 3100 - 444 Pombal, Tel.: 236 212 334
- 44 - Gabinete de Coordenação Regional do Ribatejo e Oeste  
Esc. Sup. Agrária de Santarém, Q.º do Galinheiro, 2001-904 Santarém, Tel.: 243 352 916
- 46 - Balcão Rural de Abrantes  
Rua D. Lopo de Almeida, Lote 81 R/C Esq, 2200 - 281 Abrantes, Tel.: 241 366 806
- 48 - Balcão Rural de Foros de Salvaterra  
Rua Imaculado Coração de Maria, 2120 - 188 Foros Salvaterra, Tel.: 263 501 500
- 49 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor na Moita  
Estrada de Sarilhos Pequenos, N.º 5, 2860 - 345 Moita, Tel.: 212 896 629
- 50 - Gabinete de Coordenação Regional do Alentejo  
Rua da República, 33, 7940 - 139 Cuba, Tel.: 284 414 140
- 51 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor de Sousel  
Rua da Amêndoa n.º 13, 7470 - 230 Sousel, Tel.: 268 551 458
- 52 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor de Moura  
Rua 5 de Outubro, N.º 32, 7860-011 Moura, Tel.: 285 254 775
- 53 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Borba  
Rua Convento das Servas, 7150 - 164 Borba, Tel.: 268 841 547
- 54 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor de Campo Maior  
Rua João das Minas, nº 31 - 1.º Andar, 7370 - 061 Campo Maior, Tel.: 268 687 139
- 55 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Ervedal  
Estrada Nacional Nº 243, 7840 - 284 Ervedal AVS, Tel.: 242 460 000
- 56 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor de Odemira  
Rua Eng.º Arantes e Oliveira, 5, 7630 - 149 Odemira, Tel.: 283 327 227
- 57 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor em Portel  
R. Grupo Coral de Cantares Regionais de Portel, 20, 7220 - 407 Portel, Tel.: 266 612 636
- 58 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor de S. João Baptista  
Quinta de Vale Massano, 7370 - 112 Campo Maior, Tel.: 268 686 674
- 59 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor de Serpa  
Rua do Rossio, n.º 82, 7830 - 371 Serpa, Tel.: 284 544 655
- 60 - Gabinete de Apoio ao Jovem Agricultor do Caia  
Av. General Humberto Delgado, 7370-106, Campo Maior Telf.: 268 688 020
- 61 - Gabinete de Coordenação Regional do Algarve  
Antiga Escola da Sambada, Sítio de Lagos e Relvas, 8000 - 673 Estoi, Tel.: 289 994 581/2
- 62 - FRUSOAL - Frutas Sotavento Algarve  
Sítio das Cevadeiras, EN 125, 8900 - 907 Vila Nova de Cacela, Tel.: 281 950 400
- 63 - Agrupamento de Defesa Sanitária de Alcoutim  
Largo da Igreja, 5, 8970 - 104 Giões, Tel.: 281 498 286