

Jovens Agricultores

Associação dos Jovens Agricultores de Portugal

VINHO
OLIVAL
EQUÍDEOS

DE PATRIMÓNIO NATURAL
A RIQUEZA NACIONAL

Reflexão sobre as Principais Perspectivas
para as Fileiras do Vinho, do Azeite e dos Equídeos,
no Novo Programa de Desenvolvimento Rural | 4

Ministra da Agricultura e do Mar Assunção Cristas

A Minha História do Azeite | 6

Eng.º Armando Sevinate Pinto

- 3** EDITORIAL
Património do Sector
Ricardo Brito Paes | Presidente da AJAP
- 4** DOSSIER CENTRAL
Reflexão sobre as Principais Perspectivas para as Fileiras do Vinho, do Azeite e dos Equídeos, no Novo Programa de Desenvolvimento Rural
Assunção Cristas | Ministra da Agricultura e do Mar
- 6** A Minha História do Azeite
Armando Sevinate Pinto | Eng.º Agrónomo
- 8** Vinhos de Portugal: Factores Potenciadores da Sua Capacidade Exportadora
Jorge Monteiro | Presidente da ViniPortugal
- 10** O Cavalo Lusitano
Manuel Paim | Presidente da Associação Portuguesa de Criadores do Cavalo Puro Sangue Lusitano
- 12** INTERNACIONALIZAÇÃO E EXPORTAÇÃO
Internacionalização do Sector do Azeite
Luís Folque | Presidente da Casa do Azeite
- 14** SER JOVEM AGRICULTOR
Aristides Telémaco Pereira da Costa
- 16** SER JOVEM EMPRESÁRIO RURAL
Rui Saturnino
- 18** COOPERAÇÃO
Entrevista – O Papel da Agricultura na Cooperação
Luís de Campos Ferreira | Secretário de Estado dos Negócios Estrangeiros e da Cooperação – Ministério dos Negócios Estrangeiros
- 20** REFERÊNCIAS ASSOCIATIVAS
Associação de Produtores de Vinho da Costa Alentejana
Luís Mota Capitão | Enólogo – Herdade do Cebolal
- 21** Cooperativa Agrícola de Alfândega da Fé
Eduardo Tavares | Presidente da Cooperativa Agrícola de Alfândega da Fé
- 22** PUBLI-REPORTAGEM
Jovens Empresários Rurais
Licínio Pina | Presidente do Conselho de Administração Executivo da Caixa Central de Crédito Agrícola
- 23** Prémio Inovação Crédito Agrícola – Agricultura | Agro-Indústria | Floresta
Caixa Central de Crédito Agrícola
- 24** AGRICULTURA SUSTENTÁVEL
Olivicultura ou Oliviculturas? Pelos Mundos do Azeite e da Azeitona...
João Miguel Pereira | Eng.º Agrónomo e Director Executivo da TerraProjectos
- 26** Uma Perspectiva Sobre as Castas Antigas de Videira
Antero Martins | Instituto Superior de Agronomia & PORVID
- 27** AGRICULTURA FAMILIAR
A Nova Agricultura Familiar
Vasco Cunha | Deputado do GP/PSD e Presidente da Comissão de Agricultura e Mar
- 28** PUBLICIDADE
Feira Nacional de Agricultura 2014



Ricardo Brito Paes | Presidente da AJAP

PATRIMÓNIO DO SECTOR

A AJAP dedica este número da sua revista a duas das culturas que mais têm valorizado a agricultura nacional e que, seguramente, representam grande parte das exportações agrícolas, não só pelas quantidades produzidas mas sobretudo pelos produtos de excelência que colocamos no mercado. Já não há por este mundo fora quem não reconheça os nossos vinhos e os nossos azeites.

E se falamos em exportação de produtos de qualidade com reconhecido mérito, no que se refere à “pecuária” temos que falar dos equídeos, em particular do nosso Lusitano, que são os “excluídos”, se me é permitida esta expressão. A ligação dos equídeos à agricultura remonta à época medieval onde para além de “armas” de guerra se tornaram “máquinas” agrícolas, estando assim ligados a uma das primeiras modernizações que a agricultura sofreu.

A actividade coudeleira, tal como todas as outras ligadas ao sector, necessitam de ser rejuvenescidas, mas infelizmente os equídeos tal como os demais animais não são considerados elegíveis para investimento, o que por si só já nos parece pouco justo. No caso concreto dos equídeos nem possível é um projecto de JA, daí falarmos em “excluídos”.

A realidade é que os equídeos são parte integrante das empresas agrícolas e são mais uma fonte de receita das mesmas, por vezes a única que as torna uma referência, quer nacional quer internacionalmente.

Ricardo Brito Paes

Ficha Técnica

Propriedade, Redacção e Edição AJAP - Associação dos Jovens Agricultores de Portugal

Rua D. Pedro V, 108 - 2º, 1269-128 Lisboa | Tel: 213 244 970 | Fax: 213 431 490

Director Ricardo Brito Paes

Coordenação Departamento de Comunicação

Redacção Departamento Técnico

Secretariado Olga Leitão

Departamento Comercial Olga Sereno

Paginação Miguel Inácio **Impressão** GMT, Gráficos, Lda.

Depósito Legal nº 78606/94 **Registo de Título** nº 116714

Tiragem 10 000 Exemplares **Periodicidade** Trimestral

E-mail ajap@ajap.pt **URL** www.ajap.pt

Distribuição Gratuita

Com o apoio





Assunção Cristas | Ministra da Agricultura e do Mar

REFLEXÃO SOBRE AS PRINCIPAIS PERSPECTIVAS PARA AS FILEIRAS DO VINHO, DO AZEITE E DOS EQUÍDEOS, NO NOVO PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO RURAL

O Programa de Desenvolvimento Rural do Continente para o período de programação 2014-2020 (PDR2020) assenta na necessidade de aumentar a capacidade de gerar valor acrescentado pelo sector agroflorestal, contribuindo para a diminuição do respetivo défice externo, para assegurar condições que permitam melhorar a gestão sustentável dos recursos (água, solo, energia e biodiversidade), nomeadamente através de uma utiliza-

ção mais eficiente dos mesmos, assegurando a sua proteção, e ainda para viabilizar o tecido produtivo e social nas zonas rurais.

Assim, é dada particular atenção à produção de bens transacionáveis pelo sector tendo as medidas de apoio ao investimento e de fomento da concentração da produção um papel relevante, com a correspondente afetação de recursos. Estas opções são transversais, a todos os sectores, em detrimento de uma abordagem que identificasse à partida um conjunto de fileiras estratégicas.

A olivicultura e a viticultura, enquanto setores produtores de bens transacionáveis e com enorme importância na economia nacional, beneficiarão dos referidos instrumentos no sentido de apoiar o seu desenvolvimento.

Esta orientação tem importância não só pelo valor intrínseco do aumento da produção e da sua valorização, como pelos benefícios económicos induzidos designadamente na correção do desequilíbrio da balança comercial, assim como para a dinamização de outras atividades económicas associadas (turismo, gastronomia, lazer) e para a criação de

empregos e fixação de populações. Neste âmbito, é dada também uma especial atenção ao rejuvenescimento do setor através do apoio à instalação de Jovens Agricultores e é assegurado um apoio à criação de Agrupamentos/Organizações de Produtores e de Organizações Interprofissionais com vista ao reforço da organização da produção e das diversas fileiras.

O apoio FEADER ao setor olivícola, em concreto, abrangerá novas plantações e a reestruturação de olivais mais antigos, incluindo não só a plantação, mas também, nomeadamente, a preparação de terrenos, a adubação na fase da implantação, equipamentos de rega, aquisição de máquinas e investimentos na componente de transformação e comercialização. Neste âmbito estão previstas majorações para membros de Organizações de Produtores.

No caso da vitivinicultura os apoios no âmbito do PDR assumem um papel de

complementaridade relativamente ao envelope específico de apoio ao setor no âmbito da OCM Única.

Uma opção política na preparação do próximo quadro foi também a promoção das medidas de gestão de risco, nomeadamente através do apoio a seguros de colheita no PDR, importantes para o olival e vinha.

Reconhece-se o papel fundamental dos sistemas agroflorestais no que se refere ao ambiente, à eficiência no uso dos recursos e ao clima, estando previstos apoios agro e silvo-ambientais para métodos e sistemas de produção mais

“
Uma opção política na preparação do próximo quadro foi também a promoção das medidas de gestão de risco, nomeadamente através do apoio a seguros de colheita no PDR, importantes para o olival e vinha.
”

sustentáveis e protetores do ambiente. O apoio à manutenção da atividade agrícola em zonas desfavorecidas, visando combater o abandono em zonas em que a atividade é predominante, insere-se neste conjunto de preocupações. As vastas áreas de olival tradicional que existem no país, importantes em termos de produção de azeitona para azeite, mas também de ocupação do território e em termos paisagísticos, terão ao seu dispor medidas de carácter agroambiental visando a preservação destes sistemas.

As particularidades do território continental, com uma enorme variabilidade de condições de orografia, solos, clima, estrutura fundiária, tradições sociais e culturais, fazem com que Portugal mantenha um nível muito diversificado de recursos genéticos animais, representada por 48 raças autóctones das espécies pecuárias, onde se destacam determinadas raças de equídeos – Lusitana, Sorraia, Garrana, Burro de Miranda.

As raças autóctones, características da multifuncionalidade na atividade agrícola, contribuem para a melhoria da viabilidade das explorações em zonas rurais com poucas alternativas, para a melhoria do ambiente e da paisagem rural, tendo em conta os sistemas extensivos a que estão associadas.

Há algumas décadas que o Ministério da Agricultura e do Mar, em colaboração com as associações de criadores, começaram a desencadear ações necessárias à defesa, conservação e melhoramento do património genético animal, nomeadamente a implementação dos primeiros livros genealógicos e registos zootécnicos e, mais recentemente, através dos diversos programas para a manutenção da biodi-

versidade, por via de ações relacionadas com caracterização, conservação, melhoramento e promoção.

Nesta continuidade está prevista, ao nível do PDR 2020, uma medida com o objectivo de apoiar, por um lado, a manutenção de raças autóctones em risco e, por outro, ações para conservação e melhoramento dos recursos genéticos animais.

Desta forma, o sector dos equídeos beneficia de instrumentos de política com vista a promover a conservação *in situ* e *ex situ* das raças autóctones, por via do apoio ao fornecimento de material genético e da gestão do Banco Português de Germoplasma Animal (BPGA), incluindo polos de duplicados; da continuidade da caracterização e do melhoramento genético das raças autóctones, através da avaliação genética, do funcionamento regular dos Livros Genealógicos e Registos Fundadores; da divulgação e promoção das raças, da realização de estudos e de ações de caracterização, inventariação de tendências e riscos de extinção dos efetivos das raças autóctones.

Refira-se, por último, que a estratégia LEADER estará, numa ótica de intervenção regional e local, neste próximo quadro mais vocacionada para dar apoio ao nível da exploração agrícola e em infraestruturas locais que permitirão melhorar a atividade, nomeadamente pela melhor valorização dos produtos e serviços produzidos localmente. Assim, neste âmbito, é de destacar, os apoios aos pequenos investimentos na exploração, na transformação e na comercialização, na promoção das cadeias curtas e dos produtos locais e de qualidade.





Armando Sevinate Pinto | Eng.º Agrónomo

A MINHA HISTÓRIA DO AZEITE

Se, como todos sabemos, há números que enganam, não será certamente o caso quanto aos números do azeite. De facto, as estatísticas da evolução da produção, do consumo e do comércio do azeite, demonstram, com muita clareza, o que aconteceu ao longo das últimas décadas e o que está a acontecer, actualmente, na fileira do azeite. É, basicamente, uma história triste com um final feliz, ainda que não para todos.

Como tentar dizer tudo o que penso, em 6.000 caracteres, incluindo espaços, é impossível, tentarei dizer o que, para mim, parece essencial.

Portugal é um país mediterrânico que sempre produziu, consumiu e apreciou azeite. O Olival e o azeite fazem parte da sua agricultura, da sua cultura, da sua gastronomia e da sua, agora famosa, “dieta mediterrânica”, da qual é um dos elementos centrais.

Há seis décadas atrás, quando eu era miúdo, produzíamos muito azeite (cerca de 100 000 toneladas), tínhamos um extenso olival de sequeiro, repartido por quase todo o país, ainda que, com maior expressão, no Alentejo, em Trás-os-Montes e nas Beiras. As variedades de azeitonas, nacionais e/ou regionais, eram esmagadas em muitas centenas de lagares, normalmente de pequenas dimensões, com processos mecânicos muito antigos de extracção, originando, em longas campanhas, azeites de vários tipos e de amplos gradientes de qualidade.

O que produzíamos, chegava e sobrava para as nossas necessidades internas e contribuía para um importante comple-

mento de rendimento de muitos milhares de pequenos e médios produtores. Não se gastava muito dinheiro com tratamentos ou adubação das oliveiras e suportavam-se os seus caprichos biológicos, concretizados em safras e contra-safras, por vezes, de grande amplitude.

Conforme fui crescendo, fui assistindo, com tristeza, à decadência dos nossos olivais, uma grande parte dos quais, deixados à sua sorte, foram envelhecendo e adoecendo, até praticamente terem deixado de produzir.

Pouco se fez por eles durante várias décadas da minha vida. Muitos lagares fecharam portas, apareceram as cooperativas que, em algumas regiões, tiveram sucesso, agrupando pequenos e médios produtores ao mesmo tempo que melhoravam a qualidade do azeite.

Quanto ao resto, tudo parecia parado e a andar para trás. A investigação, o ensino e a política agrícola esqueceram-se do azeite. Pagámo-lo muito caro, quer em depreciação do património natural, que em vez de melhorado foi degradado, quer economicamente, porque fomos obrigados a importar crescentes quantidades de azeite para satisfazer o consumo interno e, ao mesmo tempo, o dos nossos emigrantes, que, agrupados no chamado “mercado da saúde”, consumiam azeite “português” importado de Espanha.

Passaram-se alguns anos, entrámos para a CEE, já eu era adulto, ainda que não velho, arrancaram-se olivais com prémios de arranque e pouco se reconverteu. Até que, há menos de vinte anos, um Ministro se lembrou de negociar

“
Portugal é um país mediterrânico que sempre produziu, consumiu e apreciou azeite. O Olival e o azeite fazem parte da sua agricultura, da sua cultura, da sua gastronomia e da sua, agora famosa, “dieta mediterrânica”, da qual é um dos elementos centrais.
”



com a CEE, e com sucesso, um plano de plantação de novos olivais fortemente apoiado por Bruxelas. A vizinha Espanha agitava-se, entretanto, a construir o maior olival nacional do mundo, a modernizar os lagares com a ajuda da Itália (outro país de olivais e de azeite) e, sobretudo, a modernizar de forma intensa as tecnologias de produção, usando e melhorando novas variedades, mais produtivas, mais estáveis e com maiores rendimentos, desta feita, apoiados no regadio.

O Plano do Eng.º Fernando Gomes da Silva, que previa 30.000 novos hectares de olival, oportuno e bem concebido, continuou por alguns anos no papel, até que a Barragem de Alqueva, vencendo os detractores que deveriam ter vergonha de a ter atrasado, começou a mexer, a garantir água no Alentejo e a atrair espanhóis, que trouxeram técnicas, variedades e euros, muitos euros, para comprar alguns milhares de hectares de terra de boa qualidade.

O Plano ressuscitado, resistiu, em 2003, ao desejo da Comissão Europeia de o suprimir por falta de acção no terreno, foi reanimado, alargado com apoios ao rendimento e com facilidades ao investimento, que se alargaram a muitos lagares modernos e de grande dimensão.

O interesse pelo olival contaminou os portugueses e, em poucos anos, foram plantados muitas dezenas de milhar de hectares de novos olivais, com mais oliveiras por hectare, com diferentes conduções e intensidades, mais ou menos mecanizados na colheita, que começaram a produzir um volume crescente de azeitona de várias variedades, mais eficazes e produtivas, destinadas aos novos lagares, com as mais modernas tecnologias disponíveis.

Os portugueses aprenderam depressa e ombreiam hoje com os espanhóis olivicultores em Portugal.

Já produzimos para as nossas necessidades o melhor azeite do mundo (em 2013 produzimos 85 000 toneladas de azeite, melhorámos enormemente a qualidade e ultrapassámos as nossas necessidades de consumo). Ainda importamos, e exportamos de forma crescente, com vantagens e valor acrescentado (no ano passado, exportámos 343 milhões de euros de azeite e para isso importámos 281 milhões, gerando um excedente comercial de 62 milhões).

Somos ainda mais de 100 000 produtores, o país é, finalmente, auto-suficiente, e eu tenho a felicidade de ter conhecido e vivido de perto esta história e de nela ter participado.

Hoje, sou um pequeno olivicultor (talvez abaixo do limiar de rentabilidade porque tenho uma pequena área), orgulhoso pelo que aconteceu no meu país, ainda que triste pelos que ficaram para trás, vítimas do progresso dos outros e do avanço da ciência e da tecnologia.

Vivo o presente da fileira olivícola com satisfação e intensidade mas também tenho saudades do pequeno lagar do meu Pai, onde me refugiava do frio do Inverno para comer tibornas e onde, no Verão, brincava com os meus amigos, entre tulhas, mós, prensas, capachos, motores e muitas correias, que me povoam a memória agradecida.

Por isso, mas não só por isso, continuo a gostar de azeite e a “comer” azeite, como se dizia na minha terra.



Jorge Monteiro | Presidente da ViniPortugal

VINHOS DE PORTUGAL: FACTORES POTENCIADORES DA SUA CAPACIDADE EXPORTADORA

Um país com a nossa dimensão territorial e demográfica como pode competir no mercado mundial de vinho, cada vez mais global?

Ao contrário do que se pode julgar Portugal é, do ponto de vista do volume, um pequeno País produtor de vinho. Somos pequenos em área, o que se reflecte na sua dimensão demográfica. Esta dimensão (geralmente geradora de sobrecustos) é intensificada pela reduzida dimensão média de propriedade, pelos baixos rendimentos por hectare e pelo predomínio de micro empresas.

No entanto Portugal tem vindo a conquistar notoriedade nos mercados internacionais de vinho, sobretudo nos mercados mais maduros e isso tem razões de fundo.

No plano macro Portugal possui duas vantagens comparativas notáveis:

- A diversidade edafo-climática (somos um país de proximidades, onde, se nos deslocamos menos de 100 quilómetros, tudo muda, seja o clima, a orografia ou a natureza dos solos);
- Um invejável património genético da vinha (quer porque as variedades de castas da Península Ibérica são diferentes, pois tiveram um desenvolvimento autónomo das castas predominantes no resto do mundo, incluindo a Europa, quer porque é em Portugal que se encontram a maioria dessas castas da Península).

Enquadrado no que se designa de Velho Mundo Vitivinícola, Portugal foi o último País de tradição vitivinícola a encetar o processo de modernização, quando já a França, a Itália ou até mesmo a vizinha Espanha, nos levavam largos anos de avanço.

E este atraso foi o ponto de partida para um percurso que nos tem conduzido a um destino que, mais tarde ou mais cedo, será reconhecidamente um sucesso.

... Portugal tem vindo a conquistar notoriedade nos mercados internacionais de vinho, sobretudo nos mercados mais maduros e isso tem razões de fundo.

Muitos anos se passaram já desde que esta modernização arrancou. Produzimos já vinhos de qualidade consistente e conseguimos assegurar uma excelente relação preço/benefício. Não produzimos vinhos melhores que a concorrência mas oferecemos ao mercado vinhos diferentes: diferentes do que os outros propõem e diferentes entre si. Um Arinto dos Verdes distingue-se de um outro de Lisboa; a Tinta Roriz no Douro distingue-se do Aragonez (a designação oficial

daquela casta) no Alentejo; ou uma Touriga Nacional no Dão diferente da que encontramos no Alentejo.

Ou seja, se não podemos competir pela escala e pelos preços, resta-nos competir pela diferenciação e é isso que os produtores têm feito.

Mas restam-nos outros factores por resolver. A dimensão das empresas, que tem antecedentes de longa data, implica a ausência de marcas fortes. Portugal apenas dispõe de uma marca global, Mateus Rosé, ainda recentemente classificada como a 36ª marca de vinhos mais forte no mercado

global. Outras marcas, podendo ter expressão à escala doméstica, são de reduzida dimensão quando passamos para o comércio internacional. Para dar resposta a esta debilidade surgiram em tempo idos as Denominações de Origem, as quais enquanto marcas colectivas desempenharam um importante papel na promoção dos nossos vinhos através das nossas regiões vitícolas. Douro, Verdes e Alentejo são disso um bom exemplo. Mas com a globalização do consumo do vinho, com novos países consumidores, de elevada dimensão (Estados Unidos, Brasil ou China) as DO tornaram-se instrumentos menos eficazes, seja pela dimensão das regiões seja pela dificuldade em comunicar internacionalmente (Dão e Bairrada ou Trás os Montes e Beira Interior).

Foi o que se procurou, a partir de 2008 em que o IVV acompanhado de representantes de associações e empresas trabalhou afincadamente na criação da marca Wines of Portugal e dos seus suportes de comunicação. E a assinatura escolhida “a world of difference” traduz bem o que queremos comunicar.

No entanto, ainda assim as Marcas Privativas, as marcas das empresas, são veículo indispensável de comunicação e não podemos viver sem elas, pelo que a questão da escala continua a pesar, de forma negativa. Somos frequentemente confrontados com novos projectos de produção, que se pretende orientar para a internacionalização, com... 5.000 garrafas. Faz sentido? Claro que não!

Mesmo com produtos altamente diferenciados (excelente qualidade e reconhecimento), uma empresa, ainda que opere 20 a 30 mil garrafas, viverá com enormes dificuldades, sendo muitas as que ficam pelo caminho. Por outro lado deparamo-nos muitas vezes com falta de profissionalismo de quem vende. Não chega colocar “uma garrafa” num distribuidor ou ponto de venda. É preciso “acompanhar” o mercado. Assistir os importadores ou distribuidores. Mantê-los informados, recolher sensibilidade e informações do mercado. Mas isto custa dinheiro e quando nos dispersamos por vários mercados, custa mesmo muito dinheiro.

Terminaria salientando, para quem queira agora entrar no negócio, que alguns factores são determinantes:

- Produzir um vinho, sem defeito e com características distintivas;
- Em quantidades que permitam “trabalhar o mercado” e não apenas “estar em feiras e expedir contentores”;
- Abordando os mercados e clientes de forma profissional, com feiras preparadas, com argumentos de venda sólidos, com boa capacidade negocial, domínio de línguas, etc, etc, etc.

Perderá mais tempo no arranque do negócio, mas reduz o risco de perder dinheiro.

Ganhará o Produtor, ganhará o Sector e ganhará o País.





Manuel Paim | Presidente da Associação Portuguesa de Criadores do Cavalo Puro Sangue Lusitano

O CAVALO LUSITANO

O Lusitano, montado há já cerca de 5000 anos, é o mais antigo cavalo de sela do Mundo e chega ao século XXI reconquistando o esplendor de há dois mil anos, quando Gregos e Romanos o reconheceram como o melhor cavalo de sela da antiguidade.

O nosso cavalo será sempre o cavalo por excelência para a Arte Equestre e para o Toureio, mas, para além de ser o cavalo que dá maior prazer montar, continuará a surpreender pela sua natural aptidão para o Ensino, Atrelagem de Competição e Equitação de Trabalho.

O seu património genético torna-o único entre as diferentes espécies zootécnicas nacionais, pois sendo uma Raça Autóctone portuguesa, e tendo um Livro Genealógico sediado em Portugal (pertença do Estado Português com gestão concedida à Associação Portuguesa de Criadores do Cavalo Puro Sangue Lusitano), tem animais nascidos em 31 países do Mundo e 19 Associações congéneres (África do Sul/Namíbia, Alemanha, Austrália, Bélgica, Brasil, Colômbia, Dinamarca, Equador, Espanha, Estados Unidos da América, Finlândia, França, Grã-Bretanha, Holanda, Itália, México, Noruega, Suécia e Suíça).

Essa dispersão, dá grande orgulho a Portugal e à Raça mas também grande responsabilidade, pois é em Portugal que a confirmação dos testes de paternidade e os registos se continuam a fazer, assumindo o nosso país o controlo e a liderança da Raça perante todo o Mundo. O Estado Português tem também aqui a grande responsabilidade de con-

tinuar a manter esse controlo, fundamental para a manutenção da gestão da Raça no nosso país.

O crescimento do Lusitano no estrangeiro foi alicerçado, numa primeira fase, no seu aspecto morfológico, mas foi sendo consolidado através dos tempos na sua funcionalidade, algo que as sucessivas alterações ao Regulamento do Livro Genealógico têm vindo a contemplar

realçando e obrigando a desenvolver. As regras para a atribuição dos títulos de Reprodutores Recomendados e de Mérito, têm levado a que cada vez mais os criadores tenham mais preocupação nos resultados que os seus produtos vão obtendo ao longo da sua vida.

Como sempre foi reconhecido o cavalo Lusitano serve para o amador puro (cavaleiro de lazer) mas também para os mais exigentes profissionais das diferentes disciplinas equestres. A versatilidade do Lusitano permite que a criação seja orientada para

vários horizontes, mas os criadores apesar de manterem o seu gosto pessoal terão indiscutivelmente de orientar a produção para as necessidades do mercado.

A evolução do Lusitano nos últimos anos é evidente, e dela não podemos dissociar os critérios de selecção implementados, o esforço dos criadores melhorando o maneio, utilizando melhores reprodutores e investindo no treino e utilização dos seus cavalos e no aumento do número de utilizadores que cada vez estão mais despertos para as capacidades do nosso cavalo, nas diferentes áreas de utilização. Essa evidente melhoria tem que ser complemen-

“
O crescimento do Lusitano no estrangeiro foi alicerçado, numa primeira fase, no seu aspecto morfológico, mas foi sendo consolidado através dos tempos na sua funcionalidade...
”



tada com promoção. Apesar dos poucos recursos que a APSL pode disponibilizar e do quase nulo apoio estatal, temos conseguido participar em feiras no estrangeiro (Equitana, Equus Catalonia, etc) onde se tem, com grande sucesso mostrado a qualidade da Raça. Também o apoio que temos dado a algumas disciplinas (Toureio, Ensino, Atrelagem, Equitação de Trabalho) com a atribuição de prémios, desde 1996, tem servido para ajudar ao seu desenvolvimento.

O reconhecimento como a Raça própria para o toureio, os títulos Mundiais em Atrelagem de Competição e Equitação de Trabalho e os bons resultados no Ensino, confirmam a qualidade, alicerçada em enorme polivalência.

A recente crise, evidente em todos os sectores poderá ter também ajudado a alguma selecção pois alguns criadores que pretenderam reduzir o número dos seus efectivos optaram por manter as suas melhores éguas. Durante esse período de crise, a procura, apesar de ter diminuído, manteve-se quase exclusivamente nos cavalos montados e já arranjados tendo diminuído de forma evidente em éguas e poldros. Actualmente pelos dados que dispomos parece que a procura voltou a aumentar, com grande ênfase nos compradores estrangeiros, o que nos parece lógico dada a retoma mais rápida que acontece em outros países, comparativamente a Portugal.

Para podermos responder às necessidades de quem procura um cavalo, e poder competir com as outras (poucas) raças que têm alguma versatilidade, mas são oriundas de países com muito maior poder económico e capacidade de promoção, temos que nos fazer valer de algo muito importante: a QUALIDADE. Nesse sentido é fundamental manter as qualidades que caracterizam a nossa Raça, alicerçando-as em animais de grande capacidade funcional. É este o grande desafio da APSL, mas acima de tudo dos criadores e utilizadores do nosso cavalo, pois são eles que no dia-a-dia fazem a Raça evoluir.

Penso ser de grande importância aproximar o Cavalo Lusitano dos Portugueses fazendo com que estes se identifiquem cada vez mais com um Produto de Excelência do Mundo Rural, que juntamente com outros, como por exemplo o vinho, o azeite e a cortiça são verdadeiros símbolos do nosso país.

As preocupações na melhoria da qualidade do Lusitano, serão sempre uma responsabilidade da APSL, que com o apoio dos criadores e utilizadores levarão a um constante aumento da comercialização de um dos nossos produtos agro-pecuários de maior valor, ajudando não só o reconhecimento aquém e além fronteiras de Portugal através de um produto de enorme qualidade, mas que também no aspecto económico poderá contribuir para um aumento de exportações.

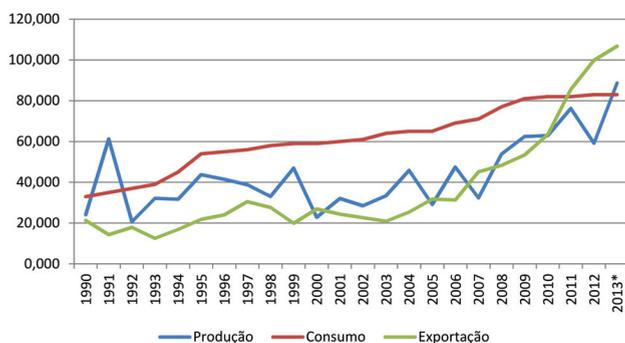


Luís Folque | Presidente da Casa do Azeite

INTERNACIONALIZAÇÃO DO SECTOR DO AZEITE

Considerado um dos sectores estratégicos da agricultura portuguesa, o sector oleícola nacional tem conhecido, nos últimos anos, um desenvolvimento notável, apresentando significativas taxas de crescimento ao longo da cadeia de valor.

Quadro 1 – Evolução da Produção, Consumo e Exportações nacionais (1990 – 2013) (toneladas)



Fonte: INE

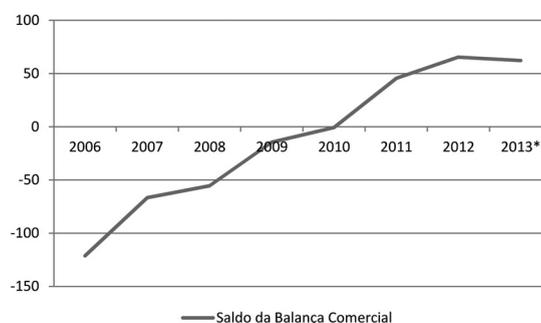
Particularmente na última década, assistiu-se a um importante investimento – nacional e estrangeiro – em novas plantações, altamente produtivas, bem como na construção de novos lagares ou modernização e aumento da capacidade produtiva de lagares existentes.

Consequentemente, a produção nacional de azeite é hoje cerca de 3 vezes superior à produção média da década passada, tendo mesmo atingido a previsível auto-suficiência na presente campanha. A esta performance do sector produtivo tem sabido corresponder a indústria oleícola nacional, comercializando azeites de maior qualidade e com uma imagem mais cuidada.

Exemplo dessa capacidade é o aumento extraordinário das exportações nacionais, que cresceram cerca de 355% nos últimos 5 anos, com especial destaque para o crescimento das exportações nacionais de azeites virgens, de maior qualidade e valor acrescentado.

As excelentes condições naturais, a introdução do regadio e a utilização de variedades mais produtivas, aliadas às novas tecnologias de produção aplicadas em explorações agrícolas com elevada especialização e dimensão permitem uma redução muito significativa dos custos unitários e a obtenção de azeites de elevada qualidade. Esse facto tem sido vital para reforçar a competitividade de Portugal, país tradicionalmente exportador, com grande abertura ao mercado externo e marcas fortemente implantadas no mercado global, permitindo substituir importações a que era necessário recorrer para fazer face a estas necessidades e melhorando de forma impressionante a nossa balança comercial nos últimos anos.

Quadro 2 – Evolução do Saldo da Balança Comercial (milhões de euros)



Fonte: Eurostat

Do lado da procura, o factor determinante para o crescimento das exportações nacionais tem sido, sem dúvida, o elevado crescimento de consumo de azeite verificado nos últimos anos no mercado brasileiro, que praticamente duplicou nos últimos 5 anos, passando de um consumo de 40 mil toneladas em 2008, para cerca de 73 mil toneladas em 2013. Neste mercado, que absorve actualmente cerca de 40% das exportações nacionais, o azeite português detém aproximadamente 58% de quota de mercado, sendo Portugal reconhecido e valorizado como origem preferencial do azeite consumido no mercado brasileiro.

Fora a União Europeia, os principais países consumidores de azeite dependem quase exclusivamente das importações para satisfazer o seu consumo, sendo que os Países produtores da União Europeia são os principais fornecedores de azeite nestes mercados. No entanto, existe desde alguns anos a esta parte um forte investimento em novas plantações, não só em alguns países da bacia Mediterrânica (e.g. Marrocos) como também da América Latina, que podem vir a alterar substancialmente esta situação num futuro próximo, e constituir uma séria ameaça à tradicional soberania dos países produtores da União Europeia, onde Portugal detém uma posição de destaque.

Por outro lado, alguns países essencialmente consumidores, como os Estados Unidos da América ou a Austrália, começaram já a produzir azeite, embora em quantidades ainda muito inferiores às suas necessidades de consumo. A ameaça para as exportações europeias decorre não só da possibilidade de substituição de importações por produção desses países, mas essencialmente por iniciativas que levam à imposição de barreiras comerciais, numa tentativa de favorecer as produções locais, e que pode vir a constituir uma séria ameaça ao comércio internacional de azeite.





Nome: Aristides Telémaco Pereira da Costa

Idade: 32 anos

Habilitações: Licenciatura e Mestrado

CARACTERIZAÇÃO GENÉRICA DA EXPLORAÇÃO

Localização Geográfica: Trás-os-Montes/ Terra-Quente
Transmontana: Vila Flor

Orientação Produtiva: Vinho e Azeite

Mão-de-Obra Permanente: Contratada e Familiar

Ano de Instalação: 2010



ENTREVISTA

1. Quais as principais razões que o motivaram a instalar-se na área olivícola e vitivinícola?

A principal razão foi sem dúvida continuar com a exploração familiar que já existia há algumas décadas, mantendo este negócio familiar e não o deixando extinguir. Pretendeu-se também, actualizá-lo com as novas técnicas e tecnologias, de forma a rentabilizá-lo ao máximo, mas mantendo sempre as tradições agrícolas transmontanas.

2. Em que medida a existência de um Quadro de Apoio à Instalação de Jovens Agricultores influenciou a decisão de se tornar Jovem Agricultor?

Influenciou na forma como disponibilizou recursos financeiros extra, que permitiram algum investimento a pensar no futuro e na própria sustentabilidade da exploração agrícola, tornando-a mais eficaz e produtiva. A intenção é de que a minha exploração agrícola se perpetue por um longo futuro.

3. No decurso do processo de Instalação como Jovem Agricultor, recorreu à Assistência Técnica de proximidade? Em caso afirmativo, em que áreas (técnica/comercial/administrativa/contabilística) considera esse apoio mais relevante?

Sim recorri. Os grandes avanços técnicos na área agrícola assim o exigem, se queremos garantir uma eficiência dos terrenos e uma boa relação custos vs ganhos, temos que recorrer à diversa assistência técnica especializada que existe. Recorri à assistência técnica específica agrícola e contabilística.

4. Procedeu a estudos de mercado de forma a avaliar a capacidade de escoamento dos produtos da sua exploração?

Não, como a exploração já existia há alguns anos, apenas me limitei a diversificar um pouco mais a gama de clientes/consumidores.

5. Em que medida o facto ter duas orientações produtivas diferentes contribui para o sucesso da sua exploração?

Permitiu manter comércio em dois mercados distintos e por vezes em piores anos agrícolas compensar as perdas de uma produção com os lucros da outra, garantindo no final do

ano económico rentabilidade no geral, da exploração agrícola.

6. O azeite e o vinho são fileiras estratégicas em Portugal e o seu valor é internacionalmente reconhecido. Na sua opinião, quais as principais medidas que deveriam ser consideradas neste novo Quadro de Apoio Comunitário para estas fileiras e como perspectiva o futuro destes dois sectores em Portugal?

Considero que existe necessidade de facilitar aos pequenos agricultores o acesso aos grandes mercados grossistas, quer nacionalmente, quer internacionalmente, de uma forma que não fiquem expostos aos preços baixos praticados pelos grandes produtores. Deveria de existir uma desburocratização e facilitação do acesso dos pequenos agricultores a esses mesmos mercados, garantindo sempre um controlo de qualidade, mas apoiando decididamente os pequenos agricultores na certificação, rotulação e exportação dos produtos (ex: ser uma entidade do Estado, sem custos, que certificasse as explorações e os produtos; apoiar financeiramente na criação de marcas/rótulos; criação de medidas de isenção e apoio à exportação dos respectivos produtos, até atingirem uma certa quota de mercado ou valor anual de exportação).

7. Tendo por base a sua experiência, quais os factores determinantes do sucesso das explorações dos Jovens Agricultores?

Boa gestão dos apoios financeiros atribuídos, utilização criteriosa de medidas de controlo de custos vs ganhos e uma exploração eficiente do emprego de novas tecnologias e técnicas para a rentabilização das explorações agrícolas.

UMA MENSAGEM DE UM JOVEM AGRICULTOR PARA OS JOVENS AGRICULTORES:

Aproveitar todas as oportunidades de rentabilizar a exploração agrícola, muita dedicação e trabalho. Façam bem feito, sempre com qualidade!



Nome: Rui Saturnino

Idade: 33 anos

Habilitações: Licenciatura em Turismo

ACTIVIDADE RURAL

Empresa: Monte dos Poços - Agroturismo e Eventos

Localização Geográfica: Carregueiro - Aljustrel

Mão-de-Obra Permanente: 2

Ano de Criação da Empresa: 2012



ENTREVISTA

1. Quais as principais razões que o motivaram a tornar-se Empresário no espaço rural e na área do agro-turismo?

O gosto pela terra, a vontade de recuperar o Monte que foi um legado familiar. A vontade de dar continuidade à história de actividade agrícola da família.

2. Na sua opinião considera que os apoios existentes são suficientes para a instalação de Jovens no Espaço Rural, ou deveria existir um apoio específico? Porquê?

Sim são suficientes, mas no meu caso o Proder permitiu um apoio de 60%, o que significa que os restantes 40% são da responsabilidade do empresário. Muitas vezes não existe esse montante disponível e a banca tem grandes restrições ao seu acesso.

3. Quais os principais entraves/obstáculos com que se deparou na criação da sua empresa? E actualmente?

A sazonalidade da actividade turística é o principal problema que se nos coloca. Para a criação da empresa destaco o excesso de burocracia e a demora em obter pareceres, aprovações, respostas.

4. Quais os contributos que um Jovem pode transportar e implementar no Espaço Rural?

Novas ideias, vontade de aprender e crescer. Desenvolvimento de actividades, que caso não fossem os jovens, os montes e o mundo rural estariam votados ao total abandono.

5. O Monte dos Poços associa o turismo a diversas actividades ligadas à agricultura. Qual a receptividade por parte de quem vos procura?

Temos produção de cereais de sequeiro, estamos integrados na ITI de Castro Verde, possuímos horta biológica e quinta

pedagógica. As crianças mostram grande interesse pelos animais e os adultos pelo facto de a agricultura aqui desenvolvida ter grande relevância ao nível da protecção ambiental (protecção das aves estepárias aqui existentes em que a abetarda é o símbolo máximo).

6. O Monte dos Poços é um exemplo de sucesso de actividades desenvolvidas no espaço rural. Em que medida o facto de apresentar diversas vertentes como o turismo, a agricultura, a realização de eventos entre outras, contribuiu para o sucesso e desenvolvimento da empresa?

A diversificação de actividades é um atractivo suplementar. É possível aos hóspedes um contacto com a realidade agrícola e mostram-se muito interessados com o campo e todas as actividades que aqui desenvolvemos.

7. Quais os planos a médio/longo prazo para o Monte dos Poços?

Consolidação do projecto e a médio/longo prazo ampliação do espaço.

QUAIS AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS QUE UM JOVEM DEVE POSSUIR PARA CONSEGUIR TER SUCESSO NO ESPAÇO RURAL?

Gosto pelo campo, pela terra, conhecimento da região onde exerce a actividade.



Luís de Campos Ferreira | Secretário de Estado dos Negócios Estrangeiros e Cooperação - Ministério dos Negócios Estrangeiros

ENTREVISTA - O PAPEL DA AGRICULTURA NA COOPERAÇÃO

Quais os principais objectivos estratégicos para a Cooperação com os PALOP?

Decorrida quase uma década sobre a aprovação do último documento estratégico da cooperação portuguesa, registam-se novas realidades globais que é essencial considerar, como o acesso aos bens públicos globais, as alterações climáticas, a sustentabilidade energética ou a segurança alimentar.

No campo bilateral, verificaram-se ainda importantes alterações em alguns dos países parceiros da Cooperação Portuguesa, os quais melhoraram os seus índices de desenvolvimento, desejando elevar o nível de parceria para novos patamares, incluindo maior partilha de responsabilidades e liderança na execução dos programas.

Por outras palavras, entendo que o tradicional paradigma de cooperação entre o país “doador” e o “recetor”, evoluiu em alguns países para o estabelecimento de parcerias com benefícios mútuos que podemos e devemos potenciar.

Portugal aprovou assim, no início de 2014, um novo Conceito Estratégico de Cooperação para o período 2014-2020.

O novo documento constitui a nossa resposta nacional, definindo prioridades, quer no plano bilateral, quer no plano multilateral, tendo como objetivo mobilizar os diferentes atores nacionais em torno de uma política de Cooperação, mais alinhada, mais instrumental e mais visível para os interesses nacionais, em articulação, com as prioridades dos países parceiros.

No Conceito Estratégico são apresentadas as prioridades geográficas da nossa cooperação, que se situam nos PALOP e em Timor Leste, e as prioridades sectoriais que se inserem em dois grandes eixos: Eixo I – Boa Governança, Estado de Direito e Direitos Humanos; Eixo II – Desenvolvimento Humano e Bens Globais.

Quero ainda realçar que foram introduzidos quatro princípios operacionais, que são essenciais para atingirmos os nossos

objectivos, designadamente: 1. Concentração, apostando geográfica e sectorialmente em projetos de maior dimensão e natureza estruturante; 2. Parceria, incentivando a partilha de recursos, incluindo fontes de financiamento; 3. Coordenação, visando maior diálogo entre projetos e parceiros e por fim, 4. Apropriação, investindo no reforço das competências e na liderança dos países parceiros.

Em que medida a Agricultura se enquadra nesta estratégia?

O Desenvolvimento Rural e a agricultura são áreas prioritárias do Conceito Estratégico da Cooperação Portuguesa, enquadrando-se no eixo Desenvolvimento Humano e Bens. Os nossos países parceiros querem acelerar o crescimento económico e diversificar a sua base económica e produtiva por vezes excessivamente assente em recursos minerais e petrolíferos. O investimento na agricultura familiar e comercial são desta forma desígnios prioritários dos nossos países parceiros. Neste âmbito, queremos apoiar projetos agrícolas que contribuam não apenas para o aumento e diversificação de culturas alimentares e de rendimento, como também para a dinamização dos circuitos de transporte, armazenamento e comercialização locais, permitindo que os produtos agrícolas cheguem em quantidade e preço aos mercados e aos consumidores.

Quais os principais contributos que a Agricultura pode dar à Cooperação nomeadamente em Moçambique, Angola e São Tomé e Príncipe?

Conforme referi anteriormente, há uma clara aposta no sector agrícola que é prioritário no âmbito dos esforços de erradicação da pobreza e do desenvolvimento sustentável. O apoio que possa ser dado pela cooperação portuguesa às estratégias de segurança alimentar e nutricional das populações, dinamizará o aparecimento de sistemas agrários sustentáveis e uma economia local mais eficiente e competitiva.

Angola e Moçambique são países com um enorme potencial agrícola com capacidade de se assumirem como importantes produtores de alimentos não só para a região da África

Austral, mas como para todo o continente. Investimentos que as autoridades de cada um deles estão a desenvolver na área agrícola permitirão prever um forte crescimento deste sector.

São Tomé e Príncipe, para além das suas duas produções de excelência, cacau e café, tem igualmente, fruto de condições climatéricas e solos excepcionais, ótimas condições para o desenvolvimento de outras culturas de rendimento.

Que papel podem desempenhar as associações agrícolas nacionais, como a AJAP, atendendo ao seu histórico, em projectos de cooperação?

A AJAP e associações similares poderão desempenhar um importante papel no apoio a instituições congêneres dos PALOP e TL. Com base na sua experiência, a AJAP poderá contribuir para que muitos dos objetivos propostos no Conceito Estratégico da Cooperação Portuguesa no campo agrícola possam ser alcançados, nomeadamente, através da promoção de atividades de formação, investigação e desenvolvimento, que permitam assegurar o aumento da produção, de forma sustentável, de forma a garantir o bem-estar das populações, a sua segurança nutricional e o seu rendimento. Para além do conhecimento, acredito que possam ter um papel importante ao potenciar novos fluxos de investimento, trocas comerciais e promover a criação de novos empregos localmente.

À semelhança do Despacho Conjunto nº 607/99 relativo à atribuição de subsídios à instalação a Jovens Agricultores em Moçambique, parece-lhe oportuno, através de utilização de fundos comunitários ou outros, poder vir a desenhar-se um programa específico destinado a Jovens Agricultores portugueses que pretendam investir nos PALOP?

O contexto internacional mudou muito desde finais do século passado, e a área da cooperação não ficou imune a essas mudanças. Os nossos principais países parceiros da cooperação, nomeadamente Angola e Moçambique, mudaram muito na última década. Estes países passaram de um contexto de guerra civil, com forte impacto nas estruturas económicas do país, para uma época de franco crescimento e desenvolvimento. As contínuas descobertas de novas fontes de matérias-primas permitem que o futuro destes países se apresente bastante otimista.

Apesar de esta nova era, há ainda em todos eles uma grande carência ao nível dos quadros nas mais diversas áreas, daí

que a aposta na formação e capacitação seja uma prioridade. Nesse sentido, investimentos que apostem na formação, na transferência de tecnologia e na partilha de conhecimentos serão, desde logo, bem-vindos e a área agrícola não é uma exceção.

A AJAP tem, ao longo da sua história na área da formação profissional, nomeadamente em Moçambique, efectuado algumas acções de formação. Está a Secretária de Estado dos Negócios Estrangeiros e Cooperação disponível para, conjuntamente com a AJAP, estabelecer Protocolos ou parcerias com entidades terceiras no sentido de ajudar a dinamizar a sua agricultura e com isso contribuir para o combate à pobreza?

Com cada um dos países prioritários da Cooperação Portuguesa, o Camões – Instituto da Cooperação e da Língua (CICL) elabora os chamados Programas Indicativos de Cooperação (PIC). Estes Programas surgem de um processo negocial entre Portugal e o país parceiro. Tendo em conta as prioridades definidas por cada país na sua Estratégia de Desenvolvimento e as mais-valias e disponibilidades do lado português, surge o referido PIC. Tendo como ponto de partida do nosso lado o Conceito Estratégico, em cada PIC há áreas prioritárias que serão desenvolvidas durante um determinado período de tempo.

Se algum dos nossos principais países parceiros manifestar o desejo de incluir o sector agrícola no PIC que vai assinar com Portugal, teremos, obviamente, todo o interesse em desenvolver, através do CICL, acordos com entidades nacionais que nos ajudem a responder a esses pedidos.

OS PALOP apresentam inúmeras oportunidades, nomeadamente no sector agrícola. Que mensagem gostaria de deixar a Jovens Agricultores potenciais investidores nestes países?

Os PALOP, nomeadamente Angola e Moçambique, já são o destino de milhares de portugueses que, devido às afinidades linguísticas e ao passado comum, escolheram estes países como local e trabalho. O forte crescimento previsto para estes países, aliado aos conhecimentos e formação dos portugueses em várias áreas, nomeadamente na agrícola, tornam os PALOP e TL como mercados privilegiados de trabalho.



Luís Mota Capitão | Enólogo - Herdade do Cebolal

ASSOCIAÇÃO DE PRODUTORES DE VINHOS DA COSTA ALENTEJANA

A Associação de Produtores de Vinhos da Costa Alentejana, APVCA, fundada em 2013, é constituída por dez produtores da Adega dos Nascedios, Herdade do Cebolal, Herdade da Comporta, Herdade da Monteiro, Herdade do Portocarro, Herdade das Soberanas, Monte da Serenada, Quinta do Brejinho da Costa, Quinta do Pego da Moura e Pinheiro da Cruz. Todos estes produtores têm pequenas e médias empresas vinícolas tendo em comum a proximidade do Oceano Atlântico e a influência marítima que incontestavelmente é responsável por vinhos frescos e de acidez natural que os diferencia das regiões mais interiores.

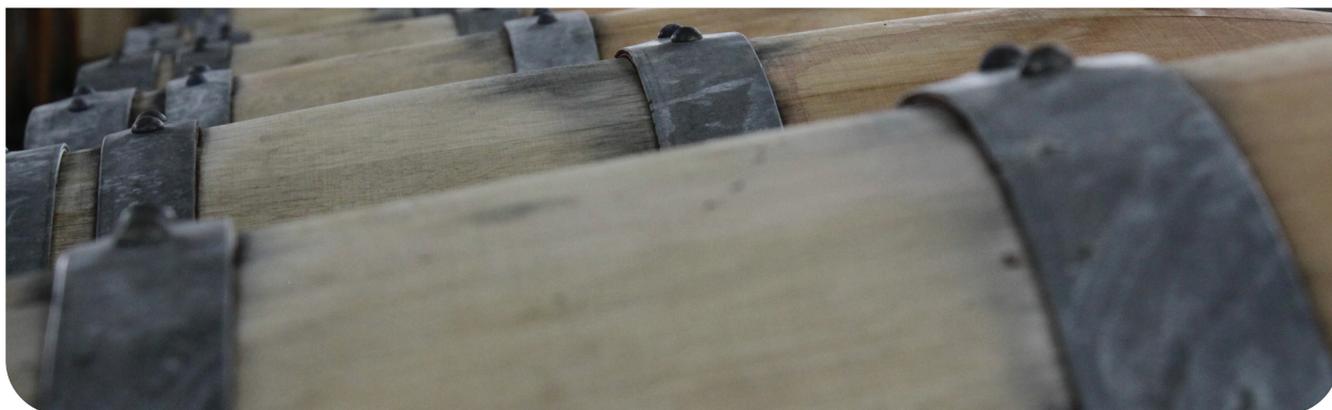
Pela primeira vez, um conjunto alargado de produtores desta sub-região vitivinícola em afirmação e crescimento, como é a Costa Alentejana, uniu sinergias com o objectivo de apresentar os seus produtos, dar a conhecer a qualidade que os caracteriza e promover em simultâneo este território como uma região também produtora de vinhos de excelência.

A APVCA aposta na união de esforços numa promoção conjunta e impactante, para que em breve a Costa Alentejana seja um marco incontornável no sector vitivinícola porque acredita no posicionamento do vinho desta sub-região como produto de qualidade reconhecido a nível nacional e internacional. A Associação quer projectar o que de melhor se faz na Costa Alentejana, para além da sua vocação turística e gastronómica tradicional.

A marca “Costa Alentejana” irá sensibilizar e conquistar o turista e o consumidor nacional e internacional, apresentando e divulgando o grande potencial turístico, gastronómico e cultural da região. Para que o sucesso seja garantido é necessário dar a conhecer a sua imagem de qualidade junto dos profissionais do sector e potenciais consumidores. Os vinhos da região da Costa Alentejana têm vindo a conquistar espaço no mercado vitivinícola nacional, mas é ainda necessário desenvolver e potencializar a sua imagem de qualidade.

Por enquanto o vinho ainda não conquistou um papel predominante na economia da região, sendo necessário enaltecer o produto de modo a contornar esta evidência porque é bem conhecido que a fileira da vitivinicultura contribui para o desenvolvimento do território, pela sua transversalidade a vários sectores e que, com as estratégias adequadas, poderá vir a transformar-se num catalisador do desenvolvimento local, pelas complementaridades que pode vir a gerar.

Quanto à qualidade intrínseca dos vinhos, é do mais alto nível. Vinhos complexos, elegantes, frescos, muito equilibrados, com enorme capacidade de guarda nos tintos, acidez e frescura certa, e complexidade e leveza nos brancos, permitem-nos afirmar que esta sub-região tem tudo para ser algo verdadeiramente importante e marcante no panorama dos vinhos Nacionais e Internacionais.





Eduardo Tavares | Presidente da Cooperativa Agrícola de Alfândega da Fé

COOPERATIVA AGRÍCOLA DE ALFÂNDEGA DA FÉ

A Cooperativa Agrícola de Alfândega da Fé comemorou em 2013 cinquenta anos de vida, e hoje, podemos dizer que tem uma história notável, mas também, muitos desafios pela sua frente. Foi também em 2013 que foi atribuída a esta instituição a menção de empresa “PME Líder”, o que para nós, foi o coroar do trabalho e esforço de recuperação económica realizado por todos, especialmente, pelos grandes associados que esta Cooperativa possui.

Quero por isso, enaltecer o trabalho de todos aqueles que já passaram por esta instituição, e estamos a falar de mais de 2.500 associados, também, às centenas de trabalhadores que já trabalharam e aos que ainda estão ao serviço da Cooperativa, e claro, a todos os seus dirigentes que participaram e ainda estão neste projecto, que diga-se, continua a ser um projecto de futuro e decisivo para a nossa terra e para o desenvolvimento da agricultura no Concelho de Alfândega da Fé.

Os objectivos iniciais mantêm-se intactos, e, podemos dizer, até renovados passados 50 anos, com o facto de a agricultura, apesar de todo o desenvolvimento e progresso das últimas décadas a nível tecnológico e técnico, continuar a necessitar de regulação, protecção e escala na produção/comercialização, aspectos estes, fundamentais num mercado globalizado e competitivo como o que encontramos hoje em dia.

Por isso acredito que o sector Cooperativo tem ainda muito para dar ao sector agrícola, nomeadamente na organização da comercialização, prestação de serviços e até na liderança da inovação e investigação, através de projectos que traduzam mais “know-how”, formação e informação para os nossos agricultores e associados. Sendo que este papel é ainda mais

importante e decisivo em meios rurais, desertificados e afastados dos grandes centros urbanos, onde os agricultores estão ainda mais vulneráveis e longe da informação e até dos centros de decisão, como é o caso de Trás-os-Montes.

Hoje surge, a nível Europeu, um novo paradigma, e que vai ser o alvo privilegiado das ajudas comunitárias nos próximos anos, a que chamamos Organizações de Produtores ou Agrupamentos de Produtores, e que, não são mais do que

meras Cooperativas, e são apontadas pelos nossos decisores políticos, como o caminho para a organização da produção. Concordo e defendo que é com este tipo de organizações que podemos defender melhor o interesse dos agricultores e do sector, porque sozinhos o caminho é muito mais tortuoso e difícil.

Contudo, não podemos nem devemos esquecer o sector Cooperativo, que precisa de continuar a modernizar-se, que possui infra-estruturas criadas, equipamentos e máquinas, recursos técnicos e

humanos, que podem ser alocados a este tipo de iniciativas. Sou defensor também que deve haver sinergias entre estas organizações e as Cooperativas, e até, que seja incentivado o desenvolvimento de parcerias, pois só assim podemos ter uma verdadeira cooperação entre todo o tecido económico agrícola e possuímos mais massa crítica para o sucesso da organização da produção e comercialização, que é o que todos pretendemos.

O sector Cooperativo, tantas vezes esquecido e maltratado, também precisa de incentivos e de capitais para fazer o passo em frente e a sua modernização, deixo este apelo aos nossos governantes.

“
A Cooperativa Agrícola de
Alfândega da Fé
comemorou em 2013
cinquenta anos de vida, e
hoje, podemos dizer que
tem uma história notável,
mas também, muitos
desafios pela sua frente.
”



Licínio Pina | Presidente do Conselho de Administração Executivo da Caixa Central de Crédito Agrícola

JOVENS EMPRESÁRIOS RURAIS

O conceito de Jovens Empresários Rurais foi lançado pela AJAP na tentativa de alargar o âmbito das actividades às quais os jovens se dedicam, contribuindo para o desenvolvimento da ruralidade.

Este conceito denota, por parte daquela Associação, uma visão de longo alcance. A economia do interior praticamente foi destruída com políticas de desenvolvimento viradas para vias de comunicação e investimentos públicos improdutos e, muitas vezes, estranguladores das necessidades das populações residentes. A falta de alternativas de empregabilidade levou a maior parte da população a deslocalizar-se para zonas urbanas do litoral ou mesmo a procurar o desenvolvimento da sua vida noutros países, mais ávidos das competências de portugueses desejosos de trabalhar.

O Jovem Empresário é aquele que aposta numa actividade económica de desenvolvimento próprio e que vê potencial para, com essa actividade, poder sustentar o seu agregado familiar e contribuir para o crescimento económico da sua terra.

O Jovem Empresário Rural é aquele que vê nas áreas rurais a oportunidade de, a partir do endógeno, poder contribuir para a redução das assimetrias do interior em relação ao litoral.

O Jovem Empresário Rural pode ser o jovem agricultor ou o jovem padeiro, merceeiro ou pastor. Será alguém que precisa da classe política para o incentivar e apoiar nas suas iniciativas. O novo quadro de fundos comunitários não deve deixar de fazer uma aposta forte na criação do próprio emprego ou da própria empresa, de forma que este conceito de empresário se projecte e contribua para o crescimento económico do país.

Jovens Empresários Rurais o país precisa de vós, apostem nas vossas ideias e aproveitem as oportunidades que o meio rural vos dá.

O Crédito Agrícola estará ao lado das boas iniciativas e também contribuirá, tal como o tem feito, para a promoção das economias rurais.





PRÉMIO INOVAÇÃO CRÉDITO AGRÍCOLA

AGRICULTURA
AGRO-INDÚSTRIA
FLORESTA

A INOVAÇÃO
COMPENSA

5 PRÉMIOS
DE 5.000€

Até ao dia 10 de Junho estão abertas as candidaturas para o Prémio Inovação CA.

O concurso selecciona, divulga e premeia projectos inovadores em 5 categorias distintas, nos sectores agrícola, agro-industrial e florestal.

Categorias:

- Inovação Empresarial
- Investigação e Inovação Tecnológica
- Empreendedorismo e Inovação Social
- Agricultura Familiar e Micro Empresas
- Projectos de Elevado Potencial promovidos por Associados do Crédito Agrícola

Candidate-se em
www.creditoagricola.pt
até 10 de Junho

Apoio Institucional:



Organização:





João Miguel Pereira | Eng.º Agrónomo - Director Executivo da TerraProjectos

OLIVICULTURA OU OLIVICULTURAS? PELOS MUNDOS DO AZEITE E DA AZEITONA...

A fileira do azeite e da azeitona viveu e vive momentos galopantes nos últimos anos mercê de um conjunto de factores de contexto, tantas vezes identificados como impeditivos de investimento e desenvolvimento, que permitiram que, pela primeira vez, desde os anos 60 do século passado, atingíssemos praticamente a nossa auto-suficiência em azeite. Atrevo-me a dizer que será dos sectores no panorama nacional que maior dinamismo técnico-económico gerou directa e indirectamente, num tão curto espaço temporal.

Os desafios actuais são de outra natureza, a consolidação dos milhares de oliveiras plantadas, a cobertura da capacidade de transformação e, sobretudo, a reacção a um volume de produção que necessita de ser escoada nos diversos mercados.

Neste sentido a defesa da identidade “Azeite Portugal” e a sua afirmação em mercados externos assume particular pertinência, não descurando os estímulos ao consumo nacional que aponta tendências de estagnação e até de decréscimo (os espanhóis e italianos consomem, per capita, o dobro do azeite dos portugueses). Desde das “famosas” campanhas do COI (Conselho Oleícola Internacional) há quanto tempo não assistimos a uma campanha de promoção do consumo de azeite em Portugal? As diferentes organizações regionais e nacionais representativas do sector deverão ter como papel fundamental a união de esforços e sobretudo de vontades neste desígnio, quiçá, a “famosa” interprofissional do sector, entidade “moribunda”, mas que se perspectiva o seu (re)nascimento, possa representar a plataforma promocional do consumo do azeite em Portugal porque, no fim da história, somos todos consumidores...

Não resisto orgulhosamente a mergulhar nas minhas raízes: a Beira Baixa. Território com particularidades muito especiais e aí sim, os custos de contexto assumem uma importância crucial, nomeadamente o factor água. Malpica do Tejo é uma aldeia a 20 km de Castelo Branco, que poucos conhecerão, mas trago-a à luz deste texto para retratar de forma concreta a ideia de que não há uma Olivicultura mas Oliviculturas (adaptação de uma expressão de um antigo professor de

Economia Agrária e Sociologia Rural).

Há 15 anos tive o privilégio e a oportunidade de participar activamente na recuperação do lagar de azeite da Cooperativa de Olivicultores de Malpica do Tejo: uma cooperativa com 400 olivicultores, um lagar (que comemora este ano o seu 60º aniversário) em falência técnica e económica, estávamos em plena “crise” das ditas “malditas” águas russas...

Nesse tempo o grupo que liderou a refundação desta organização foi quase apelidado de “louco” pois o sector do azeite ainda não estava no “estado de graça” em que actualmente se encontra (não sou adepto da expressão “moda” pois esta é demasiadamente volátil para quem quer investir na agricultura e sobretudo em olival, em que a dimensão temporal do investimento não se compadece com os caprichos da moda...). Curiosa e felizmente, hoje este sector faz parte do léxico de muitos actores do sistema e alguns deles com especiais responsabilidades...

Num território de minifúndio (média de 1 hectare de olival por olivicultor), olival de sequeiro, tradicional com 80-100 árvores por hectare, numa região altamente despovoada, de facto só poderia ser uma “loucura” recuperar este lagar de azeite e pô-lo a funcionar com 400 olivicultores. Acresce o facto de termos 90% de azeitona Galega e 10% de Cordovil de Castelo Branco.

Só foi possível este “feito” partindo de uma única premissa - acreditar que é possível – e na realidade foi-o: há 14 anos era (re)inaugurado o novo lagar da Cooperativa de Malpica do Tejo. Com modernas tecnologias de processamento e sobretudo uma nova atitude organizativa e empresarial, conseguiu-se alimentar o sonho daqueles micro-produtores de azeitona que, naquele território tão adverso, não teriam uma única alternativa a não ser alimentar os tordos.

Mais que querer plantar novo olival o que se queria e conseguiu foi manter o existente e melhorá-lo. Até à data eram raros os que tratavam o olival contra as principais pragas e doenças. Quantas destas iniciativas se poderiam ter multipli-

cado por esse interior fora e, atenção, que não se vivia nos tempos de crise, como agora, em que nos querem fazer mergulhar como se não houvesse amanhã, porque a crise de atitude, da ambição, do querer e do trabalho, só existe se a quisermos comprar...

Foi no lagar de Malpica do Tejo, em 2002, que se produziu o primeiro azeite com Denominação de Origem Protegida – Azeites da Beira Baixa, no território da Beira Interior, dez anos depois do seu reconhecimento pela Comissão Europeia (1992).

Este constituiu, sem dúvida, o principal desafio e ambição, naquele território e com aquelas variedades, este era o instrumento disponível para a diferenciação e valorização.

Assistiu-se em meados dos anos 90 do século passado a uma catadupa de DOP, IGP e afins, no sector do azeite temos sete, o que leva às interrogações: onde param estes instrumentos de diferenciação? O que é necessário para os colocar na agenda? Para quando uma verdadeira política nacional dos produtos tradicionais portugueses com visão estratégica, com meios financeiros e, sobretudo, replicável, escalável e coerente ao longo do tempo?

O retrato da história recente desta aldeia de Malpica do Tejo remete-nos, claramente, para uma olivicultura de cariz social, em que autoconsumo impera e apresenta virtuosidades inegáveis: preservação de um território, conservação do binómio agricultura-ambiente, criação de postos de trabalho, animação de uma aldeia “perdida” algures na Beira Baixa por via da população flutuante que no espírito de entreatajuda acorre à aldeia nos meses de Novembro e Dezembro (a população de cerca de 600 residentes triplica nesta altura); e, sobretudo a manutenção da auto-estima de um povo e da sua identidade, que afirma orgulhosamente: este é o azeite das nossas oliveiras!

Afinal existe(m) outras oliviculturas: possíveis e viáveis... e quando tanto se fala dos milhões de euros que aí vêm, de certeza que estes olivicultores deveriam aparecer na lista das prioridades de um país que teima em esquecer o seu interior.

Uma palavra final para, presumo, a maioria dos leitores – jovens agricultores e/ou candidatos a tal – a actividade agrícola é, tal como as outras, uma actividade económica, embora por vezes se possam fazer leituras mais ou menos elaboradas sobre o tema, contudo, no limite, o objectivo é sempre ganhar dinheiro. A grande diferença é o não controlo total das variáveis externas, ao invés de uma fábrica, por exemplo, de pregos; daí que, aquando da preparação de uma

instalação como jovem agricultor, a necessidade de medir e avaliar, com cuidado redobrado, o plano de negócios da exploração agrícola, revela-se decisiva. O estímulo dos apoios concedidos deverá ser encarado como um meio e não um fim, porque no final da história, os compromissos que se assumem poderão transformar-se num autêntico quebra-cabeças, caso não se cumpra o contratualizado.

A olivicultura é uma actividade com retorno de médio prazo daí que, muitas das vezes, possa ser enquadrada em conjugação com outras actividades, de entrada em produção mais rápida, quando viáveis, obviamente, e desta forma seguir o conselho sábio dos mais antigos: “não ponhas todos os ovos no mesmo cesto”.

De notar que o produto primário da actividade é a azeitona e com base nesta poderão ser obtidos/comercializados outros produtos: azeitona de mesa (sector pouco ou nada “falado” em Portugal), pastas de azeitona, sabonetes, etc., que são claramente complementares à extracção do azeite.

Teremos hoje, provavelmente, das gerações mais qualificadas da longa história do nosso país: aproveitem, pois, este enorme capital humano, estejam atentos às oportunidades e sobretudo: acreditem que é possível!





Antero Martins | Instituto Superior de Agronomia & PORVID

UMA PERSPECTIVA SOBRE AS CASTAS ANTIGAS DE VIDEIRA

As castas são sobejamente conhecidas de todos como factores essenciais da qualidade e da identidade dos vinhos, mas a sua importância não se esgota na adega: elas acompanham o vinho na garrafa até junto do consumidor (dentro e no contra-rótulo) e no ambiente social e cultural envolvente (na comunicação social, na literatura e na arte em geral), contribuindo decisivamente para a promoção e para o seu valor final.

Este papel tão relevante das castas assenta também, em muito grande parte, na sua origem natural e autóctone e na sua muito longa história. Em oposição a uma ideia até há pouco muito difundida no país, no sentido de as castas aqui cultivadas terem sido trazidas por povos conquistadores do Oriente, acumulam-se indicadores de que não terá sido assim, senão em casos muito pontuais. Com efeito, as castas portuguesas são comparativamente muito numerosas e exclusivas (cerca de 250), situação dificilmente compatível com a ideia clássica da importação do Oriente. Por outro lado, vêm sendo descobertas entre nós numerosas populações de videiras silvestres, o que confere credibilidade à hipótese de as castas terem resultado de domesticação local. De resto, essa hipótese é também suportada por estudos moleculares recentes que comprovam uma maior proximidade genética entre as castas e as videiras silvestres do Mediterrâneo Ocidental (e entre castas e silvestres do Oriente) relativamente a castas e silvestres de regiões distintas.

Em síntese, o vinho português tem elevada qualidade intrínseca, alicerçada na qualidade objectiva das castas, uma forte marca ambiental e natural, porque vem de plantas domesticadas da flora silvestre local (as castas são plantas silvestres do passado), e um intenso aroma histórico conferido pela escala temporal muito dilatada (milhares e milhões de anos) da domesticação e da evolução.

Mas, se a história das castas é em si mesma uma forte componente do valor do vinho, ela tem-nos dado muito mais, isto é, a diversidade genética intravarietal. A variabilidade genética dentro de cada casta é uma vertente menos percebida pelo cidadão comum, mas com um enorme po-

tencial para a valorização do vinho e da sua imagem. Poderá parecer algo chocante para alguns, mas a casta antiga não é uma entidade genética com contornos rigorosamente definidos, pelo contrário, ela pode conter génotipos com potencial de rendimento variando do simples para o décuplo e de açúcar do simples para o dobro. Em consequência disso, podemos mudar profundamente o rendimento e a qualidade da casta (através da selecção), ao sabor das exigências dos produtores e dos consumidores em cada momento histórico.

A criação da variabilidade é função do tempo evolutivo da casta, por isso, da sua quantificação resulta uma perspectiva inteiramente nova sobre as suas origens. É assim que sabemos hoje que a Jaen e a Touriga Franca não podem ser castas antigas (vieram recentemente de algures e até já se sabe de onde), que a Aragonês (Tempranillo) não nasceu na Rioja, nem a Grenache na França ou Espanha, nem a Baga na Bairrada, nem a Tinta Caiada no Alentejo...

Este saber novo orienta-nos para fazer a selecção com eficácia redobrada (procurando a variabilidade onde agora sabemos que ela existe em maior quantidade) e acrescenta imagem às castas, ao vinho e ao país.

Em conclusão, pode dizer-se que a natureza foi magnânima ao legar-nos uma muito ampla diversidade entre castas e dentro de cada casta e que o aparelho científico do país trabalha consistentemente para a compreender, valorizar e conservar. Como sujeito dessa abordagem destaca-se a Associação Portuguesa para a Diversidade da Videira (PORVID), uma associação de Universidades e Empresas (e afins), sem fins lucrativos, que persegue objectivos de fronteira na área da diversidade: conservação de 50.000 génotipos representativos da diversidade intravarietal de todas as castas autóctones; selecção generalizada de castas com elevados ganhos genéticos; descoberta de largas dezenas de castas autóctones ainda incógnitas; prospecção de centenas de sítios de videiras silvestres.



Vasco Cunha | Deputado do GP/PSD e Presidente da Comissão de Agricultura e Mar

A NOVA AGRICULTURA FAMILIAR

A definição de “Agricultura Familiar”, para a FAO, é aquela que inclui todas as atividades agrícolas, de base familiar e que está ligada a diversas áreas de desenvolvimento rural.

Diante deste conceito tão vago e ambíguo e perante a realidade portuguesa podemos questionar-nos o que é que não é agricultura familiar em Portugal?

É que perante a diversidade de contextos nacionais e regionais, designadamente a dimensão das explorações, o tipo de mão-de-obra, os métodos de produção, as ligações ao mercado, a viabilidade económica das explorações e o seu enquadramento perante as constantes reformas da PAC, torna-se difícil concretizar, nos dias de hoje, um único conceito de “agricultura familiar”.

Os diferentes modelos agrícolas que prevaleciam na década de sessenta estão ultrapassados, e fatores exclusivos da agricultura familiar deixaram de o ser, e vice-versa. Desde logo, a racionalidade global de agricultura familiar foi revista, tendo incorporado a racionalidade económica dominante.

Hoje, estamos perante uma nova Agricultura Familiar de características díspares entre si, onde a produção de bens transacionáveis prevalece como principal objetivo, com características que nos permite concluir:

- Que há muitas agriculturas familiares: pequenas, médias e algumas grandes.
- Que não depende exclusivamente da mão-de-obra familiar nem o seu rendimento é exclusivo da atividade agrícola.
- Que compreende diferentes modelos agrícolas, em função da estrutura fundiária e região territorial, abrangendo uma enorme diversidade cultural.
- Que o papel dos agricultores familiares foi crucial no desenvolvimento e crescimento do setor agrícola.

Na verdade, a agricultura portuguesa acompanhou a evolução tecnológica, beneficiando de apoios comunitários destinados à

su reconversão e modernização, o que significa que a agricultura familiar partilhou desse mesmo processo.

Por isso, muitas empresas agrícolas familiares cresceram e transformaram-se, contribuindo positivamente para o saldo comercial, através da exportação de bens alimentares.

Um desses exemplos é a fileira do vinho, cujas exportações apresentam um crescimento crescente, acima dos 10% desde 2010. É um sector composto por uma estrutura empresarial diversificada, coexistindo empresas de cariz familiar a par de grupos económicos de dimensão internacional e de um sector cooperativo, que apresenta ainda uma importância determinante pelo peso do número de produtores abrangidos.

Os apoios comunitários, em particular a reconversão das vinhas, tornou muitos viticultores nacionais em “Produtor engarrafador”, apostando na qualidade do produto, desde a produção de uva até à comercialização da garrafa. Este processo permitiu assegurar que a mais-valia do produto permanecesse na fileira do vinho, o que por sua vez permitiu novos investimentos no sector.

Como este, há outros casos de sucesso comercial e produtivo. Na olivicultura, por exemplo, onde Portugal se tornou recentemente autossuficiente, o que não acontecia desde 1960.

Infelizmente estes êxitos não se repetem por toda a pequena agricultura familiar. A reconversão da agricultura minifundiária apresenta ainda, condicionalismos sociais e económicos que constituem grandes desafios para os próprios, mas também para as políticas públicas.

Fatores estruturantes, como a pressão demográfica ou o preço da terra, e fatores conjunturais, como a dificuldade no acesso ao crédito e a resistência à organização entre produtores, são fatores bloqueadores da reestruturação fundiária. Ultrapassar estes entraves através da inovação, qualidade e associativismo constituem caminhos para o sucesso da agricultura familiar.

Serão superados, haja vontade política, porque vontade dos investidores não falta.



FEIRA NACIONAL DE AGRICULTURA

FEIRA DO RIBATEJO
SANTARÉM

7-15

JUNHO 2014



...a solução Natural!

www.cnema.pt



CONVITE
VALE 1 ENTRADA

Prazer de Provar

Santarém

7 a 15 Junho 2014

Centro Nacional de Exposições

ESTE CONVITE DEVE SER APRESENTADO NA RECEÇÃO PARA VALIDAÇÃO. NÃO PODE SER FOTOCOPIADO

