

OLHAR O MUNDO RURAL

Nº.14 outubro/17



COOPERATIVA PISCATÓRIA
**Valorizar
o pescado
açoriano**

PÁGINA 3



PROJETOS EXEMPLARES
**ACDA
Objetivo:
formar e educar**

PÁGINA 4

PÁGINA 5

ENTREVISTA A SÉRGIO ÁVILA
**MARCA AÇORES
É MOTOR DA
PROMOÇÃO
DAS ILHAS**



PRORURAL+

Governo dos Açores

PORTUGAL
2020

UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu Agrícola
de Desenvolvimento Rural
A Europa investe nas zonas rurais



editorial

Delo desenvolvimento das nossas localidades

A GRATER continua a desenvolver um dedicado trabalho prossequindo o seu objetivo de contribuir para o desenvolvimento das localidades das ilhas Terceira e Graciosa. Mais de uma vintena de anos com esta missão produziram resultados que contemplam um importante contributo desta associação para o surgimento de novas empresas e para a modernização das existentes; para a criação de postos de trabalho, para a melhoria dos serviços públicos; básicos que servem as nossas populações e para o reatualcimento dos nossos pilares económicos através de parcerias nacionais e internacionais. Para o futuro, novos horizontes se abrem.

Em articulação com os nossos parceiros da GRATER MAR, estamos em fase de construção da nossa estratégia local de desenvolvimento para poder contribuir para evolução dos nossos fatores comunitários ligados ao mar. É mais um setor onde pretendemos ser um parceiro ativo, contribuindo para a diversificação do rendimento dos pescadores e para o desenvolvimento e inovação nas várias áreas de atividades integradas na economia do mar.

Abrimo-se uma nova esfera de ação, continua o nosso esforço na aplicação dos fundos do PRO-RURAL + cuja gestão nos cabe. Muito trabalho tem sido desenvolvido por todas as associações de desenvolvimento local dos Açores, em parceria com o Governo dos Açores, em parceria com os parceiros da Federação A Minha Terra, para aperfeiçoar a execução deste programa. Os esforços de desburocratização e de simplificação dos processos durante o arranque deste programa têm dado frutos, o que significa maior eficácia e celeridade na análise dos pedidos de apoio das próximas fases de candidaturas.

Os próximos meses serão também importantes para a definição dos projetos de cooperação nacionais e internacionais que a GRATER integrará durante este quadro comunitário. Já estamos a trabalhar na vertente do artesanato, através do projeto internacional CRAFT & ART integrado no MAC 14-20 (Interreg), mas queremos trabalhar em futuros projetos noutros setores fundamentais, como o setor turístico.

Nesta edição do Mundo Rural convidá-vos a conhecer as atividades que têm vindo a ser desenvolvidas através do CRAFT & ART, em conjunto com os nossos parceiros da macaronesia, bem como as que estão previstas para breve. Ficarão também a conhecer melhor a Cooperativa Piscatória Açoreana, através da entrevista do seu presidente Lázaro Silva.

Também nesta edição deste suplemento ficarão a conhecer melhor dois projetos apoiados pela GRATER. Um projeto de modernização de uma empresa local, a WEBEA, e um projeto dedicado à educação da ACDA.

Terão também a oportunidade de conhecer as mais valias da Ilha Açores para a valorização dos nossos produtos regionais, através de uma entrevista do Vice-Presidente do Governo dos Açores.



uriosidades... do mundo rural

Colheitas de outono

Se é verdade que a primavera é a estação do florescimento, não é menos verdade que, para que isso aconteça, a terra, os jardins e as hortas, têm de ser preparados antes da sua chegada, nos restantes meses do ano. E se é certo que o outono traz uma paisagem nova, em que vencem os castanhos e os dourados, também fica claro que a época traz preocupações para quem tem plantas ao seu cuidado.

As folhas que começam a cobrir os solos tendem a provocar mais danos do que benefícios. Além de ser preciso limpá-las para proteger outras espécies, não pode, igualmente, descuidar-se as sementeiras e as plantações típicas desta época. Nos jardins podem imperar os crocus, muscari, arbustos-perenes, coníferas, sebes, amores-perfeitos, asteres, centaureas, goivos, linho de jardim, margaridas, primúlas, sálvias e verbenas.

Mas nem só nos jardins há trabalho a fazer: nas hortas em que agora se colhe aquilo que se semeou no verão, também há sementeiras para trabalhar. É que há produções que preferem o tempo frio. É o que acontece com os espinafres, os brócolos, as batatas, as cenouras, as couves, as ervilhas, os coentros e até algumas variedades de alfaces.

O empreendimento não acaba por aí, garante o Almanaque do Camponez: em outubro, e para além de apanhar as castanhas, há que abrir as covas para as árvores de sombra, lavar a terra a fundo e adubá-las bem. O sucesso das plantações no resto do ano depende disso.



Cooperativa Piscatória Açoreana Dar mais valor ao peixe dos Açores

Há, nos Açores, um organismo que quer representar os pescadores da Região. A Cooperativa Piscatória Açoreana tem três missões fundamentais: criar mais emprego nas ilhas, valorizar o peixe dos Açores e alargar horizontes e mercados.



Na Cooperativa Piscatória Açoreana há muito trabalho a fazer, mas os atuais responsáveis pelo projeto não se assustam com o trabalho. Afinal, a missão da instituição é nobre e o setor das pescas, sustenta Lázaro Silva, líder do organismo, precisa de uma atenção especial.

Lázaro Silva, também presidente da Associação de Pescadores Graciosenses, ajudou a criar a instituição. Compreendeu em 2013, como compreende hoje, a importância de unir os pescadores e os armadores, de centralizar e de facilitar as compras de material de pesca e de impulsionar, também, a venda de produtos de valor acrescentado. Foi por isso, aliás, que decidiu dar uma nova vida à Cooperativa Piscatória Açoreana, quando viu que caía no marasmo.

"A cooperativa nunca funcionou, até que eu e um conjunto de associados assumimos a direção. Tratámos de todas as burocracias, legalizámos a associação no registo predial e começámos o trabalho - primeiro, com compras e venda de matéria de pesca, de isco. A partir daí começámos a fazer um projeto de transformação e de va-

loração de peixe. Se conseguirmos aceder aos fundos comunitários vamos ter um projeto que vai dignificar a pesca nos Açores e a Graciosa em particular", disse, sem levantar o véu sobre o que aí vem. É certo que há desafios a vencer, nomeadamente a falta deatum

que, segundo o líder da cooperativa, está a causar um problema maior à pesca nos Açores, porque obriga a que os profissionais do setor enviem por outras espécies, apesar disso, Lázaro Silva faz observações positivas à evolução dos rendimentos na área das pes-



cas e diz que é tempo de continuar a melhorar esses valores.

"Nós queremos ter vários produtos no mercado e vamos fazê-lo passo a passo. Agora vamos focar-nos neste projeto que estamos a criar, vamos acreditar nele, como acreditámos no do peixe seco: nós produzimos três mil quilos e neste momento só temos 200 em armazém, o que é irrisório. Já conseguimos participações em feiras com esse produto, participações em degustações, e agora vamos colocá-lo num restaurante que está a abrir em São Miguel. Pense que vai ser uma mais-valia", sustentou.

Muitos destes projetos, é certo, estão a despontar na Graciosa. São ideias criativas que dão alento aos trabalhadores do setor e que ajudam a dinamizar a economia da ilha. Mas apesar de estar sediada na Graciosa, a Cooperativa Piscatória Açoreana não esquece as outras ilhas e a pouco e pouco vai angariando a confiança dos profissionais do mar. Não está a ser difícil, garante Lázaro Silva - com trabalho e ideias boas, diz, os argumentos são fortes.



ACDA

Uma educação maior

Um verbo de ordem noroeste o trabalho da Associação para a Ciência e Desenvolvimento dos Açores (ACDA): "formar". É nessa missão que o organismo tem vindo a focar-se - primeiro com ações de formação (porque a entidade está certificada para esse fim); depois, com a prossecução de um objetivo maior, que é o de lançar um colégio privado que garanta a educação dos jovens no ensino secundário. Tomaz Dentinho, presidente da ACDA, lembra que esses projetos têm vindo a crescer de forma sustentada. O Colégio de São Francisco, por exemplo, já conta com dois alunos e tem grande potencial de crescimento, defende o seu responsável. As atividades que estão a ser preparadas na estrutura que o acolhe, no Pico da Urze, vão, precisamente, abrir espaço a essa evolução.

"O colégio vai dividir-se em três partes: primeiro, artes e ofícios; isto é, uma ocupação de tempos livres que enloba cozinha, informática, inglês, música; depois, turismo estudantil, no sentido em que estamos preparados para receber grupos em visitas de estudo, com camadas no último piso; e finalmente, no longo prazo, o colégio em si, com um programa curricular, avançado.

É nessas três vertentes que a ACDA tem vindo a trabalhar, ao mesmo tempo que disponibiliza o espaço ao programa "Valorizar". O espaço está a ser regenerado e ocupado a pouco



e pouco, com pessoas e ideias - projetos que encontraram apoio na GRATER e na Câmara Municipal de Angra do Heroísmo.

"No fundo, vamos ter um colégio e um espaço para visitas. Os Açores estão na moda e nós não vamos estar a fazer concorrência a ninguém, porque é turismo estudantil. O Colégio

de São Francisco foi uma ideia que nasceu há cinco anos, dois anos depois arrendámos o edifício e no ano a seguir fizemos obras em dois andares. Entretanto, com tudo isto, já ganhamos quatro empregos", avançou Tomaz Dentinho, sublinhando que o projeto maior vai ganhando forma a par e passo.

WEBA

Crescer com apoio

A partir da Atalaia, na Ribeirinha, a WEBA, empresa de José Avelino Ormonde, oferece serviços especializados na área da programação, aplicações à medida das necessidades dos clientes e soluções para problemas de software. A empresa que nasceu na ilha Terceira já tem mercado um pouco por todo o arquipélago e está a crescer bem em São Miguel. Muito do trabalho, sublinha o proprietário, é feito à distância. O programa que permite essa desmaterialização não é acessível, é certo, mas foi adquirido com recurso a fundos comunitários.

Para José Avelino Oliveira, a importância dos fundos comunitários, nomeadamente do PRO-RURAL, é inegável. O responsável pela WEBA já recorreu várias vezes a essa solução (o terceiro projeto foi aprovado agora) e afirma que sem essas ajudas teria sido muito mais difícil ver o negócio crescer. Esses apoios, aliados à vontade de alcançar melhor posicionamento no mercado, têm permitido o caminho de sucesso.

"Nós encaramos a GRATER como uma grande ajuda. Em vez de fazermos um esforço maior de tesouraria, de recorreremos à banca e de nos

Sérgio Ávila, vice-presidente do Governo Regional Marca Açores é pilar da promoção regional

A Marca Açores está a completar dois anos e Sérgio Ávila, vice-presidente do Governo Regional, faz um balanço positivo dessa estratégia. Para o governante, a Marca Açores é já um dos pilares da promoção da Região, quer nas ilhas, quer fora delas.



A Marca Açores foi lançada em 2015 com o objetivo de certificar e dar projeção aos produtos regionais. Qual é hoje a dimensão desta estratégia?

A estratégia da Marca Açores foi criada pelo Governo Regional dos Açores como sendo um dos principais alicerces para o desenvolvimento económico da Região. Em janeiro de 2015 lançámos publicamente a estratégia Marca Açores, que assume uma natureza transversal de toda a produção regional, uma marca global de referência, identificativa da oferta dos Açores.

Desde a sua implementação, a Marca Açores já foi atribuída a 123 empresas e concedidos 2.274 selos, entre produtos, serviços e estabelecimentos, o que demonstra a enorme adesão e valorização que as empresas açorianas dão a esta medida.

E o que é que ganharam as empresas que aderiram à Marca Açores?

Considero a Marca Açores um dos pilares impulsionadores da promoção interna e externa da Região. Em primeiro lugar, entendo que o que se ganhou foi a capacidade de ter uma marca única, distintiva, que assegura o local de origem do produto e que tem uma valorização muito mais efetiva sob o lema "certificado pela natureza".

Os consumidores procuram, cada vez mais, produtos com garantia de qualidade e associados a uma certificação assente nas características mais distintivas da natureza, nomeadamente, a sustentabilidade e a origem segura e a Marca Açores tem como base essas características.

Na realidade, o que construímos, nos últimos anos, foi uma união de esforços para que esta valorização e esta promoção não fossem dispersas, criando uma marca global identificativa de todos os produtos e serviços dos Açores para o consumidor, cada vez mais, possa identificar um produto e serviço com esta garantia de qualidade e de certificação pela própria natureza, que é fundamental para a valorização e diferenciação dos produtos.

As empresas que aderiram à Marca Açores têm, de acordo com os inquéritos a que responderam, acréscimos de vendas significativos. O objetivo da estratégia da Marca Açores é que a diferenciação e a valorização dos produtos contribuem ativamente para o alargamento da base económica de exportação e, claro, o aumento de competitividade das empresas açorianas. A avaliação é feita para cada empresa mas, em termos genéricos, as empresas operam um aumento superior a 18% no volume de vendas após adesão à Marca Açores, o que é bastante significativo.

ções comerciais, nomeadamente na SONAE e no El Corte Inglés. Simultaneamente, tem havido a participação crescente dos Açores em feiras internacionais, levando a uma maior exportação para outros países.

O resultado da conjugação de todas estas ações é o aumento de vendas registado pelas empresas açorianas. Este incremento nos negócios tem levado a maior parte das empresas a arriscar em investimentos que aumentam a sua capacidade produtiva, contribuindo fortemente para a criação de riqueza e emprego nos Açores.

As empresas têm relevado o aparecimento de novas oportunidades comerciais com a Marca Açores?

Sim, têm relevado. As principais mais-valias apontadas pelas empresas, no inquérito de satisfação, foram o reconhecimento imediato da Marca Açores por parte do consumidor, estimulando a preferência pelo consumo dos produtos identificados, para além do acesso a novos canais de distribuição, estabelecendo novas parcerias comerciais.

As empresas reconhecem um aumento gradual nas suas vendas, o que tem levado a que muitas empresas aumentem a sua capacidade de resposta que passa, felizmente, por um aumento do investimento.

O aumento da procura estimula a produção e esta, por sua vez, instiga a um aumento de investimento no crescimento da capacidade de resposta das empresas.

Dada a falta de dimensão e competitividade das empresas açorianas para concorrerem em mercados onde impera a quantidade, entende que a Marca Açores pode ser uma via para alargar nichos de mercado, nomeadamente, aqueles que valorizam a qualidade?

Todos nós temos a consciência de que o objetivo da estratégia da Marca Açores é valorizar os produtos e serviços através da diferenciação, tendo como base a qualidade e a autenticidade de origem e dos modos de fabrico. A Marca Açores não se alicerça na quantidade, mas sim na qualidade dos produtos e serviços, procurando nichos de mercado que estão interessando precisamente nesta estratégia.

A dimensão do nosso espaço territorial e as nossas especificidades, arquipélagicas fazem com que a produção açoriana nunca possa ser uma produção em quantidade, em massa - tem de ser uma produção concentrada na qualidade. Seremos sempre competitivos pela qualidade e pela diferenciação e esta vantagem competitiva será mais forte quanto mais o consumidor tiver a Marca Açores.

Geoparques contribuem para o desenvolvimento sustentável dos territórios



Os Açores acolheram, entre os dias sete e nove de setembro, a 14ª Conferência Europeia de desenvolvimento económico', declarou. Geoparques. No evento, João Carlos Nunes, João Carlos Nunes salvaguardou, contudo, que o geólogo e coordenador científico do Geoparques Açores, defendeu que aquelas estruturas muito importante de preservação e de sustentabilidade, não podem ter atividades, neste sustentável dos territórios, já que permitem a sua visitação por turistas em harmonia com a preservação do espaço.

"Como é que os geoparques podem contribuir para o desenvolvimento sustentável? É assegurando que as atividades, a promoção e a visibilidade que dão aos territórios permitam a sua

preocupação", referiu o especialista. O Geoparque Açores é constituído por uma rede de geossítios, dispersos pelas nove ilhas e zona marinha envolvente do arquipélago, garantindo a "representatividade da geodiversidade" com estratégias de conservação e promoção comuns, estando baseado numa estrutura de gestão apoiada em todas as ilhas.

O responsável referiu que "uma das componentes dos geoparques, para além da preservação do património geológico, logo após a sensibilização ambiental, é o desenvolvimento local dos territórios onde estão implantados".

"No caso dos Açores, uma das componentes do desenvolvimento socioeconómico passa pelo turismo, cujo principal produto é o turismo natureza, e, dentro deste conceito, o geoturismo ligado à temática da terra, da geologia, tem um nicho importante", disse.

Na 14ª Conferência de Geoparques Europeus, que foi promovida pelo Geoparque Açores e pelo Geoparque Mundial da UNESCO, estiveram inscritos cerca de 360 participantes provenientes de 35 países, sendo 26 oriundos da Europa e os restantes da Austrália, Brasil, Colômbia, México, China, Japão, Índia, Canadá e Estados Unidos da América.

No âmbito da iniciativa realizou-se uma reunião do Comité Executivo da Rede Europeia de Geoparques (EGN), bem como do Comité Coordenador da EGN.

A iniciativa integrou, ainda, uma (Geo)Feira que pretendeu "promover o geoturismo europeu e demonstrar a importância deste produto turístico como importante ferramenta de desenvolvimento local sustentável".

A Rede Europeia de Geoparques, criada em 2000, é constituída atualmente por 70 geoparques de 23 países europeus.

Conservação e gestão do património natural premiadas



Decorre, até 31 de outubro, o período de apresentação de candidaturas ao Prémio do Instituto da Conservação da Natureza e das Florestas (ICNF) 2017, que pretende apoiar, através do Fundo Ambiental, o desenvolvimento de três projetos de conservação e gestão do património natural em áreas protegidas e da Rede Natura 2000 de Portugal continental até um valor máximo de 50 mil euros por projeto.

São chamadas a candidatar-se pessoas coletivas de direito público ou pessoas singulares ou coletivas de direito privado, designadamente empresárias em nome individual, sociedades cooperativas ou organizações não governamentais, formalmente constituídas à data de candidatura.

Projetos de conservação ou recuperação dos ecossistemas e habitats, de recuperação de espécies protegidas ou cujo grau de ameaça seja

elevado, de conservação da natureza como promotora da valorização dos territórios das áreas protegidas e rede Natura 2000 estão na mira desta iniciativa do ICNF, em parceria com o Fundo Ambiental. Até à data contam-se 46 áreas protegidas e 62 áreas da Rede Natura 2000. Um projeto integrado numa área protegida em vias de criação não é elegível, por não ser reconhecida como pertencente à Rede Nacional de Áreas Protegidas.

O Fundo Ambiental, criado pelo XXI Governo Constitucional, concentra os recursos dos fundos existentes – Fundo Português de Carbono, o Fundo de Intervenção Ambiental, o Fundo de Proteção dos Recursos Hídricos e o Fundo para a Conservação da Natureza e da Biodiversidade –, com vista a obter um instrumento com maior capacidade financeira e com maior adaptabilidade.

Associação Europeia para o Desenvolvimento Local reúne com a Comissão Europeia



Uma delegação da ELARD – Associação Europeia para o Desenvolvimento Local, composta pela sua presidente Kristiina Tamme (Estónia), vice-presidente Pedro Brose (Portugal) e Valdis Kudrins, representante da Lituânia, reuniu, no passado dia seis de setembro, com o Diretor Adjunto para a Política Regional da Comissão Europeia (DG REGIO), Normunds Popenis, em Bruxelas. Pretendeu-se, com o encontro, discutir a implementação do Desenvolvimento Local de Base Comunitária (DLBC) multifundos, no quadro da renovação dos Fundos Europeus Estruturais e de Investimento para o novo período e programação. Na reunião, o Diretor Adjunto sublinhou que a Política Regional da União Europeia apoia soluções de base local e reconhece a necessidade de reforçar a ligação com o nível local, nomeadamente, através do DLBC. No que

respeita ao Fundo Social Europeu, a alocação de recursos, afirmou, depende sobretudo das opções de cada Estado-Membro, ainda que também possa contribuir para a implementação do DLBC. Normunds Popenis destacou, igualmente, a necessidade de harmonização dos regulamentos dos vários fundos no futuro.

Aprovada a Estratégia para o Turismo 2027

Foi aprovada pelo Conselho de Ministros, no dia 21 de setembro de 2017, a Estratégia para o Turismo 2027. O processo foi lançado em maio de 2016, tendo passado por fases de construção, de diálogo, de audição e de discussão pública.

Segundo a Secretária de Estado do Turismo, Ana Mendes Godinho, "o processo de discussão pública contou com mais de 1700 participantes e envolveu a discussão em laboratórios estratégicos de turismo em todas as regiões do país; a audição de operadores internacionais através da realização de focus groups nos mercados e a consulta pública online". Pela primeira vez, auscultámos a procura de cinco mercados estratégicos, que concentram a maioria da procura turística externa: Espanha, Alemanha, França, Reino Unido e Brasil", fez saber, ainda, a responsável.

Sob o mote Liderar o Turismo do Futuro, a estratégia estabelece ações e objetivos para a atividade turística nos próximos dez anos, inclusive no próximo quadro comunitário de apoio 2021-2027. De acordo com o Ministro da Economia, Manuel Caldeira Cabral, "mais do que uma ambição, é uma convicção para mobilizar um país inteiro comprometido com a sustentabilidade, com a coesão territorial e social, com a inovação, empreendedorismo e tecnologia, com a valorização das pessoas".

O referencial estratégico para a década aposta em dez ativos estratégicos – ativo transversal (pessoas), ativos diferenciadores (clima e luz, história e cultura, mar, natureza e água), ativos qualificadores (gastronomia e vinhos, eventos artístico-culturais, desportivos e de negócio), ativos emergentes (bem-estar e living – viver em Portugal).

Com vista à operacionalização 2017-2020 e, em última análise, ao cumprimento das metas e ambições da Estratégia Turismo 2027, o documento propõe tipologias de projetos prioritários apoiadas nas linhas de atuação de cinco eixos estratégicos – Valorizar o território, Impulsionar a Economia, Potenciar o Conhecimento, Gerar Redes e Conectividade e Projetar Portugal.

Por fim, o modelo de gestão, implementação e monitorização preconiza a intervenção de três tipos de entidades – a Entidade Gestora Turismo de Portugal, os Laboratórios Estratégicos de Turismo (LET) e o Fórum Nacional de Turismo.



Orçamento Participativo Jovem já está em marcha

Depois do Orçamento Participativo Portugal para os cidadãos com idade igual ou superior a 18 anos, é a vez de os cidadãos entre os 14 e os 30 apresentarem propostas para o Orçamento Participativo Jovem Portugal (OPJP) nas áreas das políticas públicas relacionadas com o desporto inclusivo, a educação para as ciências, a inovação social e a sustentabilidade ambiental. De acordo com a Resolução do Conselho de Ministros n.º 130/2017, que aprova os princípios técnicos, a metodologia e as regras de operacionalização do Orçamento Participativo Jovem Portugal, este processo – que arrancou no início de outubro, com a discussão e elaboração de propostas e encontros de participação em todo o território nacional - vai estar em curso até finais de dezembro deste ano, aquando da apresentação pública dos projetos vencedores, ou seja, aqueles que recolherem o maior número de votos, até se fazer o montante de 300 mil euros.



Com 300 mil euros para aplicação em propostas apresentadas, conforme previsto no Orçamento de Estado para 2017, os jovens promotores de projetos vão poder participar num processo que tem como objetivos o reforço da qualidade

da democracia e o maior envolvimento dos cidadãos jovens nos processos de decisão, a promoção da sua participação na definição de políticas públicas adequadas às suas necessidades e a consolidação da educação para a cidadania.



Avaliação do LEADER/DLBC tem novas linhas de orientação

O European Evaluation Helpdesk para o Desenvolvimento Rural publicou, em agosto, um documento, não vinculativo, com o objetivo de complementar os requisitos legais no que respeita à avaliação do LEADER/DLBC.

Estas linhas de orientação esclarecem o que há de comum entre as avaliações do LEADER/DLBC e fazem um conjunto de recomendações para a formulação e gestão das avaliações do LEADER/DLBC, tanto ao nível dos Programas de Desenvolvimento Rural (PDR) como dos Grupos de Ação Local (GAL).

O documento foi concebido para ser um recurso prático para os intervenientes da avaliação do LEADER/DLBC. Inclui recomendações passo a passo sobre o processo e as metodologias

úteis para a avaliação do LEADER/DLBC.

O manual está dividido em quatro partes: introdução ao LEADER/DLBC como elemento da política de desenvolvimento rural e ligações com outros instrumentos DLBC financiados pelos Fundos Europeus Estruturais e de Investimento (FEEI); esclarecimento do ciclo de avaliação ao nível dos PDR e descrição do modo de avaliação dos contributos do LEADER/DLBC para o cumprimento dos objetivos europeus, nacionais e dos PDR; recomendações para os GAL sobre a forma de conduzir os processos de avaliação a nível local, com o apoio das Autoridades de Gestão (AG), das Redes Rurais Nacionais (RRN) e de outros intervenientes; glossário.



Decorrem, em outubro e em novembro, no âmbito do projeto Craft&Art, quatro ações de formação.

A primeira, dedicada ao "Excel básico", acontece de 17 a 19 de outubro, entre as 18h30 e as 21h30, na sede da Cáritas.

De 25 a 31 de outubro, entre as 18h00 e as 22h00, a sede da Cáritas acolhe uma formação sobre "Princípios básicos da gestão empresarial".

Já em novembro, de 14 a 16, entre as 18h00 e as 22h00, vai falar-se, na sede da associação Os Montanheiros, de "Técnicas de marketing".

De 21 a 24 de novembro, na Academia da Juventude e das Artes da Ilha Terceira, entre as 18h00 e as 21h00, a formação vai ser dedicada às "Redes sociais e vendas online".

