Seminário
Apoio aos circuitos agroalimentares e mercados locais

Os circuitos curtos e os mercados locais no PDR2020

Manuela Azevedo e Silva

Autoridade de Gestão do PDR2020

Santarém | FNA | Federação Minha Terra | 2018.06.08

PROGRAMA DE DESENVOLVIMENTO RURAL 2014·2020

PORTUGAL 2020

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

ENQUADRAMENTO DA OPERAÇÃO NO PDR2020

- Operação 10.2.1.4 – Circuitos curtos e mercados locais, integrada nas Estratégias de Desenvolvimento Local dos GAL
- Portaria 152/2016 – Regime de aplicação
- Avisos para a apresentação de candidaturas abertos pelos GAL
- Âmbito territorial: território de abrangência de cada GAL
- Prioridade 6B – Fomento do Desenvolvimento Local nas Zonas Rurais

OBJETIVOS

Produtores

Relação de proximidade

Confiança

Consumidores

- Escoamento da produção
- Maior integração na cadeia de valor

- Acesso a produtos sazonais, frescos e de qualidade (melhoria da dieta)
- Acesso a produtos e especialidades locais
- Traçabilidade

Ambiente e emissão de GEE

- Práticas culturais menos intensivas e ambientalmente sustentáveis
- Redução dos custos de armazenamento, refrigeração e transporte

Território

- Melhoria da coesão económica e social ao nível local
- Ligação territórios rurais e núcleos urbanos

TIPOLOGIA DE AÇÕES A APOIAR

Cadeias Curtas

- Armazenamento, transporte e aquisição de pequenas estruturas de venda
- Ações de sensibilização e educação para consumidores ou outro público-alvo
- Desenvolvimento de plataformas eletrónicas e materiais promocionais
- Ações de promoção e sensibilização para a comercialização de proximidade junto de núcleos urbanos que permitam escoar e valorizar a produção local

Mercados Locais

- Criação ou modernização de infraestruturas
- Ações de promoção e sensibilização para a comercialização de proximidade que permitam escoar e valorizar a produção local

BENEFICIÁRIOS

- Os GAL ou as suas Entidades Gestoras
- Associações que tenham por objeto social o desenvolvimento local
- Associações constituídas por produtores agrícolas
- Parcerias constituídas por pessoas singulares e coletivas que integrem no mínimo três produtores agrícolas
- Autarquias locais (elegíveis apenas na tipologia de ação «Mercados Locais»)

DESPESAS ELEGÍVEIS

- Estudos e projetos necessários para a criação de cadeias curtas
- Consultoria em áreas específicas para apoio técnico aos agricultores no âmbito de uma cadeia curta
- Aquisição de equipamentos para preparação, embalagem e acondicionamento de produtos
- Aquisição de equipamentos para a comercialização dos produtos, como sejam bancas de venda e sinalética
- Aquisição ou adaptação de viatura indispensável à atividade objeto de financiamento
- Conceção e produção de embalagens, rótulos e logótipos
- Planos de comercialização, ações e materiais de promoção
- Equipamento informático e software standard e específico, incluindo o desenvolvimento de plataformas eletrónicas de comercialização e websites
- Construção ou obras de adaptação ou modernização de edifícios
- Outras despesas intangíveis diretamente associadas a atividades comerciais.

FORMA, NÍVEIS E LIMITE DE APOIO

- Investimentos superiores a 5.000 euros e inferiores a 200.000 euros
- Incentivo não reembolsável de 50% das do investimento elegível
- Apoio máximo por beneficiário durante o período de programação de 200.000 euros (sujeito à aplicação da regra de minimis)

CRITÉRIOS DE SELEÇÃO

- O promotor é **agrupamento ou organização de produtores** reconhecidos no setor do investimento *(mínimo 5%)*
- **Qualidade da parceria** – Pontua o envolvimento de produtores agrícolas e agroalimentares de diferentes setores de atividade e de consumidores ao nível local e/ou urbano *(mínimo 15%)*
- **Número de produtores** participantes no projeto *(mínimo 10%)*
- Nível de contribuição da candidatura para os **objetivos da EDL** *(máximo 60%):*

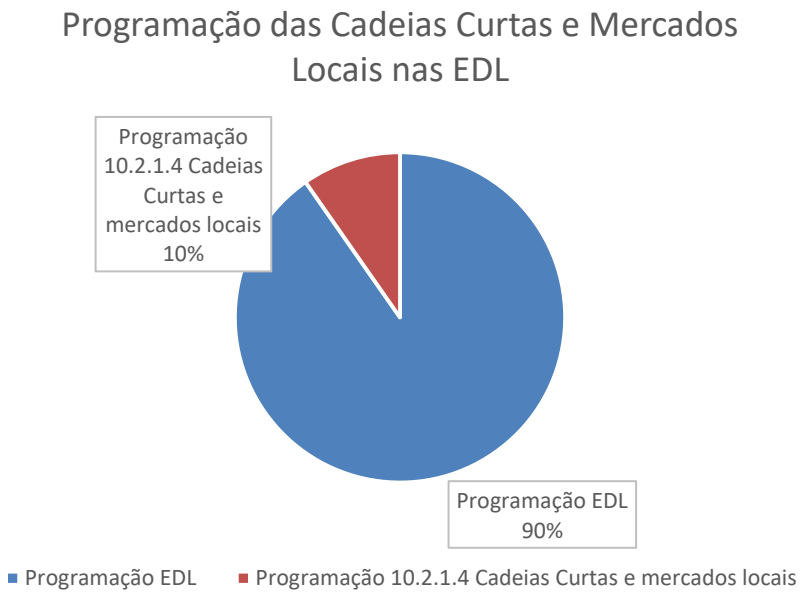
  ✓ Comercialização de produções específicas do território, produtos certificados em PRODI ou MBP, de qualidade DOP, IGP, ou ETG;

  ✓ Desenvolvimento de atividades de promoção e sensibilização para a comercialização de proximidade junto dos mercados urbanos de proximidade

  ✓ Projetos em parceria ou por determinada tipologia de beneficiário

  ✓Investimentos em marketing, em plataformas eletrónicas ou em equipamentos de armazenagem, embalagem, transporte e pequenas estruturas de venda

Dotação de 15,5 milhões de euros (despesa pública)



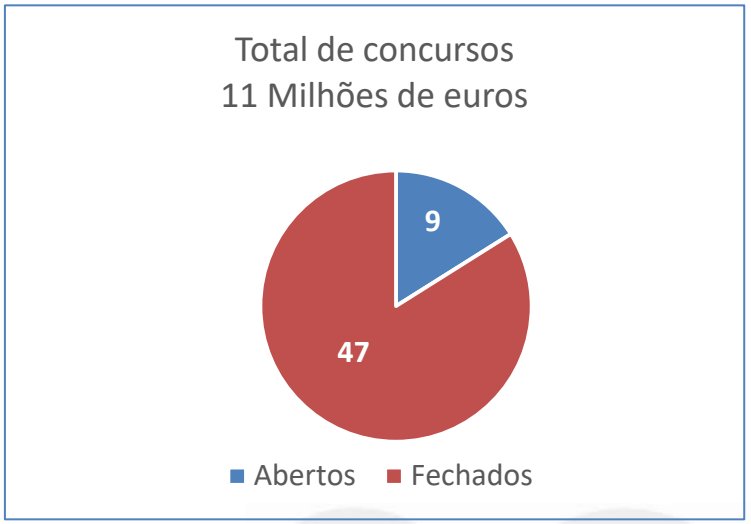
PONTO DE SITUAÇÃO 10.2.1.4

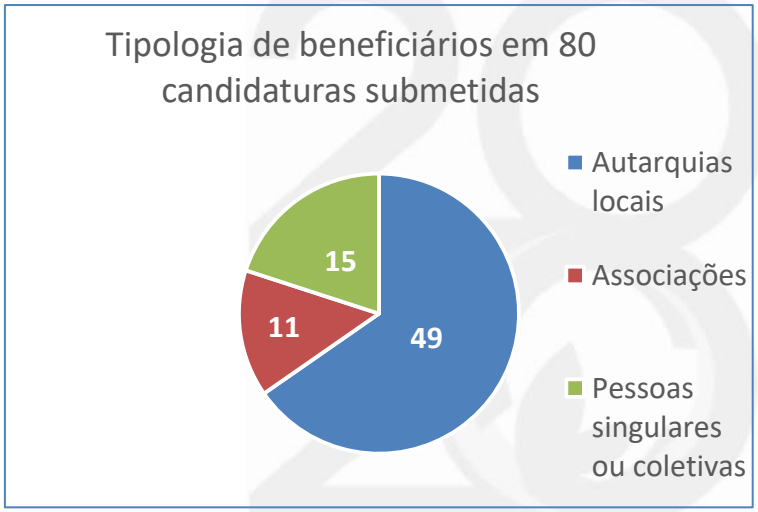
Colocado a concurso: 11 Milhões de euros, 71% da dotação

Total de concursos: 56 (9 abertos e 47 encerrados) (80% dos GAL)

Número de concursos sem candidaturas: 17 concursos fechados sem candidaturas

Total de candidaturas submetidas: 80 que correspondem a um investimento total de 8,6 Milhões de euros (apoio previsional de 4,3 Meuros, ou seja 39% do valor a concurso)





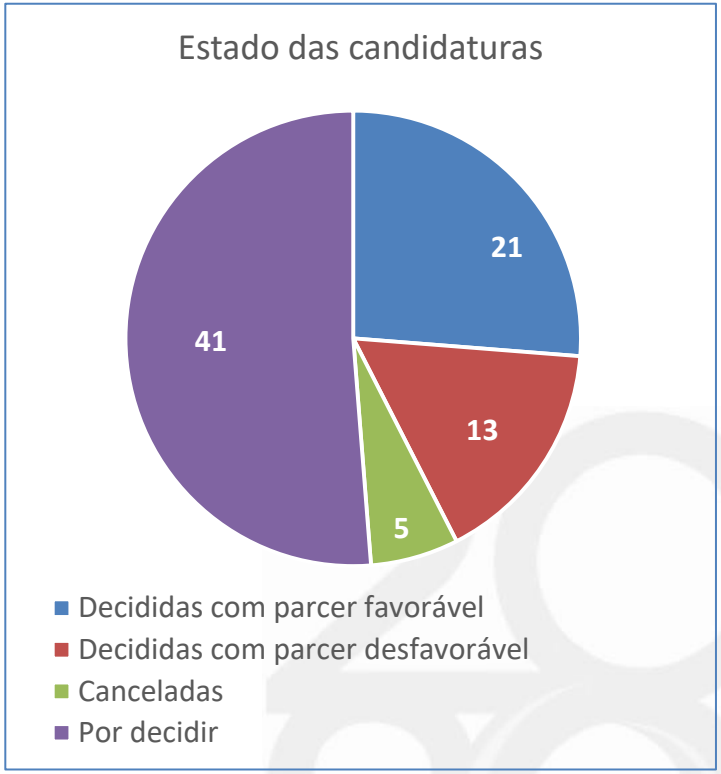
Tipologia de beneficiários:

- 49 Autarquias locais;
- 11 Associações de produtores agrícolas ou associações de desenvolvimento local (não GAL);
- 15 Pessoas singulares ou coletivas que integram 4 parcerias

PONTO DE SITUAÇÃO 10.2.1.4

Candidaturas decididas nos GAL:

- 34 Candidaturas, 21 com parecer favorável que correspondem a um investimento elegível de 1,6 Meuros e a um apoio de 789 mil euros (7% do montante a concurso)
- Destas 21, duas já foram confirmadas pela Gestora, estando 8 a aguardar confirmação
- 4 GAL com processo de análise e decisão terminado.



Dificuldades

- 65% das candidaturas são de Câmaras, respeitantes a remodelações de mercados locais

- Problema com a definição de parcerias nos Mercados Locais, não havendo garantia da tipologia de entidades que irão ter acesso ao espaço, de forma prévia, ou seja, alguns municípios remetem para um regulamento a apresentar em sede de UPP, a forma como serão concessionados os espaços;

- Não elegibilidade de áreas destinadas a produtos não agrícolas ou agroalimentares (ex: bancas de peixe), ou zonas descritas como espaços multifunções que não são garantia de se destinarem aos fins do projeto;

- Dificuldade na criação de relações de confiança entre parceiros e afetação dos bens aos imobilizados de cada um dos parceiros, sendo que regulamentarmente essa afetação tem de ser feita, ou então terá de ser criada uma entidade com personalidade jurídica que agregue os produtores.

Desafios

- Mobilização de parcerias
- Ganhar escala
- “Ganhar” os consumidores
- Sensibilização e informação dos consumidores
- Aumentar as competências
- Viabilidade do modelo
- Contratação Pública

OBRIGADA!