



ANEXO A

Enquadramento na EDL

Para efeitos da fundamentação do enquadramento da candidatura na estratégia territorial poderá ter em conta a síntese que abaixo se apresenta, bem como a informação disponível no site do Norte 2020: <http://www.norte2020.pt/abordagensterritoriais>.

DLBC Rural “Vale do Lima 2020”

Objetivos e vocação específica do DLBC

A ADRIL enquanto entidade gestora do desenvolvimento rural no Vale do Lima, território de atividade agrícola rica e pioneiro do turismo rural, coloca como principal vocação do seu território assumir o Turismo no Espaço Rural como motor da economia local, capaz de criar valor e emprego, ao que se associa a Visão de “Fazer do Vale do Lima o melhor destino nacional de Turismo no Espaço Rural”

A superação deste desafio implica assumir um novo paradigma do desenvolvimento económico do território, partindo de um sector motor como o turismo rural que vai além do alojamento, integrando uma oferta de experiências/produtos diferenciados de Turismo de Natureza, Turismo Ativo, Enoturismo, Turismo Cultural e Patrimonial, Gastronomia e Produtos Locais, para o desenvolvimento do mundo rural.

Ao contrário do que, eventualmente e de forma precipitada, se possa concluir, a Visão formulada não é redutora sectorialmente. Pelo contrário, apesar de ter um foco claro no Turismo no Espaço Rural, a Visão multisectorial da estratégia está assegurada, na medida em que o turismo tem por recurso o território, integrando todas as suas valências económicas, ambientais, paisagísticas, sociais e culturais, com particular enfoque nas atividades desenvolvidas nas explorações agrícolas cuja sobrevivência e sustentabilidade económica, em particular no Vale do Lima e na Região do Minho, historicamente radicam na sua multifuncionalidade e diversificação de produções e de serviços.

Esta Visão, tal como se encontra formulada, constitui uma evolução natural e o corolário das estratégias desenhadas e concretizadas nos períodos de programação anteriores:

- É a expressão de um futuro desejado portador de ambição mas realizável, atenta a experiência, o conhecimento tácito e o reconhecimento externo de que o Vale do Lima beneficia.
- É, também uma orientação clara, dirigida a todos os intervenientes no processo de desenvolvimento, que permite em cada momento conhecer o caminho a seguir e as ações a desencadear. A definição desta Visão é sintética e proactiva, pois aponta para a necessidade de melhoria, de ultrapassar o status quo regional e de tornar claro para todos que o sucesso do Vale do Lima depende do empenho de cada um.
- Encerra um juízo de valor de carácter qualitativo que aponta para a mudança de paradigma e para a inovação;
- É a adaptação por via do ajustamento das perspetivas financeiras iniciais, concorrendo e justificando a focagem naquela que é a oferta mais diferenciadora do Vale do Lima, sob pena de dispersar a ação e o investimento, reduzindo à indiferença o seu impacto e os resultados esperados.
- As explorações agrícolas, as empresas em geral, incapazes de inovar perdem competitividade e morrem. Tal como acontece às regiões. O estímulo à inovação e à experimentação deverá ser uma prioridade constante e transversal à estratégia e aos projetos.
- Estimular o empreendedorismo em meio rural. A criação de um ambiente propício ao surgimento de novas ideias, de novos produtos e o apoio ao empreendedorismo e à transformação de ideias em empresas e explorações agrícolas sustentáveis e competitivas deverá ser assegurado.
- A capacidade para escalar as empresas e os negócios, muito relacionada com a capacidade para a sua internacionalização é, também, vital.

Por último, o desafio da organização através da capacitação para a criação, estruturação e consolidação de redes colaborativas de carácter empresarial e institucional Esta Visão materializa-se na concretização de objetivos, nomeadamente:

A - Requalificar, modernizar e integrar a oferta de Turística no Espaço Rural

O Vale do Lima foi pioneiro na oferta de TER. A essência da sua oferta era a oportunidade de convívio com os proprietários num ambiente cultural tradicional. Os serviços, a oferta de produtos pré-organizados, até mesmo alguns níveis de conforto eram preteridos pela experiência do contacto pessoal. Hoje procuram-se experiências e vivências diferenciadoras, a participação ativa em atividades. Cabe aos destinos turísticos o difícil trabalho de conseguir conformar uma oferta de qualidade, moderna e disponibilizada de modo integrado. Tem que se oferecer ao turista uma oferta compósita, inovadora, de fácil acesso, com qualidade.

B - Acrescentar valor aos produtos agrícolas, agroalimentares e florestais

A estratégia do Vale do Lima não se resume ao Turismo, nem uma oferta turística no meio rural se desenvolve sem uma atividade agrícola associada, e uma produção agroalimentar e florestal consistente. Património destruído, montes e campos abandonados, com aldeias e vilas desertas, jamais constituirão um bom destino turístico. Acresce a esta situação o que vem referido no estudo sobre a internacionalização do turismo no meio rural (MADRP, 2012) e o seu novo paradigma já que metade da procura pretende cada vez mais o contacto com o mundo rural e com as suas atividades. Só com explorações agrícolas que apostem na qualidade, na valorização dos produtos da região, se podem alcançar aqueles resultados. No Vale do Lima, produtos como o Vinho Verde, as frutas, a carne e o fumeiro, sobreviveram e conseguiram adaptar-se e muitos têm hoje já qualidade e reputação invejáveis. Com este objetivo estratégico procura-se estimular o sector agrícola, agroalimentar e florestal, com o apoio à produção, a cooperação empresarial, a inovação, a generalização de boas práticas, a comercialização e a promoção, para que as atividades tenham uma procura crescente, acompanhem as novas tendências e sejam determinantes na economia regional.

C - Reforçar a competitividade da agricultura e da floresta

Todo o desenvolvimento do meio rural passa pela competitividade das suas organizações, nomeadamente das suas empresas e explorações. Com este objetivo estratégico pretende-se enfatizar a necessidade de se trabalhar especificamente na gestão interna das organizações, estimulando o trabalho em rede, o cruzamento sectorial com vista à inovação e produtividade, a melhoria das condições de funcionamento e gestão e a adoção de boas práticas na produção. Para isso é necessário intervir nos fatores chave de produção, criando melhores empresários e melhores empresas, com um melhor ambiente para as atividades económicas e melhores

condições de vida. Com este ganho de competitividade das empresas também se procura criar mais e melhor emprego, o que deverá resultar na fixação e atração de população e de novas empresas. A ideia de um território com boas práticas empresariais, que apoia as empresas e os seus colaboradores é naturalmente determinante para a atração de mais investimento pois, contrariamente ao que se passa noutros sectores de atividade, a agricultura e a floresta e a área agroalimentar não são de fácil replicação ou transferência para outros territórios.

D - Inovar, experimentar e empreender na economia rural

À semelhança do resto do país, no Vale do Lima, a cultura do risco, da experimentação e do empreendedorismo no meio rural é muito reduzida. A aposta recorrente nos mesmos produtos e métodos é predominante, invocando-se em demasia a sabedoria popular e a transmissão secular de conhecimentos.

Sem prejuízo desse importante património cultural, mas cientes de que é do risco que surgem novos produtos de sucesso (o que seria do turismo no meio rural sem a experimentação e o risco?), a ADRIIL pretende estimular a capacidade empreendedora das empresas locais (e não apenas as de jovens empresários), para apostarem na área da inovação e desenvolvimento em torno dos produtos de todos os sectores de atividade, do turismo à floresta, mas sempre a partir de recursos locais. Ter mais empresários a correr maiores riscos nessa área fundamental que é a da inovação social ligada ao apoio às populações e à economia e potenciar novas ideias de negócio, são os alvos a atingir para concretizar este objetivo estratégico. Pretende-se um Vale do Lima melhor para visitar, para viver, para trabalhar e para investir.

E - Preservar o património natural e cultural, material e imaterial, para criar valor

O turismo nesta região tem a sua tónica no património cultural. A disponibilização desse património para a visita turística deve ser explorada, qualificando produtos já existentes e criando novas ofertas.

Diferentemente do que estávamos habituados, temos que procurar articular recuperação, dinamização e emprego. Sendo importante a recuperação do património para fixar a memória, a sua dinamização turística, quando bem empreendida, não põe em causa esse objetivo e reforça até as condições da sua perpetuação.

Todo o esforço deve ser colocado para que os projetos, com e sem fins lucrativos, sejam importantes dinamizadores da região. Sempre que possível, devem estes projetos ser geradores

de riqueza e de emprego, cruzando-se com a ideia de estimular o empreendedorismo social e empresarial.

F - Incluir e qualificar

Contribuir para a qualificação dos recursos humanos e, conseqüentemente, para o aumento da empregabilidade através do estímulo ao micro empreendedorismo e do autoemprego constitui um novo desafio que se coloca à Parceria. Trata-se, contudo, e não obstante a dimensão de recursos que lhe possa vir a ser afeta, de contribuir para uma alteração estrutural da intervenção da ADRIL em matéria de desenvolvimento rural, com um maior envolvimento nos processos que visam a criação do próprio emprego.

Sendo uma realidade já presente no histórico da atividade da ADRIL no âmbito de alguns projetos apoiados onde predominam as microempresas, terá agora outros contornos, trabalhando com novos públicos mais avessos ao risco.

G - Capacitar para cooperar e competir

Ao longo dos diferentes períodos de programação e da execução de diversas abordagens LEADER, a ADRIL percebeu que é essencial um trabalho em parceria, com uma rede institucional que acolhe entidades públicas e entidades privadas, com âmbito regional, nacional e internacional. Este objetivo estratégico vai nesse sentido, continuando-se a trabalhar na cooperação para criar mais rede e maior capacidade de dinamização do mundo rural.

Programa de Ação - Eixos, objetivos estratégicos e específicos, e principais resultados a atingir

São quatro os Eixos que constituem o Programa de Ação que estruturam as diferentes tipologias de intervenção previstas para o FEADER, o FEDER e o FSE:

- I - Competitividade e Inovação Rural:
 - Regime simplificado de pequenos investimentos nas explorações agrícolas;
 - Pequenos investimentos na transformação e comercialização;
 - Diversificação de atividades na exploração;
 - Cadeias curtas e mercados locais;
 - Promoção de produtos locais;

- Emprego e Mobilidade de Trabalhadores
- II - Recursos do Território:
 - Património Cultural
 - Património Natural
- III - Empregabilidade e Inclusão;
 - Criação do próprio emprego ou empresa por desempregados
- IV - Governança, Cooperação e Capacitação

Por seu turno os objetivos estratégicos, concretizam-se em múltiplos objetivos específicos como a seguir se explicita:

A. Requalificar, modernizar e integrar a oferta de turística em espaço rural

A.1 (Re)qualificar empreendimentos que assegurem níveis de qualidade nas unidades de Agroturismo, Casas de Campo (**se** integradas em aldeias ou em explorações agrícolas) e Turismo de Habitação;

A.2 Melhorar a eficiência energética dos edifícios de alojamento turístico e seus equipamentos complementares;

A.3 Incrementar a oferta de serviços de animação turística nos empreendimentos e nas aldeias, nomeadamente os de utilização comum;

A.4 Consolidar a oferta de experiências turísticas transversais ao Vale do Lima, assentes nos recursos do território (designadamente Turismo de Natureza, Enogastronomia, Touring Cultural e Religioso - Caminhos de Santiago, Turismo Criativo, etc.);

A.5. Apoiar o plurirrendimento nas explorações agrícolas, através da diversificação das atividades económicas.

B. Acrescentar valor aos produtos agrícolas, agroalimentares e florestais

B.1 Valorizar e promover os produtos de qualidade, como o Vinho Verde, as raças autóctones, os produtos da terra, entre outros;

B.2 Melhorar a comercialização da produção local através de novas estratégias de marketing; B.3 Aumentar o número de produtos e produtores certificados no Vale do Lima;

B.4 Direcionar e orientar os fluxos de turistas e de visitantes de forma a contribuir para o encurtamento das cadeias de comercialização dos produtos locais.

C. Reforçar a competitividade da agricultura e da floresta

C.1 Estimular a cooperação entre empresários agrícolas e destes com sectores complementares, que permita ganhos de eficiência nos processos e de qualidade do produto;

C.2 Desenvolver unidades empresariais agrícolas e florestais por via da melhoria dos métodos de produção, comercialização e modelos de gestão, nomeadamente com informatização de processos, requalificação de instalações, eficiência energética;

C.3 Apoiar investimentos em negócios agrícolas suscetíveis de contribuir para melhorar a performance ambiental da região, concorrendo para a imagem global de território amigo do ambiente e qualidade ecológica;

C.4 Incentivar a produção em modo biológico e proteção integrada, facilitadora do acesso aos mercados mais exigentes e que promova a imagem do território como zona de excelência e diferenciadora.

D. Inovar, experimentar e empreender na economia rural

D.1 Apoiar a experimentação e a prototipagem de negócios em torno dos recursos e produções locais, incluindo os cruzamentos setoriais para desenvolvimento de novos produtos e serviços;

D.2 Promover a economia social como resposta inovadora aos desafios da empregabilidade, inclusão social e preservação do património cultural e ambiental;

D.3 Incrementar o número e a qualidade dos processos de transformação de ideias em negócios, especialmente os gerados por jovens empreendedores e/ou por mulheres empreendedoras;

D.4 Criar um ambiente favorável ao risco e disseminar a cultura do empreendedorismo

E. Preservar o património natural e cultural, material e imaterial, para criar valor

E.1 Preservar o património cultural e natural por via de criação de novas ofertas turísticas;

E.2 Incentivar a produção de conhecimento em torno do património cultural e natural como factor de desenvolvimento e inclusão social da população residente;

E.3 Apoiar iniciativas empresariais na área da criatividade, baseadas e inspiradas nos recursos patrimoniais e nas tradições rurais;

E.4 Melhorar a conectividade entre as aldeias e agregar a sua oferta através da criação e animação de Rotas temáticas, designadamente a Grande Rota das Aldeias do Vale do Lima.

F. Incluir e qualificar

F.1 Capacitar os recursos humanos para dar resposta às necessidades do tecido empresarial local;

F.2 Promover a cidadania, a autoestima e o desenvolvimento pessoal como formas de inclusão.

G. Capacitar para cooperar e competir;

G.1 Aprofundar a cultura e disseminar ferramentas de trabalho em rede no contexto da implementação da estratégia e da execução dos projetos, nomeadamente através da partilha de recursos, competências e conhecimentos existentes;

G.2 Aprofundar a cooperação LEADER para o desenvolvimento rural e para a inovação, designadamente na ótica territorial (explorando a identificação que resulta da proximidade do Alto Minho e do Minho) e na temática (Turismo no Espaço Rural; Enoturismo; Gastronomia; Vinho; etc.);

G.3 Perspetivar a cooperação como instrumento para a internacionalização, marketing e promoção do território de intervenção e dos produtos locais, designadamente através da integração e participação em redes europeias;

G.4 Reforçar a capacidade institucional para a gestão, animação e avaliação das estratégias de desenvolvimento local.

DLBC Rural “Vale do Lima 2020”

Investimentos, Ações e Metas

Descrição	Indicadores de Realização			Indicadores de Resultado			Proposta de Dotação Fundo a Contratualizar
	Indicador	Meta 2018 (40%)	Meta 2023	Indicador	Meta 2018 (40%)	Meta 2023	
TOTAL FEADER							3 285 474,80 €
Regime simplificado de pequenos investimentos nas explorações agrícolas	Projetos Apoiados (n.º)	39	97	Explorações ou Beneficiários apoiados, na reestruturação ou modernização (%)	0,75%	1,87%	985 642,44 €
	Despesa Pública (M€)	438 063,31 €	1 095 158,27 €	Empregos criados através de projetos LEADER apoiados (n.º)	2	5	
	Projetos/ beneficiários apoiados (n.º)	35	87				
Pequenos investimentos na transformação e comercialização	Projetos Apoiados (n.º)	2	6	Empregos criados através de projetos LEADER apoiados (n.º)	2	6	328 547,48 €
	Despesa Pública (M€)	146 021,10 €	365 052,76 €	Explorações ou Beneficiários apoiados, na reestruturação ou modernização (%)	0,20%	0,50%	
	Projetos/ beneficiários apoiados (n.º)	2	6				
Diversificação de atividades na exploração	Projetos Apoiados (n.º)	6	14	Empregos criados através de projetos LEADER apoiados (n.º)	6	14	821 368,70 €
	Despesa Pública (M€)	365 052,76 €	912 631,89 €	Explorações ou Beneficiários apoiados, na reestruturação ou modernização (%)	0,11%	0,27%	
	Projetos/ beneficiários apoiados (n.º)	5	13	Camas disponibilizadas	11	28	
Cadeias curtas e mercados locais	Projetos Apoiados (n.º)	5	12	Empregos criados através de projetos LEADER apoiados	3	9	492 821,22 €
	Despesa Pública (M€)	219 031,65 €	547 579,13 €	Explorações ou Beneficiários apoiados, na reestruturação ou modernização (%)	0,08%	0,20%	
	Projetos/ beneficiários apoiados (n.º)	4	10				

DLBC Rural "Vale do Lima 2020"

	Promoção de produtos de qualidade locais	Projetos Apoiados (n.º)	3	7	Explorações ou Beneficiários com investimento apoiado em regimes de qualidade (%)	0,06%	0,15%	328 547,48 €
		Despesa Pública (M€)	146 021,10 €	365 052,76 €				
		Projetos/ beneficiários apoiados (n.º)	3	7				
		N.º de produtos locais incluídos em ações de promoção	6	15				
	Renovação de aldeias	Projetos Apoiados (n.º)	7	18	Empregos criados através de projetos LEADER apoiados	-	-	328 547,48 €
		Despesa Pública (M€)	146 021,10 €	365 052,76 €	Aumento do N.º de Visitantes (%)	12%	30%	
		Peso da Despesa pública para apoio à renovação de Aldeias (%)	10%	10%				
		Projetos/ beneficiários apoiados (n.º)	6	16				
	Medida 10 - Leader	Investimento (M €)	3 033 994,02 €	7 584 985,04 €				
		População coberta pela EDL	84,82%	84,82%				
Empresas Apoiadas		51	128					
FEDER	TOTAL FEDER							856 988,00 €
	Eixo 6 - "Emprego e Mobilidade dos Trabalhadores": Apoio ao desenvolvimento dos viveiros de empresas e à atividade por conta própria, às microempresas e à criação de empresas e microempresas:							
	Projetos de criação do próprio emprego ou empresa por desempregados ou inativos que pretendam voltar ao mercado de trabalho	Empresas que beneficiam de Apoio	9	15	Postos de trabalho criados	9	22	308 515,68 €
	Projetos de investimento para a expansão de pequenas e microempresas existentes de base local ou para a criação de novas empresas e pequenos negócios, designadamente na área da valorização e exploração de recursos endógenos, do artesanato e da economia verde, incluindo o desenvolvimento de empresas em viveiros de empresas.	Empresas que beneficiam de Apoio	14	23	Postos de trabalho criados	13	32	462 773,52 €
					Camas disponibilizadas	5	12	

DLBC Rural “Vale do Lima 2020”

Eixo 4 - “Qualidade Ambiental”: Conservação, proteção, promoção e desenvolvimento do património natural e cultural:								
	a) Património Cultural: ii) Proteção, valorização, conservação e promoção do património histórico e cultural com elevado interesse turístico, incluindo em particular aquele que já é Património da Humanidade reconhecido pela UNESCO.	Aumentos do n.º esperado de visitantes a sítios de património cultural e natural e atrações beneficiários de apoio	257	428	Aumento do n.º de dormidas em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos, apartamentos turísticos e outros	1,2	2	42 849,40 €
	b) Património Natural: i) Criação e requalificação de infraestruturas de apoio à valorização e visitação de Áreas Classificadas, bem como outras áreas associadas à conservação de recursos naturais, incluindo sinalética, trilhos, estruturas de observação e de relação com a natureza, unidades de visitação e de apoio ao visitante, rotas temáticas, estruturas de informação, suportes de comunicação e divulgação.	Aumentos do n.º esperado de visitantes a sítios de património cultural e natural e atrações beneficiários de apoio	257	428	Aumento do n.º de dormidas em estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos, apartamentos turísticos e outros	1,2	2	42 849,40 €
		N.º de Estratégias	1	1	Multiplicador do Investimento público no Investimento privado	0,8	1,4	
	TOTAL FSE							1 428 313,00 €
Eixo 6 - “Emprego e Mobilidade dos Trabalhadores”: Emprego por conta própria, empreendedorismo e criação de empresas, incluindo micro, pequenas e médias empresas inovadoras								
FSE	Projetos de criação do próprio emprego ou empresa por desempregados ou inativos que pretendam voltar ao mercado de trabalho.	Pessoas apoiadas no âmbito da criação de emprego, incluindo autoemprego	39	65	Pessoas apoiadas no âmbito da criação de emprego, incluindo autoemprego, que permanecem 12 meses após o fim do apoio	40%	50%	1 428 313,00 €
TOTAL								5 570 775,80 €