

Senhor Presidente
Senhoras e Senhores Deputados
Senhor presidente do Governo
Senhora e Senhores Membros do Governo

O que o governo acabou de dizer nesta Assembleia sobre turismo não variou muito da propaganda oficial do costume. Sublinhou o significativo crescimento da oferta hoteleira dos últimos anos. É uma evidência e não custa admiti-lo. Enfatizou as taxas de crescimento da procura turística. É uma evidência e não custa admiti-lo. Procurou desdramatizar as baixas taxas de ocupação na hotelaria. Também seria de esperar. O governo repetirá até à exaustão este discurso, fazendo o auto elogio da sua actuação, na constatação simplificada de mais camas e mais turistas. Seja. É tudo verdade.

Esta pintura cor-de-rosa que seduz o cidadão comum pela sua simplicidade, até pode vingar e tem vingado. Mas não é suficiente, não é esclarecedora, nem é politicamente séria.

Com efeito, o quadro completo do turismo na Região mostra-nos, para além desses sinais exteriores de sucesso, sinais interiores de constrangimentos graves, que o governo teima em não reconhecer. Referimo-nos aos indicadores essenciais e decisivos, ausentes do discurso oficial, que são a receita média por cama e a receita média por dormida, cruciais para aferir da rentabilidade real da operação turístico-hoteleira, do perfil do turista que nos visita e da sua propensão para o consumo.

É aqui que acabam as boas notícias, não havendo lugar para cenários cor de rosa. A receita média/cama anual na hotelaria açoriana desce continuamente e é incomparavelmente inferior à dos destinos com que o governo gosta de comparar as taxas de crescimento das dormidas nos Açores. Os Açores tiveram em 2004 uma receita média/cama anual de €6462,88 contra € 6503.44 em 2003. Este valor é afinal inferior à média nacional. Ao nível dos hotéis de 4 estrelas – tipologia turística de referência nos Açores - o resultado é mesmo o pior de Portugal, em parceria com o Norte do país, muito abaixo da média nacional e de todos os outros destinos turísticos. Mais claro ainda: a receita média por dormida nos Açores, a preços constantes de 1996, degrada-se ininterruptamente, ano após ano, desde 1998, quedando-se em 35.98 euros em 2004 contra os 42.37

de 1996. Até o preço médio por dormida(que só considera os proveitos de aposento), tradicionalmente elevado e que o governo usa amiúde para “provar” que não há acentuada degradação de preços nos Açores, manifesta nos últimos anos tendência negativa ao nível da hotelaria clássica e sobretudo dos hotéis de 4 estrelas, tendo descido, neste caso, 7% de 2003 para 2004.

Atentando num outro indicador essencial, concluímos ainda que a remuneração média por trabalhador na hotelaria açoriana é das mais baixas do país, ao lado do Alentejo e da Região Centro.

São dados objectivos e insofismáveis que contrariam o “admirável mundo novo” que o governo nos vende todos os dias. O governo mente então? Como diz o povo, “a mentira para ser segura e atingir profundidade, tem de trazer à mistura qualquer coisa de verdade”. Assim, o governo não mente abertamente. Divulga dados parciais verdadeiros. Quando positivos, como a evolução das dormidas, compara-os com destinos consagrados para aumentar o efeito psicológico da boa nova. Quando negativos ou modestos, como as taxas de ocupação ou a evolução do preço médio por dormida, faz a mesma comparação com grandes destinos, mas agora para desvalorizar ou relativizar a má notícia. A mentira aparece, sob a forma de ocultação dos dados decisivos, como a receita média/cama e a receita média por dormida, os quais combinados com os outros dados, revelariam a fraude da propaganda governamental.

Senhor Presidente
Senhoras e Senhores Deputados
Senhor presidente do Governo
Senhora e Senhores Membros do Governo

Temos, na verdade, mais camas turísticas. Temos, na verdade, mais turistas e mais dormidas. Todavia e paradoxalmente, as empresas hoteleiras arrecadam por dormida cada vez menos dinheiro, ano após ano, desde 1998. Temos mais turistas, mas piores resultados ao nível das receitas geradas. O turismo afinal não goza da saúde que o governo apregoa aos 4 ventos. É uma realidade que não pode ser ignorada nem disfarçada por mais tempo, porque reconhecer um problema é sempre o primeiro passo para o resolver. Não é uma construção teórica nem um juízo opinativo. É uma afirmação categórica e um alerta laranja, cada vez mais avermelhado. Porque a conclusão a tirar deste enunciado, olhando o quadro completo, é que com menos custos com pessoal (abstraindo da produtividade), sem a concorrência da hotelaria de luxo, com taxas de ocupação razoáveis e com preços médios por dormida superiores, o resultado na hotelaria

açoriana em termos das receitas geradas, é afinal muito inferior ao dos outros destinos e revela uma tendência constante em sentido descendente. Ou seja, se relacionarmos todos os dados, concluímos que caminhamos de vitória em vitória... até à derrota final!

Temos pois um problema sério e o governo não pode continuar a assobiar para o lado como se fosse um assunto alheio ou uma fatalidade incontornável. Esta situação, como repetidamente temos dito, põe a nu os efeitos da política de turismo dos 3 governos regionais socialistas, que sacrificaram o objectivo da qualidade turística – na oferta mas sobretudo na procura – ao objectivo do crescimento rápido. Negligenciaram, em consequência, o investimento promocional que o crescimento da oferta exigia, e optaram, na eminência de uma crise no sector, por promover a solução instantânea de captar turistas aos molhos nos países nórdicos, através da subsidiação de operações charter desqualificadas economicamente e geradoras de turistas com fraquíssima propensão para o consumo turístico.

É pois preciso assumir prioridades claras. Urge consolidar e sustentar a oferta existente. É absolutamente imperioso recentrar a política promocional na óptica da receita e não apenas no volume da operação turística e desenvolver políticas activas de promoção da qualidade, ao nível da oferta. Neste quadro, a promoção e a formação turísticas, deveriam ser, nos próximos anos, não apenas prioridades, mas verdadeiros desígnios regionais.

A oposição política tem também um importante papel neste processo: deve ser capaz de apoiar na oposição, as medidas que tomaria se estivesse no governo da Região.

Assim, no contexto do debate do plano e orçamento para 2006, o PSD reedita a proposta de uma actuação decisiva em matéria de promoção turística. Entendemos que se deve assumir como 1ª prioridade o investimento promocional e atribuir carácter de urgência à implementação de um vasto programa de acção promocional nos principais mercados emissores. O programa deve ter um horizonte temporal de médio prazo e envolver forte componente publicitária dirigida ao consumidor final e canais de distribuição do produto turístico. A promoção institucional, visando a promoção da imagem e da notoriedade do destino, deverá ser combinada e acompanhada por intensa actividade promocional privada para potenciar efeitos no curto e médio prazos, atribuindo, se necessário for, apoios excepcionais ao sector das agências de viagens e turismo, empresas hoteleiras e de animação turísticas.

O projecto 12.1 -promoção turística -beneficia de um aumento significativo da respectiva dotação em relação ao Plano de 2005. Todavia, a generalidade do respectivo enunciado e a insuficiente discriminação por acções, não revelam aspectos essenciais da política promocional, mercados e segmentos de mercados alvo, meios promocionais a mobilizar, horizonte temporal das acções a implementar e não permitem aferir da rentabilidade do investimento projectado. A título exemplificativo, retenha-se a concessão de meros apoios ao desporto profissional que tem consumido verbas significativas, tendo chegado a atingir 72% do total despendido em campanhas publicitárias e quase 50% do total despendido em promoção turística. É certo que o mercado nacional, antes desvalorizado, voltou a constituir prioridade. Não deixamos de reconhecer, mesmo perante a ausência de resultados imediatos, que o governo, na sequencia, aliás, das críticas e propostas do PSD, alterou radicalmente a abordagem promocional ao mercado nacional, tendo investido, aparentemente com critério, a partir de 2005, também na vertente da publicidade turística.

Todavia, se nos congratulamos com tal facto, manifestamos profunda preocupação e reserva quanto à ausência de garantias de um investimento promocional decisivo, com forte componente publicitária, nos principais emissores da Europa e nos EUA e Canadá, onde é proibido negligenciar os mercados étnicos de 2ª e 3ª gerações.

Senhor Presidente
Senhoras e Senhores Deputados
Senhor presidente do Governo
Senhora e Senhores Membros do Governo

Um comentário final.

Há duas originalidades na política de turismo dos governos socialistas, a saber a intervenção directa no circuito de comercialização do produto turístico, através da subsidiação da operação charter a partir dos países nórdicos e a apologia do turismo de cruzeiros como produto turístico prioritário a justificar a obra do regime baptizada de "Portas do Mar". É no mínimo temerário, basear a sustentabilidade de um destino turístico, num só mercado, em um ou dois operadores e numa operação desqualificada economicamente. Pagar aos turistas para virem aos Açores aumenta seguramente o tráfego turístico, mas é uma estratégia suicidária para o turismo da

Região e não pode ser solução de futuro para a sustentabilidade do sector.

Quanto à segunda originalidade, registo a delirante fantasia de "Caraibanizar" os Açores. Antecipo o elefante cor-de-rosa em que se vai tornar o projecto as "Portas do Mar". Um projecto que carece de estudos sérios que demonstrem uma adequada relação custo-benefício. Está-se a investir às cegas num mercado que dificilmente gerará resultados suficientes para viabilizar os investimentos públicos e privados. Não é uma aposta responsável na economia da Região. É uma tentativa de deixar uma marca indelével e alimentar o ego de uns quantos.