

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DA REGIÃO AUTÓNOMA
DOS AÇORES



COMISSÃO PERMANENTE DE ECONOMIA

RELATÓRIO E PARECER

Projeto de Resolução n.º 74/XII

**“Campanha institucional de promoção dos Açores em parceria com as
empresas de lacticínios”**

9 DE DEZEMBRO DE 2021



INTRODUÇÃO

A Comissão Permanente de Economia procedeu à apreciação, relato e emissão de parecer, na sequência do solicitado por Sua Excelência o Presidente da Assembleia Legislativa da Região Autónoma dos Açores, sobre o **Projeto de Resolução n.º 74/XII – “Campanha institucional de promoção dos Açores em parceria com as empresas de lacticínios”**.

ENQUADRAMENTO JURÍDICO

A apresentação do presente Projeto de Resolução, emanado pelo Deputado Independente Carlos Augusto Borges Rodrigues Furtado, decorre da faculdade legal atribuída aos Deputados, nos termos da alínea d) do n.º 1 do artigo 31.º do Estatuto Político-Administrativo da Região Autónoma dos Açores (Lei n.º 39/80, de 5 de agosto, alterada pelas Leis n.ºs 9/87, de 26 de março, 61/98, de 27 de agosto, e 2/2009, de 12 de janeiro), em conjugação com o disposto no artigo 114.º do Regimento da Assembleia Legislativa da Região Autónoma dos Açores (Resolução da Assembleia Legislativa da Região Autónoma dos Açores n.º 15/2003/A, de 26 de novembro, alterada pela Resolução da Assembleia Legislativa da Região Autónoma dos Açores n.º 3/2009/A, de 14 de janeiro).

O Projeto de Resolução em análise cumpre todos os requisitos exigidos pelo artigo 119.º do Regimento da Assembleia Legislativa da Região Autónoma dos Açores, o qual é aplicável por remissão do artigo 145.º do mesmo diploma.

Assim, nos termos do disposto na alínea a) do artigo 42.º do Regimento, compete à respetiva comissão especializada permanente apreciar e elaborar o correspondente relatório sobre a presente iniciativa.

Considerando a matéria da presente iniciativa, constata-se que a competência para emitir parecer é da Comissão de Economia, nos termos da Resolução da Assembleia Legislativa da Região Autónoma dos Açores n.º 1/2021/A, de 6 de janeiro, alterada pelas Resoluções da Assembleia Legislativa da Região Autónoma dos Açores n.º 49/2021/A,



de 11 de agosto, e n.º 52/2021/A, de 25 de outubro, que aprova as competências das comissões especializadas permanentes.

APRECIÇÃO NA GENERALIDADE E ESPECIALIDADE

O proponente, em sede de exposição de motivos, refere que *“Considerando que, as atividades económicas relacionadas com o turismo na região sofreram no último ano reduções substanciais no seu volume de negócios, por via da pandemia que se instalou em todo o mundo e que a redução da atividade turística, causa grandes constrangimentos à economia local, à empregabilidade e por consequência também a nível social.*

Considerando que, é indispensável a promoção turística eficaz, célere e devidamente direcionada nos tempos próximos, para contrariar pela positiva as moderadas perspetivas previstas para o turismo nos próximos tempos nos Açores, como forma de proteger as nossas empresas e famílias dos problemas que têm origem na diminuição desta atividade económica.

Considerando que, os lacticínios dos Açores são um veículo de promoção da nossa região, principalmente no continente português, assumindo-se como um verdadeiro embaixador da região e que o mesmo entra na casa de inúmeras famílias portuguesas, mas que ainda assim apresentam qualidade para atraírem uma maior faixa de mercado, sendo por isso determinante um foco publicitário forte e eficaz para maior eficácia na divulgação do nosso arquipélago e seus produtos.

Considerando ainda que, a atividade da agropecuária na região atravessa tempos difíceis, em muito motivados pelo constante aumento dos fatores de produção, mas também pelo reduzido preço pago ao produtor, situação esta que está diretamente relacionada com o facto de as empresas de lacticínios dos Açores estarem fortemente dependentes das grandes empresas de distribuição e por esta razão o preço pago quer aos produtores quer às indústrias de transformação ser invariavelmente baixo, não refletindo os custos de produção e transformação.

Considerando que, uma parceria para a utilização dos packs de leite UHT assim como de outras embalagens de produtos lácteos, que exibam as marcas açorianas nas suas



embalagens, para encarte de material publicitário e didático dos Açores, entre outros, onde se poderá incluir vouchers surpresa a utilizar nos Açores, poderá representar a potenciação da rentabilidade quer da agropecuária, quer do turismo, contribuindo assim para uma mais célere recuperação da nossa economia.” e propõe que “1. A Assembleia Legislativa da Região Autónoma dos Açores recomenda ao Governo Regional que proceda à elaboração, em parceria com as empresas de laticínios que comercializam no exterior da região produtos lácteos laborados nos Açores, que exibam marcas e designações com inequívoca proveniência regional, de uma campanha institucional de promoção dos Açores enquanto destino turístico ambientalmente sustentável, devendo-se para o efeito excluir as embalagens habitualmente designadas de "marcas brancas", uma vez que estas não enaltecem a proveniência dos produtos comercializados;

2. A campanha institucional deve ter como suporte de divulgação as embalagens dos produtos lácteos açorianos comercializados no exterior, com a inclusão de mensagens, imagens e materiais didáticos alusivos aos Açores enquanto região ambientalmente sustentável;

3. As embalagens de laticínios que servirão de suporte à campanha institucional de promoção da Região devem ser totalmente recicláveis;

4. O financiamento da campanha institucional será assegurado com verbas inscritas nos documentos previsionais relativas à promoção turística dos Açores;

5. O Governo Regional apresentará à Assembleia Legislativa da Região Autónoma dos Açores, decorridos 12 meses após o início da campanha institucional, um relatório de avaliação do conjunto das ações promocionais desenvolvidas”.

PROCESSO EM ANÁLISE

A Comissão Permanente de Economia deliberou proceder às audições do Secretário Regional de Agricultura e Desenvolvimento Rural e à Federação Agrícola dos Açores, que ocorreram no dia 3 de dezembro, pelas 16h00 e 17h00, respetivamente, bem como solicitar pareceres escritos a todas as queijarias licenciadas da Região, à Insulac, à Pronicol, à Lactaçores, à Bel, à Cooperativa Ocidental, à Cooperativa Leite Montanha e à ANIL.



- **Audição do Secretário Regional de Agricultura e Desenvolvimento Rural:**

O Secretário Regional de Agricultura e Desenvolvimento Rural iniciou a sua participação dizendo que esta proposta está ligada ao natural, à sustentabilidade e na redução das marcas brancas que, no fundo, impendem os Açores de valorizar os seus produtos. Reconhece que tem, também, uma ligação à promoção dos produtos láteos, sobretudo direcionado para as crianças, público alvo que agrada ao Governo.

Para além disso, o Secretário Regional releva o facto de a iniciativa ter a fonte da despesa e pretender ter a avaliação dos resultados para corrigir as situações que surjam neste processo.

Lembrou os presentes que Portugal é o país com o litro de leite mais mal pago de toda a Europa, acrescentando que o facto de se promover os produtos dos Açores nos mercados pode ser uma alavanca importante.

O Deputado Carlos Furtado pediu, caso seja aprovado, celeridade em desenvolver as iniciativas constantes no diploma, justificada pelas dificuldades que o sector atravessa.

O Governante afirmou que depois de aprovado pela Assembleia Legislativa da Região Autónoma dos Açores, cabe ao Governo cumprir. Referiu que tem de haver algum tempo para contatos e quantificação da despesa, lembrando que o funcionamento da administração pública tem os seus tempos, mas deu a certeza de ser aplicado o mais rapidamente possível.

A Deputada Vitória Pereira perguntou se era possível quantificar os custos e se tinha noção da adesão dos industriais a esta iniciativa.

O Secretário Regional disse que está identificada a fonte de financiamento que será partilhada com a indústria, a principal interessada neste assunto.

O Deputado Carlos Silva, referindo-se à Resolução 46/2021, de 6/8/2021, uma iniciativa do Grupo Parlamentar do PS aprovada por unanimidade, perguntou que medidas foram efetuadas pelo Governo.



O Secretário Regional desvalorizou a iniciativa e referiu-se a uma outra Resolução, de 2018, que tinha apresentado na Assembleia da República e que não teve seguimento.

Referiu, no entanto, que estão a preparar uma grande campanha de promoção dos laticínios e de agroalimentos dos Açores, dizendo que é preciso afirmar a crise com dados reais e ao minuto, dizendo que vão ser colocados “sensores” em explorações tipo com diversas variáveis.

Para além dessa campanha, haverá o acompanhamento dos preços e a evolução do sector primário.

O Deputado Carlos Silva reiterou a sua pergunta, ou seja, se essa campanha resultava da Resolução atrás identificada e aprovada por unanimidade.

O Secretário Regional afirmou que a resolução contém contributos, mas que o que disse não resultava daí, acrescentando que a iniciativa do PS é tão generalista que não diz nada, faltando dados do que entra e do que sai da Região, chamando a isso governar às cegas. Acrescentou que é preciso suporte técnico e que esta iniciativa é mais específica.

O Deputado Marco Costa revelou que por estarmos num mercado aberto não era possível o protecionismo, mas perguntou se o Membro do Governo tinha informação se os responsáveis pela fiscalização controlavam a origem dos produtos e se as indústrias estavam a fazer tudo para levar aos consumidores a Marca Açores ou se estavam condicionados pelas cadeias de distribuição e linhas brancas.

O Secretário Regional respondeu que a ASAE não atuava convenientemente, multando apenas os infratores, explicando que Portugal é o recetor dos sobrantes de laticínios da Europa.

Explicou que as empresas têm todo o interesse em pagar melhor, mas os privados estão à espera de que as cooperativas aumentem o preço, mas estas últimas não conseguem devido às enormes dívidas de que são titulares, daí ter criado o fundo de revitalização para as cooperativas poderem livrar-se das dívidas. Segundo o Secretário Regional o sector cooperativo não tem a robustez suficiente para puxar os preços devido às dificuldades por que passam.



Lembrou que o mercado tem mudado muito e deu o exemplo do Grupo Jerónimo Martins que já tem uma exploração sua.

- **Audição do Presidente da Federação Agrícola dos Açores:**

O Presidente da Federação Agrícola dos Açores começou por dizer que o tema desta proposta era muito assertivo, nomeadamente tocando o grande handicap por que passa esta fileira, a promoção.

Referiu que a produção fez o seu trabalho, ou seja, produzir com qualidade e que é preciso agora promover o produto, porque, no seu entendimento, estão a delapidar a Marca Açores.

Disse ainda que o preço do leite é o mais mal pago na União Europeia por isso considera que as indústrias, nesse aspeto, são um desastre, tal como parcialmente a distribuição e, no seu entendimento, nada pior do que as indústrias para nivelar os preços por baixo.

Lembrou que há uma delapidação do produto leite do dia e que o preço baixo é associado a falta de qualidade.

Referiu que deve-se fazer promoção dos produtos de qualidade e de valor acrescentado usando as vantagens da produção sustentável. Disse ainda que a indústria não aproveitou as verbas para a promoção colocadas ao seu dispor.

Os produtos dos Açores, que são de excelência e muito associados ao bem-estar animal, conquistaram notoriedade, mas se a indústria não apostar na sua promoção a situação não vai melhorar.

As campanhas de marketing realizadas nos mercados dos Estados Unidos da América e do Canadá com apoios da União Europeia devem ser replicadas noutros sítios.

Referiu que todas as indústrias falam em promoção, mas quando chega a altura saem. Acrescentou que para além da presença em feiras é preciso trazer gente para perceber a nossa maneira de produzir, porque é preciso dar o salto, coisa que não está a acontecer.



Acrescentou que as indústrias querem fazer barato para pagar barato e depois vendem barato, lembrando que é a indústria o único responsável por termos o pior preço do leite da Europa. “Não basta dizer que o produto é bom”, disse o Dirigente.

No seu entendimento acha que se deve reduzir rapidamente a produção de leite UHT, senão isso pode destruir todo o sector. Acrescentou que o país é deficitário em queijo e excedentário em leite, daí as oportunidades que isso significa.

O Deputado Carlos Furtado perguntou se a campanha deveria ter um enfoque nos queijos, tipo queijo premium, ou seja, um produto que fosse alavanca.

O Presidente da Federação disse que a aposta deveria ser no queijo e todos os outros produtos de excelência da Região, mais os DOP e IGP e não no queijo de barra, perguntando, de forma retórica, porque não aproveitam os produtos que ganham prémios para alavancar os outros, recusando colocar tudo dentro do mesmo saco.

O Deputado Marco Costa perguntou se a regulação existente é a que devia ser, se faria sentido uma campanha regional e se já conseguimos um lóbi a nível nacional.

O Presidente da Federação disse que produzir abaixo do preço de custo é dumping e que, quanto a isso, as autoridades têm de atuar e, no seu entender, falta coragem, porque ninguém acredita que sendo o leite a 38 cêntimos na Europa venham vender barato para Portugal.

Disse, ainda, que a distribuição arruma com qualquer produção e que a indústria tem dificuldades com a distribuição.

Relativamente ao lóbi a nível nacional, esclareceu que a Lactaçoeres não consegue pagar melhor.

O Deputado Rui Anjos perguntou que caminho pode ser seguido para promover os produtos açorianos em conjugação com o destino.

O Dirigente Federativo disse que a produção é complementar ao turismo, mas que não tem acompanhado o crescimento brutal do turismo, daí a necessidade de haver uma melhor promoção dos laticínios junto do mercado turístico.



Acrescentou que não podemos estar focados apenas num sector, daí achar importante diversificar-se a economia.

A Deputada Vitória Pereira perguntou se tinha conhecimento da adesão das indústrias a esta campanha.

O Deputado Paulo Estevão perguntou se seria possível aumentar a presença no mercado português e que outros mercados externos poderíamos explorar.

O Presidente da Federação disse que esse era o busílis da questão, ou seja, podemos criar as campanhas que quisermos, mas não servirão de nada se as indústrias não forem lá, o que ser dizer que o discurso não coincide com a prática.

Relativamente ao mercado português, esclareceu que este absorve 50% do nosso queijo e que ainda falta os outros 50%, sendo um erro produzir o que eles produzem, como é o caso do leite UHT que, na sua opinião, deveria ser retirado para países terceiros.

Em termos de mercados promissores, falou na Alemanha e no Japão, como mercados que valorizam a qualidade.

SÍNTESE DA POSIÇÃO DOS DEPUTADOS

PS: O GPPS vota favoravelmente o relatório e abstém-se quanto à iniciativa, reservando a sua posição para o Plenário.

PSD: O GP do PSD aprova o Relatório e vota favoravelmente a iniciativa.

CDS-PP: O GP do CDS-PP aprova o relatório e dá parecer de abstenção com reserva de posição para plenário.

CH: Não emitiu posição.

PPM: Não emitiu posição.

IL: Não emitiu posição.

PAN: Não emitiu posição.

O DEPUTADO INDEPENDENTE: Relativamente ao diploma em apreço informa que aprova o relatório e com posição favorável para plenário, desde logo por a iniciativa ter



sido de sua autoria, mas também por a mesma ter merecido parecer positivo por parte das entidades que foram ouvidas em comissão.

VOTAÇÃO DOS DEPUTADOS

O **Grupo Parlamentar do PS** emite **parecer de abstenção, com reserva de posição para o Plenário**, relativamente à presente iniciativa.

O **Grupo Parlamentar do PSD** emite **parecer favorável** relativamente à presente iniciativa.

O **Grupo Parlamentar do CDS-PP** emite **parecer e abstenção, com reserva de posição para o Plenário**, relativamente à presente iniciativa.

O **Deputado Independente** emite **parecer favorável** relativamente à presente iniciativa.

CONCLUSÕES E PARECER

Com base na apreciação efetuada, a Comissão Permanente de Economia deliberou, por maioria, com os votos a favor do PSD, e o Deputado Independente e a abstenção do PS e do CDS-PP, com reserva de posição para Plenário, emitir **parecer favorável**, relativamente ao presente Projeto de Resolução.

Graciosa, 9 de dezembro de 2021.

O Relator

(José Ávila)

O presente relatório foi aprovado por unanimidade.

O Presidente

(Sérgio Ávila)

Maura Soares

Assunto: "Campanha Institucional de promoção dos Açores em parceria com as empresas de lacticínios"
Anexos: Parecer_Quinta da Chibarra de Jorge Furtado 1.pdf

De: marisa assis <marisa.assis@alra.pt>

Enviada: 30 de novembro de 2021 18:28

Para: Assuntos Parlamentares <assuntosparlamentares@alra.pt>

Assunto: "Campanha Institucional de promoção dos Açores em parceria com as empresas de lacticínios"

Bom Dia Srº Sérgio Ávila

Conforme pedido em anexo do parecer da Queijaria "Quinta da Chibarra" de: Jorge Furtado e Marisa Sousa, Ilha do Pico.

Com os melhores cumprimentos

Jorge Furtado e Marisa Sousa

Enviado do Correio para Windows

Campanha institucional de promoção dos Açores em parceria com as empresas de lacticínios

Após uma breve análise ao projeto de resolução da Campanha institucional de promoção dos Açores em parceria com as empresas de lacticínios, a Quinta da Chibarra de Jorge Furtado, localizada na freguesia da Praínha, no concelho de São Roque do Pico, concorda com a necessidade de se tomar iniciativas para mudar os apoios dados às empresas de laticínios.

Caracterização da Quinta da Chibarra de Jorge Furtado:

- A Quinta da Chibarra de Jorge Furtado, é a única queijaria 100% leite de cabra, localizada na ilha do Pico e não beneficia de qualquer apoio em contrário das restantes queijarias a nível Açores. É a única queijaria certificada nos Açores de leite de cabra, com transformação de matéria prima própria. Há muita procura de leite de cabra a nível Açores, este leite tem um baixo nível de lactose, é rico em cálcio e apresenta melhor digestibilidade e também confeciona queijo de vaca, leite comprado diretamente a um produtor;
- A nível de apoios, a Quinta da Chibarra de Jorge Furtado, não recebe quaisquer apoios, exceto o prémio aos Produtores de Ovinos e Caprinos (POSEI), ao contrário dos produtores de leite de vaca que recebem anualmente apoios e os respetivos subsídios;
- O leite de cabra tem um preço bastante inferior comparativamente ao de Portugal Continental, nos Açores o preço do leite de cabra está a 0,45€/litro e em Portugal Continental está entre 0,75€/litro a 0,85€/litro;
- A nível social proporciona visitas de estudo escolares para os mais jovens e no futuro pretende dar continuidade a projetos similares;
- Tem muitos projetos em mente e excelentes ideias para evoluir na sua exploração e a nível Açores, mas para isso precisa que o Governo crie mecanismos ou que a Medida 4.1.1 do PRORURAL+ seja atribuída uma verba superior, que a atual, uma vez que existe muitos jovens agricultores a quererem investir e desenvolver as suas explorações;

- A Quinta da Chibarra é sócia da Associação de Agricultores da ilha do Pico e a Associação está disposta a apoiar no desenvolvimento das suas estratégias.

A Quinta da Chibarra, concorda com o apresentado no projeto de resolução e quer participar na Campanha Institucional de promoção dos Açores.

Relativamente às questões apresentadas, a Quinta da Chibarra respondeu o seguinte:

1- Qual o horizonte temporal, que entende como mínimo, para que a implementação desta iniciativa possa ter efeitos práticos?

Num prazo de 30 dias no mínimo para que todas as Empresas de Laticínios, estejam dentro do mesmo protocolo, dentro da mesma iniciativa e que possamos ser esclarecidos em mais pormenores e que a Quinta da Chibarra de Jorge Furtado possa participar ativamente nesta campanha.

2- A empresa que representa exporta diretamente para fora da região parte da sua produção com marca própria?

Sim, pela primeira vez vai exportar para fora da região, para Portugal Continental.

3- Em caso de sim à resposta anterior, entende como vantajosa a participação nesta iniciativa?

Sim concordo, esta iniciativa vai trazer mais visibilidade às Microempresas, vai dar oportunidade às "Queijarias familiares", uma vez que as Cooperativas já existentes beneficiam de apoios governamentais e publicitários.

4- O que identifica em termos de material publicitário como mais eficaz para adicionar aos produtos lácteos nesta campanha?

A Marca Açores e o facto do nosso produto ser o único a usar probióticos e não poder mostrar que estes existem no mesmo. Para se poder rotular a existência dos probióticos, exige certificação, a qual, o processo é extremamente dispendioso e não existe nenhum apoio.

Seguem os seguintes **contactos pessoais** dos produtores e da Associação de Agricultores da ilha do Pico, caso seja necessário qualquer esclarecimento.

São Roque do Pico, 29 de novembro de 2021

Quinta da Chibarra de Jorge Furtado

Sócia da Quinta da Chibarra de Jorge Furtado:

Marisa Sousa - Exploração Caprina

Associação de Agricultores da ilha do Pico