

CEN

CONSELHO ESTRATÉGICO
NACIONAL

CEN TURISMO

PROPOSTA DE MEDIDAS PARA SALVAR A ÉPOCA TURÍSTICA DE VERÃO EM PORTUGAL

1. Enquadramento Geral

Ainda que, à data, a maior parte dos países continue encerrado ao turismo, parece ter ganhado força nas últimas semanas a perspectiva de uma retoma gradual das viagens internacionais durante o período do verão, admitindo-se uma especial preponderância daquelas a realizar no Espaço Europeu.

Progressos entretanto registados no âmbito da União Europeia, no que se refere à adoção de um selo sanitário comum – o chamado Certificado Digital Verde, associados à retoma das viagens de lazer transatlânticas dos cidadãos norte-americanos vacinados, nos próximos meses, de acordo com a intenção tornada pública pela Presidente da Comissão Europeia, vieram trazer algum ânimo aos hoteleiros e demais agentes da fileira turística.

A entrada em vigor do Certificado Digital Verde recorde-se, uma proposta do primeiro-ministro grego, depende agora do desfecho das negociações interinstitucionais entre a Comissão, o Conselho e o Parlamento Europeu, constituindo um desafio de relevo nos próximos dois meses para a Presidência Portuguesa. Através deste passaporte sanitário, que terá por trás uma solução tecnológica, as restrições impostas devido à pandemia podem ser levantadas de forma coordenada por todos os Estados-Membros, impulsionando a partir do segundo semestre a livre circulação de pessoas e de turistas no Espaço Europeu. Mas, para tal, é necessário que o certificado se assuma, de facto, como um regulamento, e não como uma simples recomendação.

Portugal não pode, no entanto, baixar a guarda sanitária, já que a ameaça de novas variantes e de uma quarta vaga é, de acordo com os epidemiologistas, real. A expectável mobilização em grande número de portugueses para férias quer para destinos de baixa densidade, quer, em maior número, para regiões de sol e praia bem como o início da retoma do turismo internacional, impõe um adequado planeamento e logística nas principais zonas recetoras, incluindo nas infraestruturas de chegada (aeroportos, nomeadamente). É fundamental manter um baixo índice de infeções e evitar a todo o custo a eclosão de surtos locais que possam prejudicar a imagem turística dos destinos e comprometer a retoma.

Neste sentido, cremos que a importância económica e social do Turismo, que pelos vistos não terá sido suficiente para elevar o setor a prioridade de política no âmbito do Plano e Recuperação e Resiliência (PRR), terá de justificar numa dimensão temporal mais imediata: a adoção de medidas excecionais pelo Governo, considerando a absoluta necessidade de apoiar o setor e a sua recuperação.

No quadro da União Europeia, as grandes medidas a tomar para salvar a época turística do verão, além da operacionalização do certificado digital até ao mês de junho, passam pela aceleração do processo de vacinação, pela adoção de regras comuns e claras para viagens aplicadas a toda a União e pela gratuidade dos testes obrigatórios à Covid-19. Estas medidas têm sido defendidas junto das instâncias europeias pela eurodeputada do PSD, Cláudia Monteiro de Aguiar.

A concorrência entre os países do sul da Europa perspectiva-se, no entanto, feroz, e não apenas no que se refere ao preço, estendendo-se à imagem de segurança que querem transmitir aos operadores e turistas. Isso talvez explique que, a despeito da iniciativa comum relativa ao passe sanitário europeu, alguns países tenham optado igualmente por ações unilaterais: por exemplo, o presidente francês anunciou na estação CBS a criação de um passe especial para os cidadãos norte-america-

nos, e Itália chegou-se mesmo à frente da União Europeia, ao avançar com a adoção de um passaporte de saúde próprio que estará em vigor em junho. Outros países, como o Egito e a Turquia, apostam na vacinação dos profissionais do turismo.

A nível nacional, é igualmente possível formular um conjunto de medidas complementares que possam reforçar as que venham a ser tomadas à escala europeia, tendo como objetivo preparar o país para o reinício dos fluxos turísticos. É disso que trataremos de seguida.

As ações propostas são, todas elas, de curto prazo e têm, nalguns casos, por base boas práticas que os nossos concorrentes estão a adotar. Procuram, globalmente, mas com ênfase no que é proposto nas medidas número dois a número cinco, criar e afirmar vantagens competitivas do país na dura batalha que será a disputa pelas dormidas e receitas do turismo no verão que se avizinha.

A sua adoção exigirá ao Governo mais do que retórica, e sim foco, coragem e determinação, tendo implícito o reconhecimento, pelos vários níveis da administração do Estado e das diversas áreas setoriais, que o Turismo, é, de facto, um setor estratégico na economia nacional, e que não perdeu esse estatuto na pandemia. As respostas que aqui se apresentam tentam ser proporcionais ao efeito avassalador que a pandemia provocou na economia e no emprego turístico e conexo. De acordo com cálculos da própria Secretaria de Estado, a cadeia de valor do turismo terá perdido, desde o início da pandemia, à volta de 45 mil trabalhadores, 19 mil dos quais nas subatividades da hotelaria e da restauração. É urgente estancar esta sangria.

Ao atuarem no cruzamento de ações de natureza sanitária com outras de índole intrinsecamente turística, as medidas propostas pelo CEN Turismo exigirão uma forte capacidade de organização do Estado com articulação a vários níveis, envolvendo a Task Force de Vacinação, o Ministério da Economia/Secretaria de Estado do Turismo, através do Turismo de Portugal, o Ministério da Saúde, através das Administrações Regionais de Saúde, a ANA, as Entidades Regionais de Turismo e as Agências Regionais de Promoção. Competiria à Secretaria de Estado do Turismo, através do Turismo de Portugal, a coordenação da respetiva implementação.

Nas Regiões Autónomas, o processo será facilitado pela sua organização política e administrativa. A dinâmica em curso na Madeira, visível, entre outras iniciativas, no plano de vacinação para os profissionais, pode ser replicada nos Açores, sugerindo-se a realização de contactos e de encontros frequentes entre as duas administrações.

Chegou a hora de o Estado dizer sim, como um todo, ao Turismo. Não salvar o verão está fora das opções do país!

2. Medidas

Na esteira do que se refletiu no ponto anterior, apresenta-se de seguida um conjunto de 15 medidas, cuja implementação é considerada inadiável e imperativa para que o verão de 2021 possa fazer renascer a dinâmica económica das áreas de destino e induza uma trajetória ascendente na recuperação do tecido empresarial.

MEDIDA N.º 1 - Proceder no imediato à abertura das fronteiras, no seguimento do projeto de recomendação aprovado há uma semana pela Comissão Europeia, abrindo-se, assim, a possibilidade de realização de viagens por razões não essenciais para todas as pessoas vacinadas, com teste Covid-19 negativo e provenientes de países com uma boa situação epidemiológica.

MEDIDA N.º 2 - Dar prioridade e acelerar, tanto quanto possível, a vacinação das populações das regiões de maior relevância turística, sem que isso prejudique o planeamento global definido pelas autoridades sanitárias. Impõe-se, no entanto, que o Governo tenha a necessária sensibilidade para a prioridade económica dos concelhos que dependem do turismo.

MEDIDA N.º 3 - Vacinar no imediato os profissionais do Turismo, englobando nesta categoria os trabalhadores que têm um contacto direto com o cliente-turista. Trata-se de uma medida estrutural para uma retoma rápida e sustentável (a Região Autónoma da Madeira já iniciou o processo). Países concorrentes de Portugal, como a Croácia, Turquia e República Dominicana já o estão a fazer.

MEDIDA N.º 4 - Disponibilizar, no destino, testes a um preço simbólico aos turistas que vão necessitar deles para o seu regresso, o que, além da relevância sanitária, irá gerar publicidade positiva para o país e seus destinos regionais. Regiões como Menorca, em Espanha, já anunciaram que irão, inclusive, oferecê-los.

MEDIDA N.º 5 - Assegurar a logística local de testes, evitando que os turistas sejam incomodados durante a estada. Devem ser previstos testes nos hotéis e nas farmácias, com o envio dos resultados diretamente para os telemóveis dos turistas, com QR CODE para o *check-in* na partida.

MEDIDA N.º 6 - Melhoria e adequação logística dos aeroportos e portos de cruzeiros para lidar com os passaportes turísticos ou outras medidas de controle nessas infraestruturas. Deve ser prevista a realização de testes de diagnóstico à Covid-19.

MEDIDA N.º 7 - Lançar um mecanismo célere de monitorização e verificação das condições de receção dos passageiros nos aeroportos nacionais, tomando como referência o trabalho realizado pela Região Autónoma da Madeira. Com esta medida, pretende-se evitar os constrangimentos e as situações pouco abonatórias para a imagem do país que aconteceram no pós 1.ª vaga da pandemia.

MEDIDA N.º 8 - Criação de uma ferramenta informativa de apoio à tomada de decisão pelo turista, ajudando-o na escolha de Portugal como o seu destino de viagem. Com efeito, a pandemia veio criar uma espécie de nova burocracia de regras associadas ao ato de viajar em tempo de Covid, o que nem sempre é mobilizador da deslocação. Esta ferramenta, que deverá ser gerida pelo Turismo de Portugal, reunirá informação de várias fontes (Governo, SNS, ANA, Proteção Civil, outros). Deverá ser atualizada diariamente e exportada para ambientes noticiosos e digitais, nomeadamente nos mercados externos emissores.

MEDIDA N.º 9 - Sistematização dos seguros de viagem existentes e disponíveis no mercado, no quadro da proteção à doença da Covid-19, com informação ao tecido empresarial, **impulsionando a dinamização de processos abrangentes de seguros de território pelas estruturas regionais de turismo.**

MEDIDA N.º 10 - Comunicação em permanência com tour-operadores e companhias aéreas, por forma a garantir a segurança e eficácia das respetivas operações.

MEDIDA N.º 11 - Monitorizar medidas tomadas por destinos concorrentes no sentido de as acompanhar, evitando perdas de competitividade (e.g.: Menorca oferece testes; Alasca e Sérvia oferecem vacinas aos turistas com opção de escolha; Croácia e Turquia estão a vacinar todos os profissionais de turismo), **com comunicação célere aos *trades* regionais e divulgação de informação no Travel BI do Turismo de Portugal.**

MEDIDA N.º 12 - Acelerar a implementação de programas globais de certificação de Destino Seguro nos destinos regionais, tendo como base protocolos validados, ou, não havendo, estimular junto das Entidades Regionais, através do Turismo de Portugal, a sua adoção, garantido ainda a informação contínua à comunidade local. Pretende-se também, com esta medida, prevenir eventuais conflitos entre as comunidades de destino e os visitantes, os quais chegaram a suceder, felizmente sem grande significado, no verão de 2020.

MEDIDA N.º 13 - Criação de uma plataforma de experiências seguras e sustentáveis, organizadas por destino regional e com conteúdos exportáveis para o *site* visitportugal (canais em idioma estrangeiro), contendo informação sobre o portefólio de serviços oferecidos pelos agentes de animação, enoturismos e atores da fileira turística em geral.

Especificamente, no capítulo da promoção, apontam-se as seguintes propostas:

MEDIDA N.º 14 - Acompanhar a evolução da imunidade coletiva dos principais mercados emissores, tendo em vista a melhor decisão quanto às opções promocionais prioritárias a realizar.

Os mercados que devem merecer uma monitorização mais atenta são o Reino Unido, Alemanha, França, Espanha, Países Baixos, Bélgica e EUA.

Propõe-se a criação de uma área específica, dedicada, resumida e facilmente acessível no Travel BI do Turismo de Portugal, contendo identificação clara e o mais completa possível sobre a situação de cada mercado emissor.

MEDIDA N.º 15 - Implementação imediata de um plano de promoção externa com verbas robustas para estimular a retoma junto dos mercados com maior imunidade coletiva (e.g.: Nova Iorque vai investir 30 milhões de dólares no plano promocional de recuperação pós-Covid).

Neste sentido, dever-se-ia anunciar quais as verbas disponíveis para a promoção do país até ao final do ano, por um lado, e, por outro, antecipar para junho a preparação do novo ciclo de contratualização da promoção e comercialização turística externa, uma vez que o atual finda a 31 de dezembro.

É sabido que, nesta fase, a concorrência entre destinos se tornará ainda mais efetiva. Veja-se, a título de exemplo, aquela que envolve as ilhas mediterrânicas, que disputam entre si o campeonato do destino sem Covid. Assim sendo, o alinhamento entre a promoção turística externa nacional e a dos destinos regionais deve ser ainda mais efetivo e eficiente.

CEN

CONSELHO ESTRATÉGICO
NACIONAL



PSD

11 MAIO 2021