

## PROJETO DE RESOLUÇÃO N.º 118/XIII/1ª

### RECOMENDA AO GOVERNO QUE DINAMIZE AS MEDIDAS NECESSÁRIAS PARA A PROMOÇÃO E VALORIZAÇÃO DA ALHEIRA

#### Exposição de motivos

A Gastronomia tem assumido, ao longo destes últimos anos, um papel fundamental na promoção turística, quer dentro do espaço nacional quer como peça fundamental do crescente aumento que o país tem registado de atração de turistas estrangeiros.

O país demorou alguns anos a olhar para a Gastronomia, e para os produtos tradicionais portugueses, como uma alavanca relevante para potenciar o seu crescimento.

Felizmente, e após um frutífero trabalho dos diversos agentes nacionais, públicos e privados ligados ao setor, o produto gastronómico é hoje uma marca clara do nosso turismo que importa e deve ser preservada.

O país tem uma enorme variedade de produtos típicos. Que juntam os “saberes” de séculos de evolução e que ainda efetuam a preservação das nossas tradições.

Nesta variedade de produtos típicos que preservam a tradição da história, encontra-se a alheira, que tem um papel determinante na nossa gastronomia, onde tem vindo a ganhar importância nas últimas décadas.

Importa realçar que a região de Trás-os-Montes, região de origem da alheira, dispõe dos únicos três produtos “Alheira” existentes à escala global, que estão protegidos a nível europeu ao abrigo do Regulamento (UE) n.º 1151/2012 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 21 de novembro de 2012, relativo aos regimes de qualidade dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios. Estes três únicos produtos são: Alheira de Mirandela – IGP (documentado\*); Alheira de Vinhais – IGP (registado\*) e Alheira de Barroso – Montalegre – IGP (registado\*).

Foi por estes motivos que, e no âmbito de um concurso nacional denominado de “7 Maravilhas da Gastronomia Portuguesa”, a alheira teve honras de ser agraciada com o título de uma das sete maravilhas gastronómicas nacionais.

Com um impacto muito significativo na região Transmontana, o país assistiu a um significativo aumento de investimentos dos empresários do setor, num esforço relevante de satisfazer a crescente procura do mercado por este produto, sem descurar os investimentos relevantes na modernização da confeção da alheira.

Hoje em dia coexistem as explorações tradicionais, denominadas Unidades de Produção Local, com unidades de produção industrial. Cada uma destas unidades desempenha um papel relevante na promoção, dinamização e comercialização deste produto típico nacional.

Infelizmente constatou-se ao longo dos últimos meses uma crise neste setor.

Crise que resulta de um número reduzido de casos de uma doença que, ao terem sido tornados públicos, provocaram um alarme social quanto ao consumo deste produto.

Na verdade, e face ao que é público, ao terem sido detetados 3 casos prontamente identificados, e face às suspeitas generalizadas a toda a produção de alheiras, o setor entrou em crise.

Deste modo e desde setembro de 2015, são centenas os postos de trabalho que se encontram em risco e são largas dezenas as unidades que se encontram em risco de encerrar.

Importa, para além dos agentes privados e entidades públicas locais, que o estado também possa adotar alguns mecanismos que continuem a garantir e promover a segurança alimentar nos produtos tradicionais, restabelecendo, assim, a relação de confiança entre os consumidores e o produto tradicional que é a alheira.

A Assembleia da República resolve, nos termos do disposto do n.º 5 do artigo 166.º da Constituição da República Portuguesa, recomendar ao Governo que:

1. adote as medidas que permitam restabelecer a relação de confiança entre os consumidores e a alheira, enquanto produto tradicional;
2. avalie a introdução de medidas que possam minorar o impacto negativo que assolou as unidades produtoras deste produto e que se encontram situadas na Região Transmontana;
3. estabeleça um programa estratégico de promoção, divulgação e valorização das produções tradicionais, a nível nacional, envolvendo, nomeadamente, as Entidades Regionais de Turismo e as Associações de Desenvolvimento Local, numa estratégia de marketing territorial

Palácio de São Bento, de janeiro de 2016.

As Deputadas e os Deputados,

Luis Moreira Testa

António Borges

Carlos Pereira

Hugo Costa