21 DE MARÇO DE 2024

NEWSLETTER NÓRDICOS

As últimas notícias dos países nórdicos

PREFÁCIO

A pandemia, a guerra, a inflação e as taxas de juro em alta têm sido uma mistura difícil para as economias nórdicas, mas de acordo com um novo relatório da Oxford Economics, publicado no dia 20 de março, o pior provavelmente já passou. Os indicadores líderes apontam para uma recuperação gradual da atividade, ao mesmo tempo que a inflação vai continuar a diminuir e as condições financeiras se tornam mais favoráveis, incluindo a expectativa de queda das taxas de juro. No entanto, o crescimento será desigual, principalmente devido ao término de 2023, com a Suécia e a Finlândia a terem um desempenho inferior, enquanto o forte crescimento da Dinamarca em grande parte é atribuível a um setor farmacêutico em alta. Prevê-se um pequeno aumento no desemprego nos próximos meses, à medida que as expectativas de emprego em vários setores enfraquecem. No entanto, todos os mercados de trabalho têm uma escassez estrutural de mão-de-obra. Espera-se que a Dinamarca e a Finlândia sigam o caminho do Banco Central Europeu e baixem as taxas de juro ao mesmo ritmo, enquanto se espera que o banco central sueco baixe a sua taxa de juro no segundo trimestre, enquanto os noruegueses terão de esperar até ao quarto trimestre.
Em suma, a avaliação é que o aumento da atividade económica terá um efeito positivo no consumo, também no que diz respeito às viagens ao estrangeiro. Finalmente um sinal de otimismo ☺

PLANO DE RESGATE DA SAS APROVADO NOS EUA

Um juiz americano aprovou o abrangente plano de resgate da companhia aérea SAS, de acordo com o jornal E24.
"Foi um processo muito complicado. Ainda temos muito trabalho pela frente", disse o CEO da SAS, Anko van der Werff, após a audiência judicial de terça-feira em Nova Iorque.
A maioria dos credores deu seu consentimento ao plano de resgate, com exceção do credor US Trustee.
O juiz Michael E. Wiles, portanto, aprovou o plano, mas pode sair caro para a SAS.
Nas próximas semanas, aguardam-se novas etapas nos tribunais suecos. A empresa-mãe sueca, SAS AB, passará por um processo semelhante, mas muito mais rápido, ao dos EUA.

Assim, apenas em junho deste ano, toda a longa jornada jurídica e financeira para salvar a companhia aérea escandinava estará completa, escreve o E24.
A separação da Star Alliance pode ser cara para a SAS. O diário norueguês Dagens Næringsliv estima que a empresa terá que pagar uma tal chamada “taxa de saída” de quase 270 milhões de coroas norueguesas (cerca de 24 milhões de euros), talvez mais.
A SAS também desembolsou mais de 1 bilhão de coroas (86 milhões de euros) para advogados e consultores durante o processo de reestruturação da empresa, que agora fará parte da aliança Skyteam da Air France-KLM.
Além da Air France-KLM, o fundo de investimento Castlelake, juntamente com o governo dinamarquês e o investidor Henrik Lind, agora assumirão o controle da SAS.
Os cerca de 250.000 acionistas da SAS perderão tudo. O mesmo acontecerá com vários dos grandes credores da companhia aérea, afirma o E24.
É provável que o governo norueguês acaba por ter uma participação acionaria de cerca de 2%, estima o jornal.
Fonte:
https://travelnews.no/nyheter/sas-redningsplan-godkjent-i-usa/

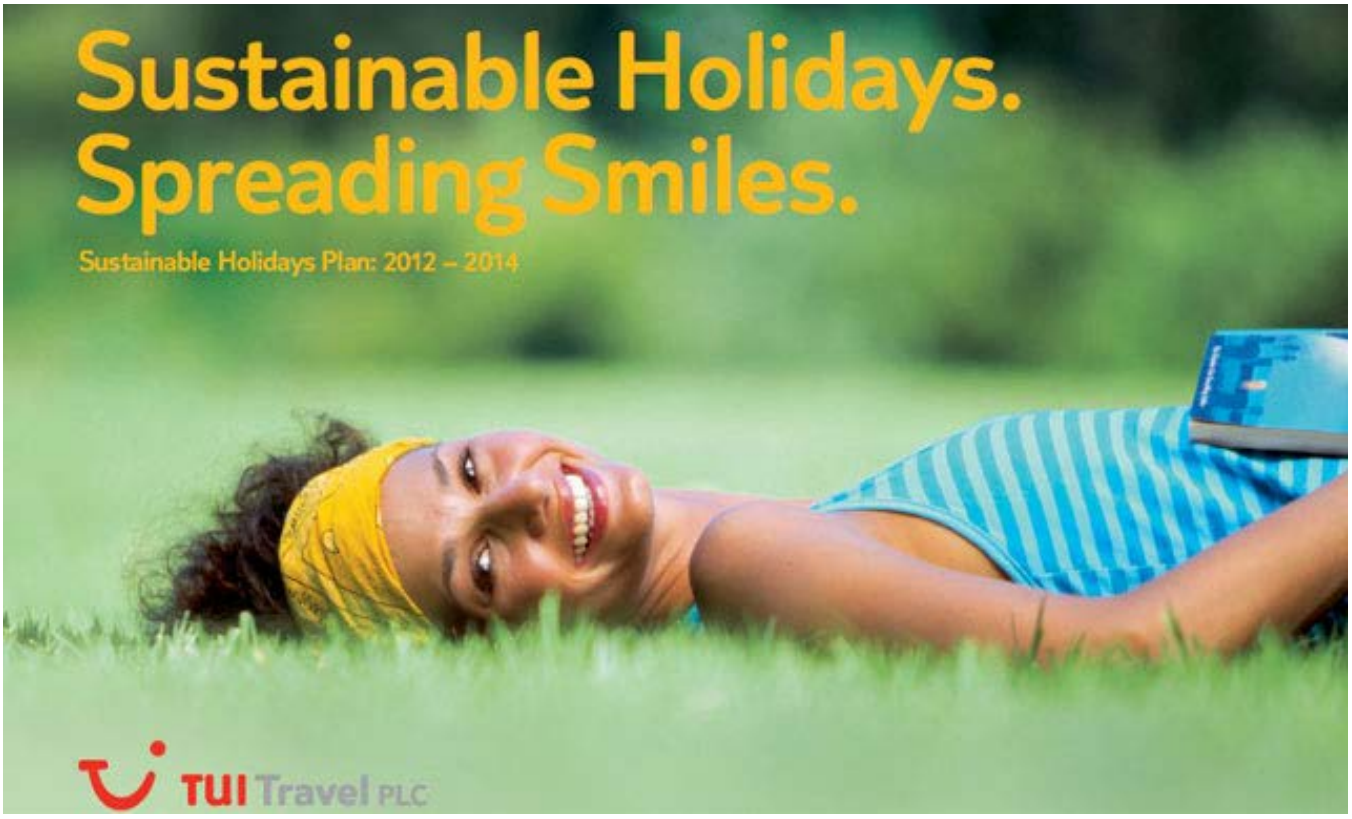
TUI ELEITA O OPERADOR TURÍSTICO MAIS SUSTENTÁVEL DA NORUEGA

A TUI foi eleita como a marca mais sustentável entre os operadores turísticos na Noruega. A eleição foi feita pelos clientes noruegueses no âmbito da edição deste ano do inquérito Sustainable Brand Index.

A SB Insight realizou o inquérito anual entre 13.000 clientes noruegueses. No ano passado, a TUI também foi eleita como a mais sustentável entre os operadores turísticos na Noruega.

Durante vários anos, a TUI tem priorizado o trabalho em prol da sustentabilidade, nomeadamente em colaboração com a Fundação TUI Care e o projeto Rhodes Collab. Há precisamente um ano, foi apresentada uma agenda ambiciosa de sustentabilidade, na qual a TUI se comprometeu a fazer cortes significativos nas emissões de aviões, hotéis e navios de cruzeiro até 2030.

"Não há dúvida de que a indústria do turismo como um todo tem uma enorme responsabilidade em mover-nos numa direção mais sustentável. Estabelecemos metas ambiciosas e assumimos a liderança, para que possamos mover-nos na direção certa juntos. É um esforço global abrangente e uma parte importante da nossa estratégia de negócios", diz Anne Mørk-Løwengreen, diretora de comunicação da TUI Noruega.



TN: Como é que a TUI trabalha concretamente em sustentabilidade?

"Entre outras coisas, ao usar aviões modernos que utilizam cada vez mais combustíveis de aviação sustentáveis (SAF). Investimos em tecnologia de energia renovável e a forma como os hotéis são operados está a mudar. Um em cada quatro hotéis usa energia solar e eliminaram todo o plástico descartável. A TUI agora tem mais de 600 hotéis certificados como sustentáveis de acordo com padrões objetivos, e esse número está em constante aumento. Em Rodes, por exemplo, os nossos

funcionários trocaram em grande parte o carro pela bicicleta elétrica e bicicleta. Muitos riachos pequenos tornam-se um grande rio. Mas por trás da nossa agenda, obviamente, está também uma revisão abrangente de toda a cadeia de valor. Estamos a trabalhar em todas as frentes, grandes e pequenas, simultaneamente", diz Mørk-Løwengreen.
O inquérito por trás do Sustainable Brand Index foi realizado entre dezembro de 2023 e fevereiro de 2024.
Fonte: https://travelnews.no/nyheter/tui-heder-for-baerekraft/

SUÉCIA - BARÓMETRO DE VIAGENS 2024 - MAIS PESSOAS VIAJAM PARA O ESTRANGEIRO, APESAR DA RECESSÃO

Embora a Covid-19 já não esteja classificada como uma pandemia de acordo com a OMS, os suecos enfrentam agora outros dilemas que impedem que as viagens regressem aos níveis anteriores à pandemia. No entanto, as viagens ao estrangeiro continuam a aumentar. As viagens ao estrangeiro continuam a aumentar, embora ainda não tenham voltado aos níveis anteriores à pandemia.
No ano passado, viajou-se mais para o estrangeiro do que no ano anterior, de acordo com o último barómetro de viagens. No entanto, assiste-se a dificuldades no que se refere às viagens de comboio para o estrangeiro.
Apesar de um intenso debate sobre o impacto climático da aviação, o transporte aéreo continua a ser, de longe, o meio de transporte mais comum quando se viaja para o estrangeiro - mais de metade das viagens com, pelo menos, uma dormida são feitas por via aérea, de acordo com o inquérito realizado pela empresa de inquéritos Resurs em cooperação com a seguradora Europeiska.
“Os comboios continuam a ter dificuldades", afirma Hans Remvig, analista de viagens e turismo da Resurs para viagens e turismo. Ele considera que a principal razão é o facto de continuar a ser bastante "complicado" reservar comboios para quem quer viajar para fora das fronteiras da Suécia.
Fontes:
https://www.travelnews.se/kalendarium/resebarometern-2024/
https://nyheter24.se/nyheter/ekonomi/1256250-utlandsresor-med-tag-minskar-ar-krangligt

O BARÓMETRO DE VIAGENS 2024 (INICIATIVA DA REVISTA VAGABOND E DA SEGURADORA EUROPEISKA)

O Barómetro de Viagens analisa os hábitos de viagem dos suecos e está em vigor desde 2010. Como é habitual, os países europeus estão no topo da lista quando se trata das nossas viagens ao estrangeiro mais populares.
A pandemia afeta a forma como viajamos, mas o Barómetro de Viagens 2024 revela que as viagens na Suécia estão novamente a aumentar, sendo que o aumento mais inesperado em termos de destinos no estrangeiro é um país vizinho nórdico.
“Este ano há uma mudança no top, com a Espanha no topo, seguida da Dinamarca e em terceiro lugar a Noruega, que estava em quinto lugar no ano anterior. Penso que isso foi o mais surpreendente, o facto de a Noruega ter subido para o topo", afirma Hans Remvig, analista de viagens e turismo.

Aftonbladet- O que é que faz a Noruega subir?

HR - É a coroa norueguesa. Tornou-se mais barata para os suecos, o que faz com que seja mais em conta viajar para a Noruega.

Aftonbladet - O que fazemos na Noruega, qual é a atração?

HR- Não analisei, mas a Noruega tem esqui depois há a experiência da natureza, a par de sítios mais magníficos, como os fiordes e as altitudes.

Top 10 principais destinos estrangeiros em 2023:

- Espanha
- Dinamarca
- Noruega
- Alemanha
- Grécia
- Finlandia
- Italia
- Franca
- Reino-Unido
- Turquia

As preocupações externas e económicas têm impacto.

“Outro facto digno de nota é que a Finlândia desce dois lugares, passando do quarto para o sexto lugar da lista. Talvez este facto possa ser atribuído à guerra na Ucrânia. Quase três em cada dez viajantes estrangeiros evitaram viajar para um determinado país no último ano e, desses, 13% citam a guerra na Ucrânia como motivo.
A explicação mais comum é, sem dúvida, a economia, com 28% a afirmarem que a situação económica, com o aumento da inflação, das taxas de juro e dos preços da energia, levará a que se viaje menos este ano do que antes.
Outros tantos afirmam que viajarão na mesma proporção, mas tentarão planear melhor e encontrar viagens mais baratas. No entanto, o mesmo número de pessoas, 28%, afirma que vai viajar tanto como antes.

Esquecemo-nos de que há muitas pessoas com muito dinheiro no nosso país. E nem todos são afetados pelo aumento da taxa de juro, por exemplo. Quem vive em Estocolmo e tem uma grande dívida hipotecária é mais afetado pelas taxas de juro do que quem vive no campo ou num apartamento alugado".

Quanto é que gastamos em férias no estrangeiro?

Em termos gerais, umas férias no estrangeiro podem custar, em média, cerca de 25 000 SEK a um agregado familiar.

Porque viajamos para o estrangeiro?

O Barómetro de Viagens também examina a força motriz por detrás das nossas viagens. O que é que queremos obter das nossas férias? Hans Remvig observa que aquilo que muitos de nós pensávamos que viria em primeiro lugar - sol e mar - não está no topo da nossa lista de desejos.

A família e os amigos são importantes para as nossas férias. As pessoas também querem paz e sossego, uma mudança de cenário e uma pausa da vida quotidiana.

Os 5 principais motivos para viajar:

1. Paz e tranquilidade / relaxamento
2. Reencontro familiares
3. Sair do quotidiano
4. Encontros com amigos
5. Ambientes urbanos

A época alta para viajar na Suécia é sobretudo junho, julho e agosto, sendo julho responsável por cerca de um quarto das viagens, sendo a costa ocidental na Suécia, em termos de destinos domésticos, bastante popular.

Fonte: https://www.livsstil.se/resa/a/76XL6o/resebarometern-2024-sa-reser-svenskarna-till-utlandet-och-i-sverige

POR OCASIÃO DO ANÚNCIO DA TAXA DE JURO: COMO A SITUAÇÃO ECONÓMICA AFETA OS PLANOS DE VIAGEM DOS SUECOS EM 2024

Todos nós estamos familiarizados com as taxas de juro, com o aumento dos preços dos alimentos e a "kulflação", assim como com o aumento dos preços, entre outros, de viagens para o estrangeiro. Mas como é que a atual situação económica afeta realmente os planos de viagem dos suecos em 2024?

De acordo com um inquérito realizado pela Kantar Media ao serviço da seguradora Europeiska ERV, a maioria das pessoas afirma que os seus planos de viagem para 2024 não serão afetados.

Recentemente, aprendemos a viver com a hiperinflação, as elevadas taxas de juro dos empréstimos, etc., e com o conceito relativamente novo de "kulflation", ou "funflation", como é designado em inglês. Isto inclui ir ao restaurante, praticar exercício físico no ginásio, ficar num hotel ou ir de férias em viagem charter - em suma, tudo o que acrescenta mais valor à vida quotidiana de muitas pessoas. Durante a pandemia, estas eram atividades que não podíamos fazer, todavia, após este período pandémico, a procura por estas experiências subiu consideravelmente, e um dos fatores que contribuiu para este boom foi o aumento da procura por férias organizadas.

Se olharmos para os preços das férias organizadas, estes aumentaram quase 40% entre outubro de 2021 e outubro de 2023, o que significa uma subida de preços superior ao das visitas a restaurantes, de quase 15%.

Como se sabe, muitas famílias foram afetadas pela inflação, pelas taxas de juro elevadas e pela situação económica. Neste contexto, como é que isso afeta os nossos planos de viagem para 2024? Não muito, de acordo com um inquérito realizado pela Kantar Media para a seguradora Europeiska ERV.

•Com efeito, 57% dizem que a situação económica não afeta os seus planos de viagem e que vão viajar como antes.
•Apenas 10% afirmam que a situação económica os afeta de tal forma que ficarão em casa em 2024
•8% viajarão no próprio país

Um grupo afirma que a economia os afeta, mas que, para poderem continuar a viajar durante o ano, tomam certas medidas.

•Neste caso, 11% dizem que vão fazer menos viagens,
•6% que vão fazer viagens mais baratas e
•3% que vão fazer viagens mais curtas ao estrangeiro.
- Cerca de 8% não sabem como é que isto os vai afetar e se vão viajar para o estrangeiro durante o ano.

Viajar para o estrangeiro é uma prioridade para os suecos em 2024, com muitos a viajarem como habitualmente ou a redefinirem as suas prioridades para poderem viajar para o estrangeiro. São sobretudo os viajantes mais velhos, com mais de 55 anos, e os que têm menos de 35 anos que viajam como antes", afirma Andreas Sandin, Nordic CSO & Managing Diretor Sweden da Europeiska ERV.

Fonte: https://via.tt.se/pressmeddelande/3415128/i-samband-med-rantebeskedet-sa-paverkar-det-ekonomiska-laget-svenskarnas-resplaner-2024?publisherId=3236778&lang=sv

TENDÊNCIAS: COMO VIAJAREMOS EM 2024

2022 foi o ano em que as viagens regressaram. 2023 foi o ano em que as viagens explodiram, com as experiências e a autenticidade como princípios orientadores e o turismo de massas como o lado obscuro. Como é que os especialistas do sector preveem como vamos viajar pelo mundo em 2024?

A Travel News analisou um vasto leque de previsões de tendências para 2024. Eis aqui 6 tendências abrangentes que os especialistas do sector acreditam irão predominar este ano:

1.A sustentabilidade genuína é fundamental

A sustentabilidade não é uma tendência nova, mas permanece muito importante - e assiste-se uma mudança que é a crescente suscetibilidade ao "greenwashing".
Quanto mais informados os viajantes se tornam sobre o que é efetivamente sustentável em termos reais, mais se apercebem, por exemplo, de iniciativas que consistem apenas em ações de relações públicas ou análises infundadas.
Entretanto, os jornalistas, os escritores de viagens e os influenciadores estão a melhorar a sua capacidade de contestar afirmações infundadas sobre turismo sustentável, proteção ambiental e benefícios sociais, rejeitando-as abertamente.

2.“Staycation” ainda prevalece

A turbulência económica continua e os conflitos estão a aumentar.
Para muitos, é mais barato e mais seguro - bem como mais sustentável - explorar o seu país de origem e os países vizinhos. Continua a haver muito interesse no tesouro de aventuras e paisagens que pode ser encontrado no "seu próprio quintal".

3.Esqueça a época alta, agora é a época intermédia

Em 2023, os operadores turísticos sentiram o impacto das alterações climáticas sob a forma de incêndios florestais, ondas de calor e furacões. Mas não são apenas as condições climatéricas previsíveis que nos fazem querer evitar as épocas altas, mas também o sonho de destinos menos concorridos. As estações intermédias - ou seja, a primavera e o outono - estão a tornar-se cada vez mais importantes para destinos clássicos como a Grécia, a Itália e a Espanha.
Por outro lado, novos destinos, incluindo a região nórdica, estão a emergir como destinos alternativos onde algo mais do que o sol é apelativo.

4.Retribuir e reconhecer a comunidade local

Enquanto viajam, cada vez mais pessoas querem contribuir para a comunidade local. Isto, por sua vez, afeta a sua escolha de alojamento, alimentação e atividades.
O novo olhar sobre o ambiente local como um destino potencial e, por conseguinte, o seu exotismo aos olhos dos outros, contribui para uma maior vontade de compreender e causar um impacto positivo.
Os viajantes pensam cada vez mais em como investir o seu orçamento de férias e preferem ainda mais empresas e marcas com ligações à comunidade local onde se encontram.

1.O interesse/nicho/tema é mais importante do que o destino

Cada vez mais pessoas estão a escolher destinos de viagem com base numa paixão/interesse e não no destino em si. Em 2023, os grandes eventos influenciaram a forma como viajámos e, no futuro, prevê-se que interesses não tao abrangentes influenciem os nossos planos de viagens. Esta tendência também é acompanhada por uma maior consciencialização da comunidade local. Uma combinação de interesses pessoais e respeito pelo local onde se encontra pode ser, por exemplo, aulas de culinária e trabalho voluntário para conservação da natureza.

2.Mais tecnologia - mais contacto humano

Se 2023 foi o ano em que a IA se tornou uma parte importante da indústria das viagens, prevê-se que 2024 seja o ano em que mais tecnologia conduz a mais contacto humano.
Paralelamente ao facto de a IA automatizar e simplificar aspetos como as reservas e o check-in, o tempo que liberta pode ser investido num serviço personalizado e em soluções à medida.
Nos hotéis, por exemplo, isto assume a forma de serviços exclusivos no quarto e a consideração dos interesses individuais dos hóspedes.

3 conclusões potenciais das tendências:

A - Os passaportes serão em breve algo do passado?

No outono passado, a Finlândia permitiu, pela primeira vez, que os passageiros aéreos utilizassem documentos de viagem digitais através de uma aplicação oficial, em vez de passaportes. Os cidadãos que viajam com a Finnair de Helsínquia para o Reino Unido podem registar-se para obter as chamadas "Credenciais de Viagem Digitais" (DTC), que são supostamente tão fiáveis como um documento físico.
A experiência, que decorre até fevereiro e está também a ser testada em Zagreb, faz parte de uma nova iniciativa da UE. Se for considerada segura e bem-sucedida, poderá ser alargada a outros países. O próprio Times refere ainda que a Agência de Fronteiras do Reino Unido está a propor a utilização da tecnologia de reconhecimento facial em vez da digitalização de passaportes físicos.

B - Será o desporto a maior tendência nas viagens de vivencias ?

Entre as experiências de viagem que dominaram 2023, o foco foi muitas vezes os concertos, e o impacto que as digressões mundiais de Taylor Swift e Beyoncé tiveram na indústria hoteleira foi notável. É muito provável que o desporto venha a tomar o lugar da música, com os Jogos Olímpicos de verão em Paris a serem um dos eventos mais importantes, bem como o Campeonato Europeu de Futebol na Alemanha.
Os Jogos Olímpicos significam também que a Itália acolherá, pela primeira vez, a Grande Partida da Volta a França, o que também deverá gerar um interesse acrescido.

C - Será que os " dupe destinations " vão começar a crescer a sério?

No final de 2023, tanto a Ving como a Expedia salientaram que os "destinos duplos" se tornaram algo a ter em conta. Ou seja, lugares que podem ser considerados doppelgangers de outros destinos mais famosos, mas que são frequentemente mais acessíveis e económicos. Em comparação com o destino mais popular, existe uma atmosfera semelhante e uma paridade visual. Os exemplos frequentemente citados são Paros em vez de Santorini, Liverpool em vez de Londres e Palermo em vez de Lisboa. Talvez toda esta conversa dê agora um impulso à tendência, mesmo fora de plataformas como o TikTok.

Fonte: https://www.travelnews.se/analys/trendspaning-sa-reser-vi-2024/

A AGÊNCIA DE VIAGENS SPIES REJSER OPTA POR COMUNICAR COM CAUTELA NA ÁREA DE CLIMA E SUSTENTABILIDADE

À medida que a agenda verde e a discussão sobre sustentabilidade começam a ocupar mais espaço no debate público, muitas empresas também desejam destacar as iniciativas na área. Isso levou, em certos casos, a acusações de chamado "greenwashing". O termo é usado para empresas, organizações e indivíduos que fazem declarações um pouco exageradas sobre o quanto estão a reduzir a pegada de carbono ou a contribuir para a transição verde, o que não aguenta a um escrutínio rigoroso por parte, por exemplo, dos media ou dos especialistas. Recentemente, o Supremo Tribunal de Justiça considerou a gigante da indústria de carne Danish Crown culpada de publicidade enganosa, porque a empresa usou a expressão "porco climaticamente controlado". Isso resultou numa multa significativa, já que a Danish Crown perdeu o caso no tribunal.
Em várias outras empresas, foi tomada nota da decisão, escreve a associação "Dansk Markedsføring". Isso inclui, por exemplo, a Spies Rejser, que já se auto-define como relativamente conservadora quando se trata desse tipo de comunicação. Sofie Folden Lund, chefe de comunicações da Spies e da Sunclass Airlines, não quis comentar a decisão específica, mas afirmou que, do lado da Spies, acredita-se que seja bom que haja vigilância na área designada por "Environment, Social and Governance" (ESG). "Representamos um setor e somos uma empresa líder de mercado no setor de viagens, o que naturalmente é muito visado - e deve ser. Então, somos provavelmente extras cautelosos na nossa comunicação. Uma decisão como esta reforça a nossa convicção de que devemos continuar a ser extremamente cuidadosos e transparentes na comunicação dos nossos resultados e iniciativas ESG."

Na sequência da decisão, a Associação Dinamarquesa de Agências de Viagens chamou a atenção para uma série de desafios com uma proposta de nova diretiva da Comissão Europeia, cujo objetivo é combater o greenwashing. A organização considera que os requisitos preliminares de documentação na diretiva podem dificultar a comunicação sobre eventuais iniciativas de sustentabilidade por parte das agências de viagens. Atualmente, as agências podem ser multadas em até cinco milhões de coroas se enganarem nesta área. "O Ministério do Comércio deve fornecer um guia muito bom, para que não haja dúvidas e não se corra o risco de uma multa," disse Jakob Hahn, advogado e diretor setorial da Associação Dinamarquesa de Agências de Viagens, ao Standby.dk. "Atualmente, o que mais tememos é que as agências de viagens que estão mais avançadas no processo de incorporar a sustentabilidade nos seus materiais mal se atrevam a comercializar-se nesta área, já que as novas regras da UE ainda não entraram em vigor."
Fonte: https://standby.dk/spies-reagerer-paa-dom-vi-er-nok-ekstra-forsigtige/

AIRBALTIC EXPANDE EM VILNIUS, ADICIONA MAIS DUAS ROTAS PARA O VERÃO DE 2024, UMA DELAS LISBOA

A companhia aérea letã AirBaltic anunciou uma nova expansão em Vilnius ao adicionar mais duas rotas - para Lisboa (Portugal) e Hamburgo (Alemanha) - ao seu próximo horário de verão a partir da capital lituana.
Ambas as novas rotas fazem parte de uma cooperação de partilha de risco entre a AirBaltic e os Aeroportos da Lituânia.
A nova rota para Lisboa terá início em maio e conta com duas frequências semanais.
Fonte: https://company.airbaltic.com/en/newsroom?press=2024/airbaltic-expands-in-vilnius-adds-two-more-routes-for-summer-2024

FEIRA DE TURISMO NORUEGUESA TRAVELXPO ANUNCIA NOVAS DATAS PARA 2025

A data original, 10 a 12 de janeiro de 2025, foi alterada para 7 a 9 de março.
Esta decisão foi tomada à luz do desejo do organizador de garantir que o evento seja ainda mais memorável e bem-sucedido, e eles estão convencidos de que a nova data contribuirá para criar uma experiência de feira ainda mais dinâmica e envolvente para expositores e visitantes. A organizadora da feira está a trabalhar para criar um conceito chamado "Dia dos Profissionais". Esta iniciativa visa proporcionar aos expositores uma experiência ainda mais dinâmica e recompensadora, enquanto expande as oportunidades para construir conexões valiosas e criar novas oportunidades de negócios.
O objetivo é ter um dia que atenda às necessidades e expectativas dos expositores e da indústria em geral, enquanto abre novas e emocionantes oportunidades para crescimento e sucesso.
O novo conceito inclui uma série de elementos que promoverão a interação, a criatividade e o desenvolvimento de negócios. Mais informações detalhadas sobre este conceito serão divulgadas no futuro.
Fonte: https://travelnews.no/nyheter/ny-dato-for-travelxpo-2025/

TUI NORDIC APOSTA NO ENOTURISMO

Agora é possível fazer uma viagem de enoturismo com a TUI. Através de uma parceria com a empresa sueca WineTourism.com, a TUI oferece aos seus clientes a oportunidade de reservar provas de vinho e passeios guiados a várias regiões vinícolas.
Esta nova opção, afirma a TUI num comunicado de imprensa, está disponível em destinos como Barcelona, as Ilhas Canárias, Lisboa, Málaga, Maiorca, Roma, Sicília, Veneza e Verona.
"A tendência de viagens baseadas em experiências e viagens gastronómicas vai crescer no futuro. As nossas experiências de vinho são uma forma de conhecer a cultura alimentar local", afirma Tommy Serban, diretor comercial da TUI Nordic.
Fonte: https://standby.dk/kort-nyt/

Um excelente resto da semana