TURISMO DE PORTUGAL

22 DE FEVEREIRO DE 2024

NEWSLETTER NÓRDICOS

As últimas notícias dos países nórdicos

A NORWEGIAN AGORA TEM UM NEGÓCIO RENTÁVEL APÓS A PANDEMIA DE CORONAVÍRUS.

A transportadora aérea Norwegian aumentou o seu lucro em 73 por cento para 1,1 mil milhões de coroas no ano passado.

Para a transportadora aérea Norwegian, a pandemia de coronavírus e as consequências económicas subsequentes podem agora parecer uma memória distante.

Na sexta-feira, dia 16 de fevereiro, a empresa apresentou um lucro líquido de cerca de 1,7 mil milhões de coroas norueguesas para 2023. Isso corresponde a 151 milhões de euros.

Isso representa um aumento de 73 por cento em comparação com o ano anterior. E se não fossem os ganhos únicos no balanço de 2022 após a reestruturação, a diferença teria sido ainda maior.

O resultado sublinha que a empresa estabeleceu um negócio robusto após a pandemia, diz Jacob Pedersen, chefe de análise de ações no Sydbank. "A empresa está a beneficiar de um mercado europeu de aviação favorável e de um produto que os clientes estão a gostar", diz ele.

Além disso, parece que a festa dos lucros vai continuar em 2024 para a Norwegian. Até mesmo a receita recebeu um impulso considerável. Assim, em 2023, a Norwegian teve uma receita de 25,5 mil milhões de coroas norueguesas, o que representa um aumento de 35 por cento em relação ao ano anterior.

"Estou muito feliz por poder dizer que a Norwegian alcançou, em 2023, o melhor resultado operacional da história da empresa. A nossa base de clientes leais continuou a crescer, e somos gratos pela confiança que nos demonstram todos os dias", diz Geir Karlsen, CEO da Norwegian.

O balanço contrasta fortemente com as perdas da SAS, que, segundo Jacob Pedersen, foram de 4,3 mil milhões de coroas suecas em todo o ano de 2023.

"Isso mostra que a SAS tem muito trabalho a fazer para alcançar, em termos de lucratividade, o nível do seu rival norueguês", diz ele.

Fonte: https://www.berlingske.dk/business/norwegian-har-stablet-profitabel-forretning-paa-benene-efter-corona

COMPANHIAS AÉREAS: PROVIDENCIEM-NOS MAIS COMBUSTÍVEL VERDE - RAPIDAMENTE

Ter acesso suficiente a combustível verde é crucial para o futuro do tráfego aéreo, diz o CEO.

As companhias aéreas instam os produtores de petróleo a aumentarem a produção de combustível verde, que será crucial para determinar se o setor aéreo terá um futuro sustentável.

A procura por combustível mais limpo para aviões excede em muito a oferta atual, mesmo que o combustível verde possa custar três a cinco vezes mais do que o combustível de aviação tradicional.

"Todo o combustível que puder ser produzido será utilizado, porque é uma questão existencial. A indústria não será autorizada a crescer, a menos que possamos provar aos clientes, autoridades, governos e ao público em geral que podemos crescer de forma sustentável", disse Willie Walsh, secretário-geral da Associação Internacional de Transporte Aéreo (IATA), à agência de notícias Bloomberg.

Hoje, a aviação é um dos maiores emissores de CO2 e 2,5% das emissões globais de CO2 provêm precisamente da aviação.

O combustível sustentável pode ser produzido a partir, por exemplo, de óleo alimentar usado e resíduos agrícolas, e estima-se que possa reduzir as emissões de CO2 em até 80%.

Em novembro de 2023, a IATA anunciou que até 65% da redução das emissões de CO2 em 2050 deverá ser alcançada através de combustível sustentável.

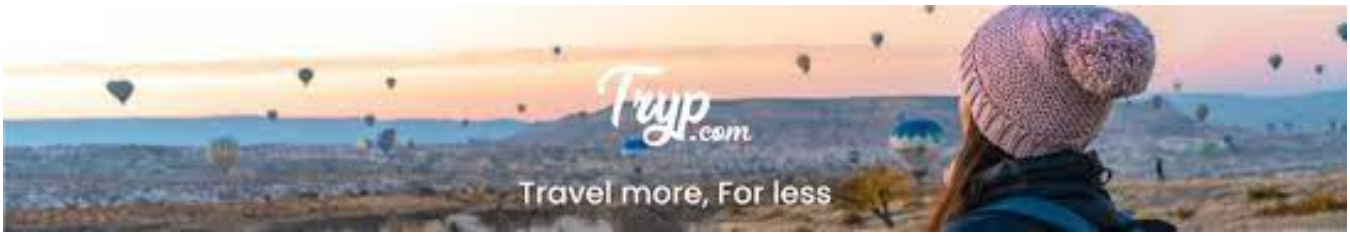
No entanto, serão necessários investimentos significativos para aumentar suficientemente a produção, e, de acordo com Willie Walsh, os passageiros aéreos também acabarão por suportar parte desses custos através de preços mais altos dos bilhetes.

Em 2023, o combustível sustentável para aviões representava apenas três por cento da produção global de todo o combustível sustentável produzido no mundo, o que Willie Walsh considerou "inaceitável".

Atualmente, o combustível sustentável para aviões e helicópteros pode ser misturado com até 50% de combustível de aviação convencional sem que seja necessário modificar os aviões e helicópteros.
Fonte: https://www.berlingske.dk/virksomheder/flyselskaber-skaf-os-mere-groent-braendstof-hurtigt

GRANDE FUNDO E GOOGLE APOIAM STARTUP DINAMARQUESA/PORTUGUESA NA INDÚSTRIA DE VIAGENS

A agência de viagens dinamarquesa/portuguesa Tryp.com, que desenvolveu uma solução com inteligência artificial para a criação de pacotes de viagens, recebeu apoio do Fundo de Inovação da Dinamarca e do Google. Atualmente, há grande atenção em torno da inteligência artificial, uma vez que a tecnologia, depois de amadurecer ao longo de vários anos, agora está verdadeiramente a ganhar destaque e tornou-se um ponto focal tanto no mundo dos negócios como no resto da sociedade. Uma das empresas que está a utilizar essa tecnologia é a agência de viagens startup Tryp.com, que construiu uma plataforma para a composição de viagens impulsionada precisamente pela inteligência artificial e aproveita as oportunidades que esta oferece. Pode monitorar os preços a plataforma funciona de tal forma que, através da inteligência artificial, pode combinar voos, comboios e autocarros e obter informações sobre hotéis e experiências. Se uma pessoa em Londres, por exemplo, desejar encontrar uma viagem para Odense (cidade dinamarquesa), a inteligência artificial na solução pode recorrer a uma grande base de dados e compor todos os elementos da viagem, além de poder sugerir dias de viagem mais baratos, se aplicável, afirma a empresa.



Em seguida, o utilizador tem a oportunidade de reservar todos os segmentos da viagem diretamente na plataforma, após o que a Tryp.com garante o check-in e envia os cartões de embarque ou bilhetes para os comboios e autocarros incluídos na viagem. A Tryp.com recentemente levantou 2,1 milhões de coroas em capital fresco, dos quais 1,1 milhão de coroas vieram como apoio do Fundo de Inovação. O diretor executivo da empresa, André Sousa, originário de Portugal, diz ao Standby.dk que os fundos serão usados, entre outras coisas, para expandir a plataforma para incluir ainda mais ligações de comboio e autocarro e cobrir os custos de desenvolvimento. No entanto, não é a única concessão que a empresa recebeu, diz Sousa. "Esta semana, também recebemos uma subvenção do Google Cloud no valor de 350.000 dólares, destinada a cobrir os nossos custos de servidor. Além disso, estamos a preparar uma nova rodada de investimentos." "O nosso objetivo é tornarmo-nos na plataforma preferida quando se trata da composição dinâmica de pacotes de viagens."
Fonte: https://standby.dk/stor-fond-stoetter-dansk-startup-i-rejsebranchen/

ASSOCIAÇÃO DE AGÊNCIAS DE VIAGENS: POR ISSO, OS PREÇOS DOS PACOTES DE VIAGENS ESTÃO A AUMENTAR

As viagens organizadas (em pacotes) estão entre os 10 setores de produtos que, segundo as estatísticas da Dinamarca, mais aumentaram no último ano. "A explicação reside tanto nas agências de viagens como nos consumidores," diz a associação das agências de viagens. De janeiro do ano passado a janeiro deste ano, o azeite (mais 47%), serviços de correio (mais 41%) e "outros livros técnicos" (mais 19%) são os três setores de produtos que mais subiram de preço. Isso é mostrado por uma compilação das estatísticas da Dinamarca, conforme relatado pela TV 2 (canal de televisão). Também na lista dos 10 primeiros estão os voos domésticos (mais 13,1%) e viagens organizadas (pacotes de viagens) internacionais (mais 12%).

Sobre porque as viagens organizadas aumentaram tanto nos últimos tempos, ao ponto de entrarem na lista dos 10 primeiros pela Dinamarca, o diretor de ramo Jakob Hahn da Associação de Agências de Viagens da Dinamarca diz ao Standby.dk: "A explicação é óbvia: inflação e preços crescentes dos subcontratados das agências de viagens, como companhias aéreas e hotéis."

Os preços das passagens aéreas começaram a cair um pouco novamente em geral - mas em comparação com o tempo antes da pandemia, ainda há "aumentos significativos" tanto em voos quanto em hotéis, diz Jakob Hahn, e continua: "Então, os aumentos de preços vêm dos subcontratados das agências de viagens, como companhias aéreas e alojamentos. E mesmo que a inflação na Dinamarca tenha sido mais ou menos, em outros países tem sido significativamente maior."

O diretor da Associação de Agências de Viagens da Dinamarca, que tem cerca de 100 agências de viagens de lazer e negócios dinamarquesas como membros, também aponta outra tendência, frequentemente destacada pelas agências de viagens dinamarquesas: um número crescente de hóspedes está a comprar viagens um pouco mais caras do que antes, por exemplo, um hotel melhor ou um quarto maior e assim por diante. Jakob Hahn diz sobre isso: "Vemos uma tendência de que mais pessoas estão a comprar viagens mais caras. Estatísticas mostram, entre outras coisas, que as vendas de bilhetes de avião na classe premium em vez de económica aumentaram quase 40% em comparação com o período anterior à pandemia." Ele adiciona: "E antes comprava-se talvez uma estadia num hotel de três estrelas, agora compra-se um hotel de quatro ou cinco estrelas. Então, alguns clientes estão definitivamente a comprar serviços de viagem mais luxuosos. Isso também aumenta os preços médios, por exemplo, das viagens organizadas."
Fonte: https://standby.dk/rejsebureauforening-derfor-stiger-pakkerejsepriser/

JNTO ABRE O SEU PRIMEIRO ESCRITÓRIO NÓRDICO

Em 4 de março, a organização oficial de turismo do Japão, a Japan National Tourism Organization (JNTO), abrirá o seu primeiro escritório no mercado nórdico - localizado centralmente em Estocolmo.
Isso ocorre na sequência de um interesse crescente pelo Japão como destino turístico entre os turistas nórdicos.
"Nos últimos anos, temos visto um aumento constante no número de visitantes da Noruega, Dinamarca, Suécia e Finlândia no Japão. A partir do nosso novo escritório em Estocolmo, iremos trabalhar para fortalecer ainda mais o interesse e atrair ainda mais turistas nórdicos para o Japão. Até 2030, o Japão espera receber um total de 60 milhões de visitantes, o que equivale a um consumo anual de 15 trilhões de JPY. "O mercado nórdico é de alta prioridade para alcançar este objetivo", diz a Diretora Executiva Kana Wakabayashi da Japan National Tourism Organization (JNTO) em Estocolmo.
Em 2023, 113.000 viajantes nórdicos visitaram o Japão, o que está quase no mesmo nível do número de visitantes pré-pandêmico de 2019, que foi de 141.004.
Fonte: https://travelnews.no/nyheter/jnto-apner-sitt-forste-nordiske-kontor/

A CADEIA DE AGÊNCIAS DE VIAGENS ALLER TRAVEL REGISTOU TANTO LUCRO COMO PREJUÍZO

As 6 principais marcas do grupo Aller Leisure tiveram, no último ano fiscal, quadro resultados com lucro e dois resultados com prejuízo. "Os números nas contas consolidadas mostram o nosso negócio global de viagens", disse o CEO. "A receita das agências de viagens individuais não é divulgada por razões competitivas nos respetivos relatórios anuais - uma prática que, aliás, partilhamos com grande parte do setor das viagens." Estas palavras são de Morten Krüger, CEO do grupo Aller Leisure, ao Standby.dk. O grupo Aller Leisure inclui, em ordem alfabética, marcas principais como: Billetkontoret (a maior consolidadora de bilhetes de avião da Dinamarca), Gaia Travel, Gislev Rejser, Kulturrejser Europa, Let's Do Cruises, Nilles Rejser, Nyhavn Rejser e Stjernegaard Rejser, bem como a agência de viagens norueguesa, Aller Travel.

As contas consolidadas do grupo Aller Leisure foram divulgadas recentemente e cobrem o período de 1 de outubro de 2022 a 30 de setembro de 2023. Embora a receita das diferentes empresas do grupo Aller Leisure não seja apresentada nos seus relatórios individuais, o relatório anual da própria Aller A/S indicou que a receita líquida do grupo Aller Leisure no último ano fiscal foi de 960 milhões de coroas dinamarquesas, em comparação com 814 milhões de coroas no ano fiscal anterior. O relatório anual também indicou que o lucro operacional EBITDA no último exercício foi de um prejuízo de 13 milhões de coroas, em comparação com um lucro de 22 milhões de coroas no ano fiscal anterior. O resultado operacional EBIT (resultado da operação principal; o resultado da empresa antes de juros e impostos, mas após amortizações de goodwill) foi um prejuízo de 38 milhões de coroas, em comparação com um prejuízo de quatro milhões de coroas no ano fiscal anterior.

No relatório financeiro para 2022/23, os principais intervenientes no grupo Aller Leisure tiveram os seguintes lucros ou prejuízos, conforme mostrado numa análise dos registos da Autoridade Dinamarquesa de Empresas, CVR.dk: Billetkontoret teve um lucro de 5,4 milhões de coroas, Gislev Rejser teve um lucro de 2,3 milhões de coroas, Kulturrejser Europa teve um prejuízo de 5,4 milhões de coroas, Nilles Rejser teve um prejuízo de 4,2 milhões de coroas, Nyhavn Rejser teve um lucro de 2,3 milhões de coroas, enquanto Stjernegaard Rejser obteve um lucro de cinco milhões de coroas.

Fonte: https://standby.dk/rejsebureaukaede-fik-baade-overskud-og-underskud/

NÓRDICOS/FINLÂNDIA - A INFLAÇÃO REGRESSA A NÍVEIS MODERADOS EM JANEIRO, SITUANDO-SE EM 3,3%

Em janeiro, a inflação dos preços no consumidor nos países nórdicos desceu para 3,3%, contra 3,6% em dezembro, assinalando um regresso constante a níveis moderados após os aumentos acentuados registados desde o início de 2021. O ponto mais alto da inflação foi registado em dezembro de 2022, atingindo 9,1%, após a recuperação económica da pandemia . Desde então, a inflação tem registado uma descida consistente mês após mês.

"A taxa de inflação anual para 2023 foi, em média, de 6,2%, indicando uma queda significativa em relação aos valores máximos", comenta Kristiina Nieminen, estaticista sénior do Centro de Estatística de Finlândia.

Os aumentos de preços mais significativos em janeiro foram observados nos juros dos empréstimos ao consumo e hipotecários, nos preços dos pacotes turísticos internacionais, no aquecimento urbano e nas taxas de serviço para a manutenção de propriedades.

O aumento das taxas de juro dos empréstimos à habitação e ao consumo contribuiu com 2,5 pontos percentuais para a taxa de inflação global. Este efeito continua a refletir a decisão do Banco Central Europeu (BCE) de aumentar a taxa de juro diretora em 0,25 pontos percentuais em setembro do ano passado. O aumento dos preços do aquecimento urbano foi atribuído ao aumento dos custos de produção. Em contrapartida, os preços da energia registaram uma descida.

"Os preços dos combustíveis para transportes, nomeadamente o gasóleo e a gasolina, atingiram um pico em junho de 2022 devido às sanções económicas contra a Rússia. Nessa altura, o preço médio do gasóleo era de 2,44 euros por litro, 2,57 euros para a gasolina de 95 octanas e 2,67 euros para a gasolina de 98 octanas.

A partir destes máximos de curto prazo, os preços baixaram em média 29% até janeiro deste ano", explicou Nieminen.
Em janeiro, o preço médio por litro era de 1,83 euros para o gasóleo, 1,76 euros para a gasolina de 95 octanas e 1,86 euros para a gasolina de 98 octanas.

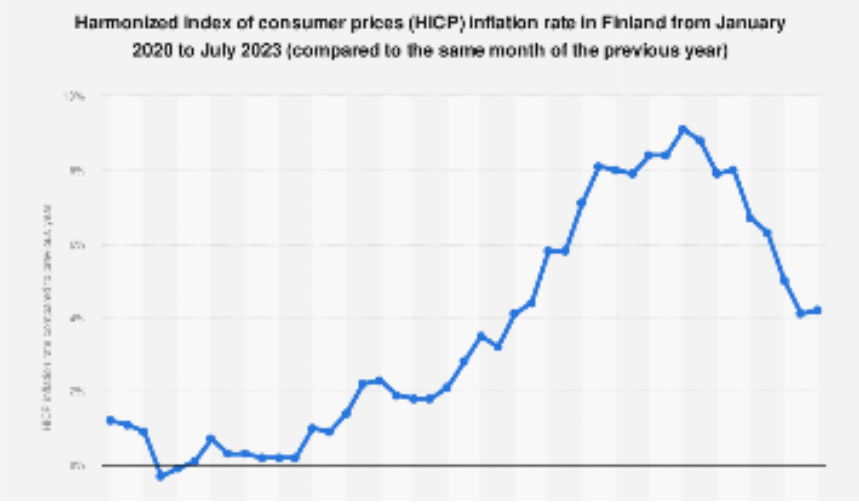
A inflação subjacente, que tem como objetivo medir a inflação sem fatores transitórios, não inclui assim os preços altamente flutuantes dos produtos alimentares e da energia, situou-se em 5,4% em janeiro, ligeiramente abaixo dos 5,5% registados em dezembro. A evolução económica global e as situações políticas influenciam os preços da energia, enquanto o sucesso das colheitas a nível nacional e internacional afeta os produtos alimentares não transformados.

Excluindo os produtos alimentares, as bebidas não alcoólicas e a energia, a taxa de inflação para estes grupos foi de 1,6% para os produtos alimentares e bebidas não alcoólicas (contra 2,3% em dezembro) e de -13,2% para a energia (contra -11,3% em dezembro).

"A inflação subjacente atingiu o seu pico em julho de 2023, com 7,4%. O aumento da inflação subjacente foi influenciado pelas subidas das taxas de juro do BCE no ano passado e pelo aumento dos preços dos serviços. Em julho do ano passado, os preços dos serviços eram 9,2% mais elevados do que no ano anterior", observou Nieminen.
"Curiosamente, apesar da descida dos preços dos alimentos e da energia no início da primavera de 2023, os aumentos dos preços dos serviços e dos bens de consumo continuaram durante um período mais longo. Este atraso no impacto dos aumentos dos preços da energia sobre os preços dos bens de consumo e serviços explica provavelmente essa tendência.

Concluindo, os fatores que contribuíram para os mais recentes números da inflação incluem o aumento das taxas de juro dos empréstimos à habitação e ao consumo, o aumento dos preços das viagens ao estrangeiro, do aquecimento urbano e das taxas de serviço. Em contrapartida, os preços da energia e dos combustíveis baixaram.

Fontes:
Inflationen sjunker – men resorna drar upp siffran (hbl.fi)
www.helsinkitimes.fi
A inflação regressa a níveis moderados em janeiro, situando-se em 3,3%



SUÉCIA – OPERADOR AIRTOURS

Este operador, que era o principal player para o segmento dos city-breaks, interrompeu esta programação esperando retomá-la até ao final do corrente ano. A Airtours foi adquirida no ana passado pelo operador holandês Sunweb que, para já, decidiu de apostar em outros nichos de mercado.

SUÉCIA – MENSAGEM FIRME DA MINISTRA DAS FINANÇAS PARA O SECTOR DE VIAGENS

O editor-chefe da Travel News, Viggo Cavling, assistiu á entrevista da responsável pela organização patronal Visita, Anna Wallén, à Ministra das Finanças, Elisabeth Svantesson, no Södra Teatern, em Estocolmo, cuja súmula se apresenta abaixo .

A notícia mais dececionante foi a de que o Governo não tenciona prorrogar o prazo para o reembolso do imposto diferido (por um prazo de 36 meses) atribuído durante a pandemia. Cerca de 2600 empresas do sector do turismo devem ao Estado 4,7 mil milhões de euros. Muitas destas empresas estão, naturalmente, ameaçadas de falência se não conseguirem pagar a sua dívida fiscal. Mesmo antes, o número de falências no sector da hotelaria em janeiro duplicou em relação ao ano passado.

O sector das viagens é frequentemente acusado de ser o vilão da inflação. Mas a explicação é, entre outros, um aumento de 18% nas rendas e nos impostos sobre a propriedade, segundo Wallén. A isto junta-se o aumento dos preços das matérias-primas e, claro, o aumento da contribuição patronal para os jovens (houve uma redução temporária durante a pandemia.) Um terço dos trabalhadores das empresas associadas da Visita tem menos de 26 anos.

A este respeito, Svantesson afirmou que uma redução da contribuição patronal para os jovens "não está excluída". A mesma resposta foi dada à questão de mais verbas para a Visit Sweden, entidade que promove o país enquanto destino turístico. De acordo com Wallén, tanto a Dinamarca como a Noruega estão a ultrapassar a Suécia como destino turístico, graças, em parte, a subsídios governamentais mais elevados para a comercialização da sua indústria turística.

Um aspeto positivo para a indústria turística é o facto do projeto de lei sobre a venda de álcool (cerveja e vinho) nas explorações agrícolas estar a ser preparado para esta primavera. Há também planos para simplificar as regras relativas ao álcool e para a abolição das licenças para abertura de unidades hoteleiras (contra obrigação de notificação).

Fonte: https://www.travelnews.se/sverige/analys/finansministerns-tuffa-besked-till-reseindustrin/

OPERADOR TUI – OFERTA PACOTES DE VIAGENS COM A RYANAIR

O operador turístico Tui vai, pela primeira vez, começar a vender voos com a Ryanair como parte dos seus pacotes de férias. No entanto, este facto não constitui uma surpresa para o sector.

Embora a Ryanair apenas tenha confirmado que a companhia aérea estabeleceu uma parceria com um total de três OTAs, o acordo com a Tui era esperado. Na realidade, após a publicação dos fortes resultados para o último trimestre de 2023, em meados de fevereiro, o CEO do Grupo Tui, Sebastian Ebel, foi franco sobre o facto de o grupo ter identificado oportunidades para impulsionar um maior crescimento.

Num artigo publicado na Travel Weekly do Reino Unido, na quarta-feira (14 de fevereiro), Ebel confirmou que havia planos para aumentar o número de reservas de pacotes concebidos pelos clientes, conhecidos como pacotes dinâmicos, o que vem na sequência de um aumento anual de 24% em outubro-dezembro de 2023.

Ebel - Neste momento, não temos todas as transportadoras de baixo custo na nossa plataforma dinâmica de viagens , mas essa lacuna será colmatada muito em breve

O "muito em breve" acabou por acontecer em 24 horas. Na passada quinta-feira, a Tui anunciou que iria começar a oferecer pacotes de férias com voos da Ryanair. Esta parceria significa que os viajantes que reservem uma viagem com a TUI que inclua um voo com a Ryanair terão o mesmo preço do bilhete de avião e de quaisquer serviços adicionais que lhes foram oferecidos diretamente através da plataforma Web da Ryanair, sem sobretaxas ocultas.

Peter Krüger, Diretor de Estratégia e Diretor Executivo de Experiências de Férias do Grupo TUI, confirma o comentário de Sebastian Ebel.

“O novo acordo está em linha com a estratégia [do Grupo Tui] de aumentar a digitalização dos segmentos de negócio. A cooperação com a Ryanair irá agora expandir ainda mais a gama de pacotes de férias TUI- dynamic packaging - , enquanto alcança outro marco na digitalização. Por outro lado, a cooperação também contribui para a nossa estratégia de crescimento - o objetivo é alcançar uma maior ampliação através de mais produtos e novos clientes”.

“Os voos com a Ryanair contribuirão, assim, para complementar a já extensa e crescente gama de voos atualmente oferecidos pela TUI, tanto com a própria companhia aérea do operador turístico, TUIfly, como com a sua congénere TUI Airways, bem como com companhias aéreas externas com as quais estabeleceu parcerias”.

Mas não se trata apenas da gama de voos. De acordo com David Schelp, CEO Markets & Airlines do Grupo TUI, trata-se de criar "ainda mais opções para os nossos clientes" - combinadas com excursões e atividades adicionais, tanto em viagem como de casa.

“Este acordo irá criar mais opções de viagem do que nunca para os nossos clientes”

Fonte: https://www.travelnews.se/tui/tui-borjar-erbjuda-paketresor-med-flyg-med-ryanair/

SWEDAVIA – PREJUÍZOS CONTÍNUOS PARA A EMPRESA QUE GERE OS AEROPORTOS SUECOS

Perde-se um quinto dos passageiros e há quatro anos que a Swedavia regista prejuízos. O diretor executivo Jonas Abrahamsson apela aos proprietários para que eliminem a taxa de aviação, de modo a não afugentar as companhias aéreas.

O relatório de fim de ano da empresa pública Swedavia para 2023 não é uma leitura animadora. Naturalmente que as viagens aumentaram no ano passado, assim como o volume de negócios e consequentemente os prejuízos diminuíram.

Todavia a mudança de hábitos de viagem parece ter-se instalado durante a pandemia. Em comparação com 2019, o volume de passageiros é ligeiramente inferior a 80%, o volume de negócios é de 90% e o resultado operacional é uma perda de 318 milhões de coroas suecas, quando antes da pandemia era o dobro do lucro.

Mas o presidente do conselho de administração da Swedavia, Jonas Abrahamsson, o funcionário público mais bem pago da Suécia, mostra-se otimista. Salienta que as receitas aumentaram 1,1 mil milhões de coroas suecas para 5,9 mil milhões de coroas suecas e que o fluxo de caixa das operações aumentou de 500 milhões para três quartos de mil milhões.

Está satisfeito com o facto do novo posto de controlo de segurança estar a funcionar e de Arlanda estar a atrair mais lojas e restaurantes. Os investimentos da Swedavia, no valor de dois mil milhões de euros por ano, são quase inteiramente efetuados em Arlanda. Resta saber se um grande investimento comercial é sensato a longo prazo quando os novos proprietários da SAS estão a transferir cada vez mais as suas operações para Kastrup.

Jonas Abrahamsson congratula-se com o facto da Ryanair, Eurowings e a Wizz Air estarem a crescer e de a Royal Jordanian ter começado a operar em Arlanda. Mas alerta para o facto de outras companhias estarem a ser afugentadas e apela aos proprietários no governo:

“Está na altura de rever um instrumento de política nacional como a taxa de aviação, que é diretamente anti concorrencial e inibe as necessárias alterações climáticas na aviação. Entre outros, a taxa de aviação limita as oportunidades de atrair as rotas intercontinentais diretas que são necessárias para a acessibilidade da Suécia”.

Fonte: https://www.travelnews.se/sverige/ekonomi/fortsatta-forluster-for-swedavia/

swedavia
SWEDISH AIRPORTS

OS DINAMARQUESES VIAJAM SEM SEREM AFETADOS PELAS ALTERAÇÕES CLIMÁTICAS

As alterações climáticas não diminuíram o desejo de viajar dos dinamarqueses, como mostra um novo estudo realizado pelo instituto de análise Kantar Public para a Gouda Rejseforsikring e Gjensidige. Apenas oitos por cento dos dinamarqueses afirmam que viajam menos. O estudo foi realizado entre 1.044 dinamarqueses selecionados de forma representativa com mais de 18 anos em novembro de 2023. E à pergunta "As alterações climáticas afetaram os seus hábitos de viagem?" 84 por cento responderam: "Não, os meus hábitos de viagem permanecem inalterados." Oito por cento responderam que "viajam menos para reduzir as emissões de CO2", sete por cento indicaram que "optam mais frequentemente por formas de transporte alternativas e com menos emissões de CO2, como por exemplo comboio e autocarro", enquanto dois por cento responderam sim, "estou atento(a) se o meu alojamento tem um perfil sustentável".

No entanto, há boas razões para considerar como se pode viajar de forma mais sustentável, diz a chefe de departamento da Gouda Rejseforsikring, Louise Hertzum Andersen, num comunicado de imprensa: "A maioria das pessoas percebeu como o clima mais extremo afeta-nos, também nos destinos de viagem na Europa e na Ásia. Mas leva tempo a mudar hábitos e muitos podem estar na dúvida sobre o que fazer de forma diferente," diz ela. Louise Hertzum Andersen destaca o transporte como uma área onde os turistas podem fazer uma grande diferença. Se se pretende fazer férias no estrangeiro, deve-se estar ciente de que as viagens de avião e de carro emitem mais CO2 por quilómetro percorrido do que autocarro e comboio, afirmou a Gouda.

"Há muitas viagens em que não é possível transportar-se sem voar, mas ao chegar ao destino, pode-se pensar se faz sentido explorar rotas de autocarro e comboio," diz Louise Hertzum Andersen. Em muitos destinos, é possível escolher hotéis com perfis sustentáveis, destaca a Gouda. Além disso, Louise Hertzum Andersen salienta que muitos operadores turísticos dinamarqueses hoje estão muito conscientes do impacto climático das viagens. No próprio destino de viagem, há a oportunidade de agir de forma ambientalmente amigável, por exemplo, apoiando a produção local em áreas onde o turismo é uma importante fonte de rendimento, afirma a Gouda.
Fonte: https://standby.dk/danskerne-rejser-upaavirket-af-klimaforandringer/

SUÉCIA - VIAGENS DE PACOTE / FÉRIAS ORGANIZADAS MANTÊM A INFLAÇÃO BAIXA

No ano passado, estes pacotes de férias contribuíram para reduzir a taxa de inflação. As viagens representam apenas 0,9% do cabaz de bens e serviços com base no qual é calculada a inflação.

Quando o Instituto Nacional de Estatística da Suécia (SCB) calcula a inflação, os estatísticos analisam as variações de preços mês a mês, mas, para atenuar as variações sazonais, calculam também a inflação numa base contínua de 12 meses.

O facto de o preço das férias organizadas variar ao longo do ano não é novo. Com efeito, quem analisar os números do SCB verá que as viagens fizeram subir a inflação em 0,3 pontos

percentuais em junho e julho, antes de a baixar em 0,4 pontos percentuais em agosto e quase tanto em novembro e, mais recentemente, em janeiro.

Numa base contínua de 12 meses, as férias organizadas contribuíram marginalmente para abrandar a inflação em 0,03 pontos percentuais. Tal não significa que os preços das viagens tenham descido, mas apenas que aumentaram ligeiramente menos do que a inflação média no último ano.

As férias organizadas são uma das muitas variáveis utilizadas para calcular a inflação, de facto o seu peso no cabaz de bens e serviços, onde o alojamento é de longe a maior rubrica, é de apenas 0,9%, um valor que foi ajustado em baixa para 0,6% desde o início do ano.

Durante o ano passado, o debate centrou-se na *"kulflation", quando optámos por viajar e as empresas puderam aumentar os preços. É verdade que as empresas aumentaram os preços após a pandemia, mas os números do ano passado mostram que esta tendência estagnou.

O diretor executivo da SRF (Associação sueca dos agentes de viagens e operadores turísticos), Didrik von Seth, considera, todavia, que existem nuances nesta análise da inflação e as viagens organizadas, nomeadamente:

“As férias organizadas aumentaram o seu preço em cerca de 20-30% em comparação com o período anterior à pandemia. Os principais fatores que provocam o aumento do preço são o declínio acentuado da coroa sueca, a inflação, o aumento dos preços do alojamento, a falta de capacidade de voo, assim como o aumento dos preços do combustível para a aviação”.

“Após a pandemia, foi criada uma procura artificial. No entanto, dado que as férias organizadas têm um volume de negócios de 30 a 40 mil milhões de euros e constituem uma pequena parte do consumo total no país, é estranho que sejam tão frequentemente mencionadas no debate sobre a inflação”.

* "Kulflation" é um juncão das palavras "cultura" e "inflação". É um termo utilizado para descrever o aumento dos preços para o consumidor, especificamente dos produtos e serviços culturais e criativos, como a arte, os bilhetes de teatro, os festivais de música e afins.

Kulflation significa que os preços dos eventos e atividades culturais aumentam mais rapidamente do que a inflação geral, o que pode dificultar o acesso das pessoas a experiências culturais e, assim, afetar o acesso e a participação em eventos culturais. Trata-se de um tema importante para a política cultural e o planeamento económico, uma vez que afeta o acesso da sociedade em geral aos recursos e experiências culturais.

Fonte: https://www.travelnews.se/ekonomi/paketresor-haller-nere-inflationen/

Um excelente resto da semana