

26 DE ABRIL DE 2024

NEWSLETTER NÓRDICOS

As últimas notícias dos países nórdicos



PREFÁCIO - EXCELENTE INÍCIO DO ANO 2024

Há poucas semanas, escrevemos que os mercados nórdicos haviam encontrado o seu novo patamar natural após a pandemia. Mantemo-nos firmes nessa afirmação, embora façamos tudo ao nosso alcance para atrair mais visitantes. Ainda assim, é notável que 2024 tenha começado muito bem na maioria dos mercados. Assim, vimos, em fevereiro, um aumento de 3% no número de dormidas de clientes suecos, um aumento de 21,2% no número de dormidas dinamarqueses e um aumento significativo de 40,1% da Noruega. Apenas a Finlândia ficou um pouco abaixo de fevereiro de 2023.

Os resultados variam de mês para mês, e não se pode concluir muito com apenas 2 meses, mas a maioria dos principais atores no setor de viagens (grandes operadores turísticos e companhias aéreas) relatam um interesse muito alto junto dos consumidores e vendas fortes para a primavera e o verão. Esperamos e acreditamos em progresso e em resultados ainda melhores.

Boa leitura ☺

SUÉCIA – EVENTUAL REDUÇÃO TAXA PASSAGENS AÉREAS PARA 2025

O Ministério das Finanças da Suécia tomou a iniciativa de enviar uma série de propostas fiscais para consulta antes do próximo orçamento de Estado para 2025, incluindo uma proposta de redução do imposto sobre as passagens aéreas, o que significa que esta taxa poderá vir a ser reduzida entre 39 e 259 coroas suecas por passageiro, consoante o destino.

Fonte: <https://www.regeringen.se/pressmeddelanden/2024/04/flera-skatteforslag-som-remitterats-infor-hostbudgeten/>



AS GRANDES TENDÊNCIAS DE VIAGEM DO VERÃO - DE ACORDO COM O CHAT BOT ASK SKIFT

Afirma-se que o verão de 2024 será uma época verdadeiramente colossal para viajar. O site de viagens Skift pediu respostas ao seu chat Bot e, através de uma compilação de artigos sobre viagens, apresentam algumas das conclusões:

- Muitos viajantes são flexíveis relativamente às viagens da próxima época, por exemplo, no final de março, 51% ainda não tinham decidido o destino nem a data de partida.
- A possibilidade de continuar a trabalhar remotamente significa que o nomadismo digital, continua a ser uma tendência crescente. Não é apenas popular entre os viajantes individuais, estando a crescer em vários segmentos.

- Assiste-se também a um aumento significativo de viajantes que procuram contactos sociais em viagem. De acordo com os dados do Hostelworld, cerca de 66% dos seus clientes estão a viajar sozinhos, pretendendo conhecer novas pessoas com quem conviver.
- As experiências personalizadas são cada vez mais procuradas e até muitos viajantes estão a contratar motoristas e guias privados para organizarem excursões únicas, o que sugere uma procura crescente de experiências de viagem mais individualizadas.
- Quando se trata de alojamento, os hotéis continuam a ser a primeira escolha, mas o aluguer de uma casa de férias está a ganhar popularidade. As reservas diretas, especialmente para hotéis e voos, são uma tendência crescente.
- Outra tendência notável são as "coolcation", ou seja, as férias de verão em locais que geralmente têm um clima mais fresco. Revistas de viagens, como a Condé Nast Traveler, classificaram esta tendência como uma das mais importantes em 2024, uma vez que cada vez mais viajantes querem evitar ondas de calor extremas. De acordo com um inquérito da rede de viagens de luxo Virtuoso, 75% dos viajantes inquiridos querem encontrar destinos com climas mais frios. Além disso, 46% dos consultores de viagens da Virtuoso afirmam que as alterações climáticas estão a fazer com que os seus clientes viajem de forma diferente do que o faziam no passado.
- De acordo com um inquérito realizado pelo Skyscanner, 53% dos viajantes que responderam, baseados na Europa, Médio Oriente e África (região EMEA), afirmam que irão escolher destinos na Europa no próximo verão, um aumento de 4% em relação a 2023, que ocorreu juntamente com uma diminuição de 4% no interesse dos viajantes da EMEA em ir para a América do Norte. O Skyscanner atribui este facto ao dólar forte, uma vez que se tornou mais caro passar férias nos EUA, por exemplo.

A Ask Skift salienta ainda que vale a pena notar que se prevê que o turismo internacional aumente 15% em 2024, o que significa um aumento de 2% em comparação com o ano recorde de 2019. Isto sugere uma forte recuperação para o sector das viagens, em geral.

Fonte: <https://www.travelnews.se/turism/sommarens-stora-resetrender-enligt-chatbotten-ask-skift/>

ANÁLISE SOBRE SITUAÇÃO ECONÓMICA TUI NORDIC

A TUI Suécia regista um prejuízo de 406 milhões de coroas suecas, no entanto, dado que Suécia assume os custos das funções de apoio nos outros países nórdicos, na melhor das hipóteses, o resultado final é equilibrado. A TUI Suécia registou um volume de negócios de 11 mil milhões de coroas suecas no exercício financeiro que terminou a 30 de setembro. Muito dinheiro, mas apenas 5% do volume de negócios de 225 mil milhões de coroas suecas do gigante grupo alemão.

Nas demonstrações financeiras do grupo alemão TUI (International), os lucros (*Ebit) totalizaram 11 mil milhões de coroas suecas, o que equivale à totalidade do volume de negócios da Suécia. O resultado do grupo TUI (International) apresenta pouco mais de cinco mil milhões de coroas.

Um décimo do lucro líquido do grupo internacional, ou seja, 500 milhões de coroas suecas, constitui uma contribuição do grupo para a TUI Suécia, de forma a cobrir o prejuízo de 406 milhões de coroas suecas. Na verdade, a TUI centralizou as compras nórdicas, a IT, Recursos Humanos, a gestão financeira e a publicidade na empresa sueca para obter economias de escala.

O volume de vendas da TUI nos outros países nórdicos não é comunicado separadamente, todavia, a TUI Suécia refere que 50% das receitas de vendas da empresa dizem respeito a vendas a outras empresas do grupo, e, no relatório anual do Grupo TUI, a região nórdica é agrupada com o Reino Unido para formar a Região Norte. Por conseguinte, não é possível calcular como está a correr a situação na Suécia.

Talvez os números nacionais estejam a tornar-se menos importantes à medida que o mercado das viagens se torna mais dinâmico e transfronteiriço. A TUI é enorme nos cruzeiros, mas ninguém sabe quantos suecos fazem reservas na plataforma alemã, ou organizam o seu próprio voo para o Mediterrâneo.



A TUI Suécia vende 88% das suas viagens através de canais digitais e investe na venda combinada de voos regulares e hotéis (dynamic packaging) , especialmente em estadias em cidades e férias de esqui. A empresa também vende apenas hotéis, nomeadamente na região nórdica, sublinhando-se que as fronteiras das clássicas férias organizadas estão a tornar-se cada vez mais ténues.

Tornou-se mais caro viajar com a TUI, mas também mais caro para a TUI Suécia, que paga os voos e os hotéis em euros e dólares, mas é paga em coroas suecas, muito desvalorizadas, e, naturalmente, que a cobertura do risco cambial não é gratuita.

Outro problema para o sector das viagens são as ondas de calor no Mediterrâneo, 40 graus à sombra na Grécia ou na Turquia não é nada relaxante, mas a TUI vê aqui uma vantagem na possibilidade de prolongar a época até outubro e novembro.

A TUI e a Ving são os gigantes do mercado de viagens sueco. É difícil fazer uma comparação porque não dispomos dos números nórdicos da TUI. Mas uma estimativa razoável é que a Ving está um passo à frente, com mais alguns milhares de milhões em vendas e mais algumas centenas de milhares de viajantes anuais. A Ving tem um lucro operacional positivo (*ebita), mas nenhuma delas é uma mina de ouro.

*Earnings Before Interest and Taxes

**Earnings Before Interest, Taxes and Amortization

Fonte: <https://www.travelnews.se/analys/fortsatta-forluster-for-tui/>

SUÉCIA - BARÓMETRO DAS VIAGENS AO ESTRANGEIRO EM 2023

Primeiro ano sem restrições pandémicas na Suécia e as nossas viagens aumentaram. Ainda temos algum caminho a percorrer antes de voltarmos aos níveis anteriores, existindo alguns obstáculos para lá chegar, nomeadamente, conflitos armados, o debate sobre o ambiente e o clima (que está mais amenizado, constatamos nós no mercado) a inflação, a recessão e a desvalorização da coroa sueca, entre outros.

Nós, suecos, somos um povo viajante com grande capacidade de adaptação e dentro de alguns anos estaremos de volta, até porque os números de 2019 são apenas alguns por cento. Assim, no total, fizemos 160 milhões de viagens em 2023. Aumentámos as nossas viagens internacionais em 1,1 milhões de viagens nos nossos tempos livres. No que se refere às viagens em trabalho, subimos para 17,5 milhões de viagens. Em média, 2,1 viagens por pessoa.

Top 10 das viagens ao estrangeiro em 2023

Neste ano, a Espanha ocupou o topo da lista, seguida da Dinamarca. A Noruega e a Grécia sobem, enquanto a Alemanha e a Finlândia descem. A Itália, França, Reino - Unido e a Turquia mantêm as suas posições. (Classificação do ano passado entre parênteses) .

- Espanha (2) - 2 206 000
- Dinamarca (1) - 2 134 000
- Noruega (5) - 1 274 000
- Alemanha (3) - 1 212 000
- Grécia (6) - 1 062 000
- Finlândia (4) - 1 041 000
- Itália (7) - 823 000
- França(8) - 722 000
- Reino-Unido (9) - 663 000
- Turquia (10) - 377 000

Se olharmos para as viagens de longo curso, os EUA e a Tailândia são os principais destinos.

Viagens de lazer com dormida

Quando viajámos:

Janeiro - 4%
Fevereiro - 5%
Marco - 7%
Abril - 7%
Maio - 10%
Junho - 12%
Julho - 15%
Agosto - 14%
Setembro 11%
Outubro - 6%
Novembro - 5%
Dezembro - 5%

Com quem viajámos :

É o agregado familiar que mais viaja em conjunto, estamos, também, a viajar tanto com a família, como com os amigos. De salientar que, quando se viaja com a família, há duas gerações a viajar.

- Apenas pessoas do próprio agregado familiar - 59 %
- Com familiares - 16%
- Com amigos - 15 %
- Com um grupo de amigos - 4%
- Com “sãmbos” (casal que não coabita) - 3%
- Com uma associação - 1 %
- Com colegas de trabalho - 1 %
- Outros - 0%

Como viajamos (meio de transporte) :

O avião é o principal meio de transporte para viajar para o estrangeiro, sendo que mais de metade das viagens são efetuadas por via aérea

- Voo regular - 35%
- Voo charter - 24%
- Carro/caravana - 17%
- Ferry/barco - 5%
- Comboio - 4%
- Autocarro - 4%
- Navios de cruzeiro 4%
- Outros - 7%

Onde ficamos alojados:

A hotelaria é claramente dominante . Alugamos mais casas e apartamentos e atrevemo-nos a alugar em destinos mais longínquos. A família e os amigos são importantes quando vivemos no estrangeiro.

- Hotel - 57%
- Casa/apartamento alugado - 11%
- Com familiares - 8%
- Casa/apartamento de férias próprio - 8 %
- Ferry/barco/cruzeiro - 5%
- Com amigos - 4%
- Acampar - 3%
- Albergue - 1%
- Outros - 3%

Principal motivo para viajar: Lazer

Mudar de ambiente e sair do quotidiano é relevante para nós. Mais uma vez se nota que a família e os amigos são importantes.

Top 5 (de 47 itens)

- Paz e sossego\relaxamento - 13%
- Visitar familiares - 11%
- Espaírecer, abandonar completamente o quotidiano - 10%
- Encontrar-se com amigos - 5%
- Ambiente urbano - 5%

Como podemos comparar o número de viagens de lazer de 2023 com o anterior à pandemia?

Três em cada dez viajaram menos em 2023, em comparação com antes da pandemia. Um em cada quatro viajou mais

- Viajou menos - 14%
- Viajou um pouco menos - 19%
- Viajou praticamente o mesmo - 43 %
- Viajou ligeiramente mais - 16%
- Viajou muito mais - 8%

Excluiu algum país ou países para uma viagem de lazer que tencionava ou planeava fazer em 2023?

Quase três em cada dez viajantes para o estrangeiro fizeram-no. A situação económica no país, a par da desvalorização da coroa sueca, preocupou um em cada quatro. A guerra na Ucrânia foi um motivo para excluir países para viagens de lazer, e o COVID-19 continuou a afetar a decisão de viajar.



- Situação económica (inflação, taxas de juro, preços da energia, etc.) - 15%.
- COVID-19 (contágio, restrições de viagem, regras de entrada, etc.) - 14%.
- A guerra na Ucrânia- 13%
- Demasiado caro (desvalorização coroa sueca) - 10%
- Incerteza (terror, ameaças) no mundo para onde quero viajar - 9%
- Desagrado com o regime político ou com o governo do país para onde pretendo viajar - 8%.
- Razões ambientais, para reduzir as minhas viagens aéreas/impacto climático - 7%
- Agitação política no país para onde pretendo viajar - 6%
- Doença, contágio ou epidemia no local para onde pretendo viajar (excluindo Covid-19) - 4%.
- Criminalidade no destino para onde pretendo viajar - 4%.
- Recomendação do Ministério dos Negócios Estrangeiros (para além do Covid-19) - 3%.
- Regras complicadas de entrada no país (para além da Covid-19) - 2%
- Outros - 4%

No que respeita aos países excluídos, a lista é encabeçada pelos nossos clássicos destinos mediterrânicos .

- Turquia - 5%
- Espanha - 5%
- Itália - 5%
- França - 5%
- Dinamarca - 4%

A sua opinião sobre a necessidade de um seguro de viagem mudou nos últimos anos? (pandemia, guerra, etc.)?

Para mais de quatro em cada dez pessoas, a necessidade de um seguro de viagem mantém-se inalterada, ao passo que, para um em cada sete viajantes, se tornou mais importante. Pouco mais de um em cada dez afirma não ter necessidade de seguro de viagem.

- Não necessita de seguro de viagem - 12%
- A necessidade de seguro de viagem mantém-se inalterada e não se tornou mais importante do que antigamente - 41%.
- Apercebeu-se da necessidade de ter um seguro de viagem - 17%.
- O seguro de viagem tornou-se mais importante - 15%
- Já reviu o seu seguro de viagem para o futuro- 16%.

A situação económica (aumento da inflação, taxas de juro, preços da energia) afeta a forma como planeia viajar em 2024? Como planeia viajar em 2024?

- Sim, vou viajar menos - 28%
- Sim, mas vou viajar tanto como anteriormente, apenas vou tentar planear melhor e encontrar viagens mais baratas - 28%
- Sim, vou viajar menos porque os acontecimentos dos últimos anos (pandemia, guerra, ambiente, etc.) foram um alerta para o meu comportamento de viajante, o que me ensinou que já não preciso de viajar tanto como anteriormente - 11%.
- Não, vou viajar tanto como anteriormente - 28%.
- Não, vou viajar mais - 3%
- Outros/Não sei - 1 %

Viagens de negócios com dormida - Principal motivo da deslocação: business

Para pouco mais de um quarto dos inquiridos, o principal motivo para viajar para o estrangeiro por motivos profissionais foi a participação em conferências, seminários e cursos.

Os 3 principais motivos (entre 10 itens)

- Conferência - 26%
- Reunião externa 16%
- Reunião interna 14%

Como foram as suas viagens de trabalho em 2023, comparativamente aos anos antes da pandemia?

Verifica-se um grande aumento das pessoas que indicam que estão a viajar aproximadamente ao mesmo nível antes da pandemia, quando comparamos com o ano anterior (de 28% para 40%).

- Viajou significativamente menos - 15%.
- Viajou ligeiramente menos - 20 por cento
- Viajou mais ou menos o mesmo - 40%
- Viajou um pouco mais - 16%
- Viajou muito mais - 8%

A sua entidade patronal permite o teletrabalho ?

Mais de oito em cada dez estão autorizados a trabalhar à distância. Verificamos também um aumento dos que estão autorizados a trabalhar no estrangeiro em relação ao ano passado (de 30% para 34%), mas também um aumento dos que já não estão autorizados a trabalhar à distância (de 13% para 16%).

- Não - 16%
- Sim, mas só em casa - 23%
- Sim, em qualquer local na Suécia - 26%
- Sim, em qualquer parte da Suécia e no estrangeiro - 34%.
- Não exerce atividade laboral - 1%

Nota: Inquérito Web - painel Web recrutado aleatoriamente por telefone, residentes da Suécia com idade superior a 18 anos, 8 000 inquiridos, realizado no final de janeiro e início de fevereiro de 2024

Fonte: <https://www.erv.se/privat/reseinformation/resebarometern/>



RELATÓRIO DELOITTE: TRÊS TENDÊNCIAS IRÃO MOLDAR A PRÓXIMA DÉCADA

A indústria de viagens enfrentará grandes oportunidades e desafios nos próximos 10 anos, onde os clientes, suas expectativas e a tecnologia deverão mudar significativamente, afirma o relatório.

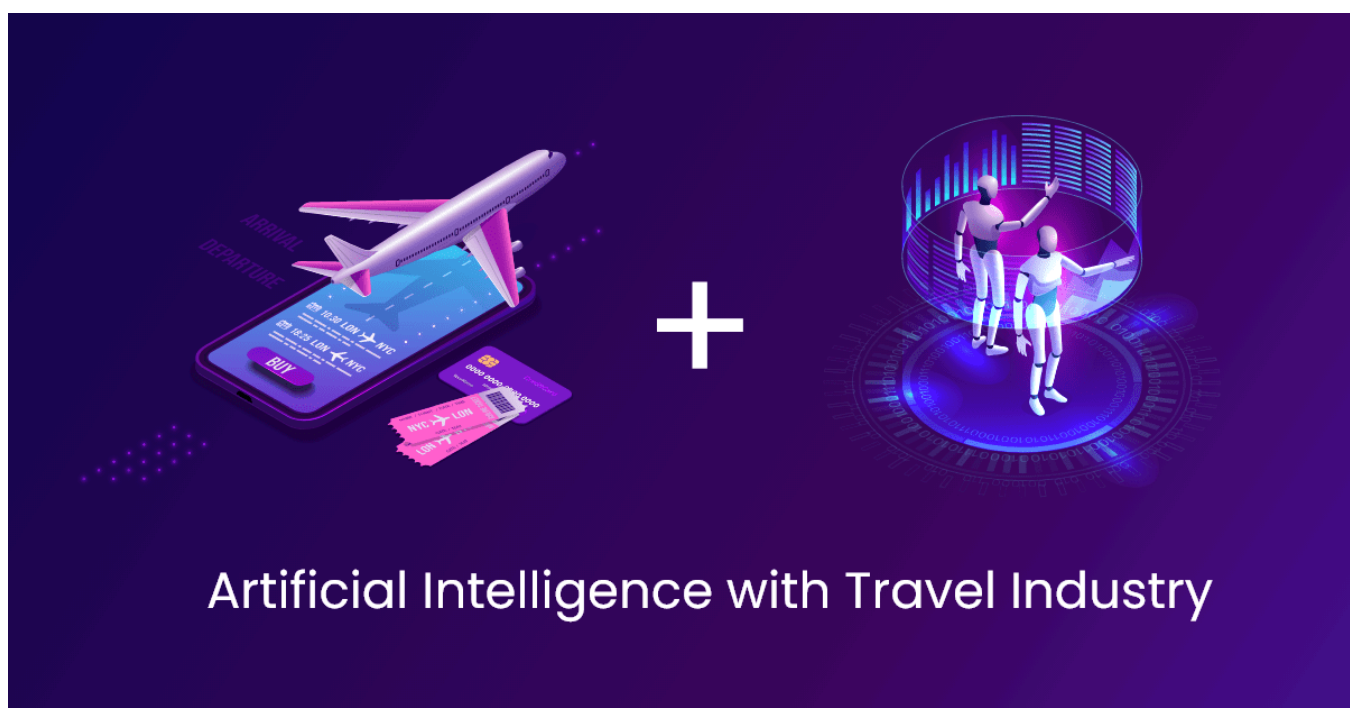
As mudanças que a indústria de viagens testemunhou nos últimos 20 anos serão insignificantes em comparação com a mudança de paradigma que ocorrerá durante a próxima década. Pelo menos é isso que afirma a empresa de auditoria e consultoria Deloitte, que conclui em um novo relatório que a indústria está a entrar numa fase de transição, onde novos e jovens clientes, avanços significativos em várias tecnologias e uma crescente preocupação com a sustentabilidade moldarão o dia a dia. A Deloitte aponta três tendências gerais que considera que os intervenientes do setor devem ter em conta ao se prepararem para os próximos anos.

Primeiro, que as gerações mais jovens, tecnologicamente competentes e conscientes do meio ambiente começarão cada vez mais a substituir os viajantes mais velhos - que até agora têm sido um segmento lucrativo de clientes - como o grupo etário que mais viaja frequentemente.

Em seguida, a Deloitte também prevê que a agenda climática terá ainda mais destaque nos próximos 10 anos. Especialmente os viajantes de negócios e os turistas mais jovens esperarão poder quantificar a pegada de carbono resultante de uma determinada viagem ou estadia, bem como ter oportunidades para compensar isso. Além disso, intervenções políticas para alcançar uma transição verde podem potencialmente alterar a economia em diferentes partes da indústria de viagens, uma vez que estas podem ser sujeitas a nova legislação. As mudanças climáticas em si podem alterar o comportamento de viagem, é observado.

A terceira tendência é o impacto que os avanços em inteligência artificial (IA) são esperados de ter. A Deloitte avalia que a tecnologia avançada pode ser utilizada para otimizar organizações e empresas na indústria de viagens, enquanto altera a experiência do cliente. Se hotéis, operadores turísticos, companhias aéreas e outros intervenientes do setor quiserem tirar o máximo proveito dos benefícios iniciais da inteligência artificial, será necessário focar-se na IA em vez de se apegar a tecnologias antigas e eventualmente irrelevantes, conclui a Deloitte.

Fonte: <https://standby.dk/rapport-tre-tendenser-vil-praege-det-kommende-aarti/>



ASSOCIAÇÃO DINAMARQUESA DE OPERADORES TURÍSTICOS: HÁ ATUALMENTE INTERESSE MUITO GRANDE JUNTO DOS CONSUMIDORES. FEIRA DE VIAGENS E TURISMO EM COPENHAGA ESTÁ A SER DISCUTIDA

Todos os 25 membros da associação "Operadores Turísticos na Dinamarca" (RID) participaram na assembleia geral de terça-feira. "Os nossos membros relatam um contínuo grande desejo de viajar entre os dinamarqueses, não há sinais de abrandamento", diz Jan Vendelbo, diretor-geral da Spies Rejser.

Durante a assembleia geral anual, a associação recebeu a visita do Bella Hospitality Group (organizador de conferências e feiras), que apresentou os planos para uma nova feira de viagens em Copenhaga, que está planeada para competir com o Danish Travel Show (Ferie for Alle) em Herning, que tem sido dominante há 20 anos no que diz respeito a feiras de viagens.

A RID está agora a analisar os planos e irá regressar com uma resposta unida. O interesse e apoio da associação serão decisivos para a realização da feira.

Os 25 membros do RID são, em ordem alfabética: Albatros Travel, Amisol Travel, Apollo Rejser, Bravo Tours, Club La Santa, Emirates Holidays, Folkeferie.dk, Mixx Travel, Primo Tours, Ruby Rejser, SkiGroup (Højmark Rejser e OnlineSki), Skinetworks (Danski, Slopetrotter e Nortlander), Spies, Sunweb, SunCharter, Top Tours, Travel Sense, TUI, UFO Travel Group, USA Tours, Verdn e Århus Charter.

Fonte: <https://standby.dk/rejsearrangoerforening-stadig-stor-dansk-rejselyst/>

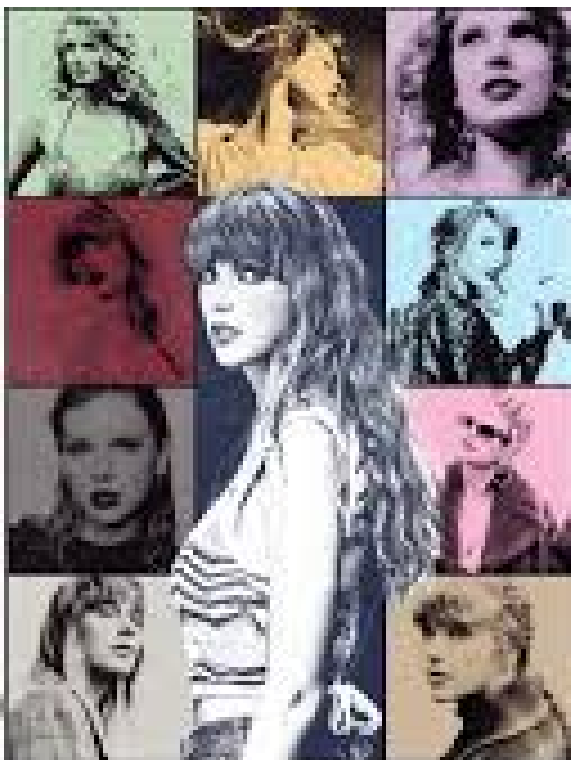


TAYLOR SWIFT DESENCADEIA BOOM DE VIAGENS PARA ESTOCOLMO

De início de maio a final de agosto, Taylor Swift vai realizar 51 concertos na Europa - incluindo três em Estocolmo, a única cidade na região nórdica a receber a visita da "The Eras Tour".

Ela vai tocar nos dias 17 a 19 de maio na Friends Arena em Estocolmo. E isso tem gerado um aumento significativo de viagens para a capital sueca, informa a agência de viagens online Travellink num comunicado de imprensa. O número de reservas de voos para Estocolmo durante o período da visita de Taylor Swift aumentou 122% em comparação com o mesmo período do ano passado, revela a Travellink. As nacionalidades que mais reservaram voos neste período, provavelmente para assistir aos concertos, são da Dinamarca, Espanha, Alemanha, Noruega e Inglaterra. No total, a Visit Sweden espera que Estocolmo, nos dias dos concertos de Taylor Swift, atraia mais de 150.000 fãs, os chamados "swifties", de mais de 130 países.

Fonte: <https://standby.dk/taylor-swift-udloeser-rejseboom-til-stockholm/>



TAYLOR SWIFT THE ERAS TOUR

17 maj 2024
Friends Arena, Stockholm

[TaylorSwift.com/tour](https://taylorswift.com/tour)

119 111111 111111

AEROPORTO DINAMARQUÊS PERDE MILHÕES

Contra todas as expectativas, o Aeroporto de Billund perdeu milhões no último ano. A competição intensificou-se após a pandemia, levando o diretor a prever mais anos difíceis.

Uma batalha intensa está em curso pelas rotas aéreas no oeste da Dinamarca.

Após a pandemia, os maiores aeroportos da Jutlândia tentam garantir o maior número possível de novas rotas, o que está a afetar severamente os números-chave do Aeroporto de Billund.

Esta é a informação de Jan Hessellund, diretor-executivo do Aeroporto de Billund, que acabou de apresentar o balanço de 2023.

No início de 2023, o segundo maior aeroporto da Dinamarca esperava registar um lucro de mais de 20 milhões de coroas dinamarquesas para o ano (cerca de 3 milhões de euros).

Em vez disso, registou-se um prejuízo de 5 milhões de coroas. Uma queda em relação ao lucro de 23 milhões de coroas comparado com 2022.

"Estávamos comprometidos em gerar um lucro. Não é satisfatório não cumprir esse objetivo," afirma.

Por outro lado, tanto o volume de negócios como o número de passageiros do Aeroporto de Billund atingiram recordes. A receita total aumentou 14% para 924 milhões de coroas, enquanto quase 4 milhões de passageiros passaram pelo aeroporto - um aumento de 7%.

"Após a pandemia, decidimos que iríamos ganhar quota de mercado à medida que este se recuperasse. Conseguimos, mas foi mais caro do que o esperado," diz Jan Hessellund.

É necessário um investimento muito maior de recursos do que anteriormente para participar na luta pelas rotas do oeste da Dinamarca, observa Jan Hessellund.

Os aeroportos de Aalborg e Aarhus tornaram-se mais agressivos na sua busca por mais rotas, relata o diretor de Billund.

A pressão é especialmente intensificada pelo concorrente de Aarhus que planeia uma expansão grande e pretende triplicar o número de passageiros para 1,5 milhões em 2029 comparado com os números atuais.

"Todos os aeroportos estão praticamente a começar de zero após a pandemia, onde todas as rotas estão em jogo novamente e isso torna o mercado muito mais difícil. Os custos para atrair companhias aéreas aumentaram significativamente, porque o mercado mudou fundamentalmente desde antes do coronavírus," diz Jan Hessellund. Isso levou o Aeroporto de Billund a aumentar os descontos. Em 2023, o aeroporto concedeu descontos para rotas recém-inauguradas no valor total de 60 milhões de coroas, contra 50 milhões de coroas no ano anterior.

Nos anos anteriores à pandemia, os descontos totais situavam-se entre 10 e 15 milhões de coroas por ano, afirma o diretor."



"É necessário oferecer descontos, porque se não concorrermos pelas rotas, o tráfego irá simplesmente para outros aeroportos," diz ele.

Em vez disso, os lucros devem ser obtidos em maior medida a partir de outras áreas de negócio.

Pela primeira vez desde 2010, o aeroporto em fevereiro decidiu aumentar as taxas gerais que as companhias aéreas pagam para utilizar o aeroporto, em 15 coroas para 114,5 coroas por passageiro.

Ao mesmo tempo, os preços nos restaurantes e estacionamento do aeroporto aumentaram em 2023. Os preços de estacionamento aumentaram em média 8%.

Isso leva Jan Hesselund a prever um lucro entre 10 e 15 milhões de coroas em 2024. O Aeroporto de Billund foi inaugurado em 1964 e é o maior aeroporto do oeste da Dinamarca. O aeroporto é de propriedade municipal. Os passageiros podem viajar diretamente para 120 destinos. No final de 2023, o aeroporto tinha 1060 funcionários.

Fonte: https://borsen.dk/nyheder/virksomheder/skaerpet-konkurrence-koster-millionunderskud-i-billund-lufthavn?b_source=billund&b_medium=row_1&b_campaign=list_1



A NORUEGA TORNA-SE A ARENA DE TESTE PARA EMISSÕES ZERO

A Avinor e a Autoridade de Aviação Civil assinaram hoje um acordo de cooperação para estabelecer a Noruega como uma arena de teste internacional para aeronaves de emissões zero e baixas emissões.

A criação será uma medida central para atingir o objetivo de aviação norueguesa livre de combustíveis fósseis até 2050.

A Avinor fornecerá infraestrutura, espaço aéreo e acesso à energia, enquanto a Autoridade de Aviação Civil fornecerá a regulamentação necessária.

A arena de teste, em princípio, abrangerá todo o país. As localizações geográficas concretas para o estabelecimento de instalações de teste serão decididas em diálogo com os intervenientes do mercado, com base nas suas necessidades, bem como na avaliação da maturidade tecnológica. Os fabricantes e operadores interessados devem poder apresentar um conceito operacional e satisfazer critérios de qualificação pré-definidos. O diálogo com o mercado já começou - disse Abraham Foss, CEO da Avinor.

A criação da Noruega como arena de teste internacional fortalecerá o mercado norueguês como área de teste e mercado inicial para a introdução de aeronaves de emissões zero e baixas emissões. Isso pode ajudar a trazer soluções relevantes para o mercado norueguês mais cedo, sendo um passo importante em direção ao desenvolvimento da aviação com emissões zero em grande escala globalmente. Atualmente, não existe uma arena de teste semelhante em ambiente operacional em todo o mundo.

“A transição verde na aviação pode contribuir para o desenvolvimento económico norueguês, incluindo através da criação de novas áreas de negócio em áreas onde a indústria norueguesa de fornecedores possui conhecimentos valiosos, como sistemas de propulsão elétrica, infraestrutura de carregamento e tecnologia de hidrogénio. Este conhecimento também será de grande importância para a indústria global da aviação” - disse Foss.

Fonte: <https://travelnews.no/nyheter/norge-blir-testarena-for-nullutslipp/>

RESERVE YOUR SEAT IN *the future of aviation*

In 2028, we're taking to the skies for the first time in an electric aircraft. Three flights in three countries will form a new milestone in the future of aviation. And you're invited.



RESERVATIONS OPEN ON THIS PAGE IN:

2 : 0 : 18 : 53
Days Hours Minutes Seconds

SUÉCIA – RK TRAVEL GROUP – MUDANÇAS NA LIDERANÇA

O RK Travel Group é o maior grossista de viagens de grupo na região nórdica, cujos clientes são empresas de autocarros e agências de viagens na Suécia, Noruega, Dinamarca e Finlândia. Em agosto, Göran Grell demitiu-se do cargo de CEO após 10 anos de chefia, mas mantém-se no conselho de administração e como proprietário. De acordo com um comunicado de imprensa, é Emil Larsson o novo Diretor-Geral.

“Foi um processo de recrutamento muito estimulante, com mais de 140 candidatos de diferentes sectores”, afirma a presidente do RK Travel Group, Sabine Söndergaard :

SS - “Estávamos à procura de alguém que, com vontade de trabalhar, integridade e visão de futuro, fosse capaz de fazer avançar a empresa de uma forma humilde, mas criativa. Estamos incrivelmente satisfeitos por termos recrutado o Emil e estamos convencidos de que ele será capaz de desenvolver as nossas excelentes relações com os clientes e, ainda, conduzir a empresa com cuidado e consideração rumo ao futuro”.

GG - “É positivo estarmos no bom caminho com um novo diretor executivo bem qualificado”, acrescenta Göran Grell. Emil irá complementar uma equipa muito competente e experiente na RK. Com uma nova energia, outras experiências e um elevado nível de competência digital, esta será uma combinação perfeita. Eu próprio estou ansioso por acompanhar e apoiar o percurso contínuo da RK, na perspetiva da direção e dos proprietários”.

Emil Larsson trabalha atualmente como Diretor Executivo Adjunto no World Trade Center Göteborg e assumirá o cargo de Diretor Executivo do RK Travel Group em agosto.

EL - “É com orgulho e humildade que assumo a tarefa de gerir e desenvolver ao grupo RK”, afirma. “Estou ansioso por conhecer os clientes e os parceiros para compreender a sua realidade e como melhor poder ajudá-los a ter êxito, assim como fazer avançar a empresa conjuntamente com a restante equipa.

Fonte: <https://www.travelnews.se/sverige/pa-nytt-jobb/emil-larsson-ny-vd-pa-rk-travel-group/>



DÉFICE PARA A NORWEGIAN

A Norwegian registou um défice de 763 milhões de coroas norueguesas na operação no primeiro trimestre (de notar que o 1º trimestre quase sempre dá défice para as companhias aéreas nórdicas).

Contudo, trata-se de uma melhoria comparativamente ao primeiro trimestre do ano passado, onde o resultado operacional foi uma perda de 992 milhões de coroas. A fraca coroa norueguesa afetou negativamente o resultado operacional com uma perda de 126 milhões.

“A significativa melhoria em comparação com 2023 é um sinal claro de que as nossas muitas iniciativas, tanto em termos de receitas como de custos, estão a ter o efeito desejado e estão a mover-nos na direção certa”, afirma o CEO da Norwegian, Geir Karlsen, numa comunicação ao mercado na manhã de quinta-feira.

A Norwegian adquiriu a Widerøe (voos domésticos) no dia 12 de janeiro deste ano. Apesar da aquisição, a empresa tem 10,4 mil milhões de coroas em liquidez disponível. Juntas, as duas empresas do grupo transportaram 4,8 milhões de passageiros no primeiro trimestre deste ano, distribuídos por 4 milhões com a Norwegian e 800.000 com a Widerøe. Isto representa um total de 180.000 mais do que no mesmo período do ano passado.

Apesar de algum mau tempo de inverno e alguns atrasos, a empresa aumentou a taxa de ocupação dos voos em 4 pontos percentuais para 84,7% para a Norwegian e para 66,7% para a Widerøe.

Fonte: <https://travelnews.no/nyheter/mindre-underskudd-for-norwegian/>



Um excelente fim de semana

