

# NEWSLETTER NÓRDICOS

As últimas notícias dos países nórdicos



## **PREFÁCIO — EIS A RAZÃO PELA QUAL OS DINAMARQUESES GERAM ANUALMENTE TANTAS DORMIDAS EM CRETA COMO EM TODO O PORTUGAL**

Os escandinavos começaram verdadeiramente a passar férias no estrangeiro na década de 1960. Foram pioneiros como Simon Spies (Spies Rejser), Eilif Kroager (Tjæreborg Rejser) e Bengt Bengtsson (Fritidsresor) que começaram a atrair clientes com férias baratas ao sol do sul. Primeiro com viagens de autocarro – mais tarde com voos charter.

As agências de viagens tornaram-se marcas fortes, e muitos escandinavos tinham o seu operador preferido, com o qual viajavam ano após ano. A publicação dos catálogos de viagens era, para muitas famílias, um momento alto anual, em que as férias de verão eram planeadas em conjunto.

Naquela altura era simples: se um destino constava do catálogo, estava em cima da mesa. Se não constava, raramente era escolhido. Podia-se escolher entre a Costa del Sol, Maiorca, Algarve, Itália, a Riviera Francesa ou a Grécia – e no inverno as Ilhas Canárias ou a Madeira. Destinos fora dos programas dos operadores charter eram frequentemente excluídos, por parecerem demasiado exóticos, complicados ou caros. E continua a aplicar-se a mesma lógica simples: se está no programa, tem volume. Se não está, tem muito pouco.

Nesta realidade, Portugal desempenha apenas um papel limitado nessa área. Não há voos charter a partir da Noruega, existem poucos voos da Suécia e da Finlândia (principalmente para a Madeira), enquanto a Dinamarca mantém voos charter para o Algarve, Madeira, Açores e Porto Santo.

O modelo charter exige volume e previsibilidade. Os operadores turísticos compram todos os lugares de um voo semana após semana, normalmente durante um período de 6-8 meses e, por isso, necessitam de capacidade hoteleira que corresponda à capacidade total do avião – a preços que possam ser vendidos no mercado escandinavo.

É um modelo que funciona bem em destinos como Creta. Aqui, os hoteleiros estão dispostos a celebrar parcerias de longo prazo, aceitando preços mais baixos na época alta em troca de garantir uma elevada taxa de ocupação nas épocas intermédias. O resultado é um volume massivo – estima-se que cerca de 250.000 dinamarqueses visitem Creta todos os anos (não temos dados fiáveis sobre os fluxos dos restantes países nórdicos).

A mesma dinâmica existe apenas de forma limitada em Portugal. Aqui, muitos hoteleiros estão menos dispostos a comprometer a rentabilidade na época alta para alcançar uma maior ocupação na primavera e no outono, o que dificulta a inclusão de Portugal nos programas dos operadores charter.

A entrada das companhias aéreas de baixo custo veio, entretanto, abrir o mundo e oferecer aos consumidores muito mais, mas isso não altera o facto de que o mercado charter continua a gerar uma parte muito significativa do volume proveniente dos países nórdicos. Os operadores charter vendem cerca de 5 milhões de viagens charter por ano na região nórdica – o que corresponde a aproximadamente 40 milhões de dormidas. E é precisamente neste segmento que perdemos muitos clientes que, na realidade, poderiam muito bem ter sido nossos. Os clientes escolhem simplesmente Creta, Maiorca e a Turquia porque esses destinos fazem parte do programa dos operadores de viagens charter – mas não por terem uma preferência por eles em relação ao Algarve, Estoril ou destinos semelhantes em Portugal. E é por isso que estamos a travar uma luta direccionada para manter a capacidade charter que ainda temos.

Boa leitura!



# A SAS CONFIRMA QUE EM BREVE SERÁ POSSÍVEL FAZER VIAGENS COM PONTOS COM A TAP

Os membros do SAS Eurobonus poderão, em breve, reservar viagens com pontos com a TAP Air Portugal.

Segundo o diretor do Eurobonus, Aron Backström (assumirá o cargo de diretor geral da Swedavia no próximo dia 10 de agosto), as reservas poderão ser abertas já nos próximos dias.

A estrutura de preços segue o mesmo modelo dos outros parceiros da SkyTeam, e os voos da TAP podem ser combinados com voos da SAS, mas, inicialmente, não com voos de outras companhias da SkyTeam. O American Express Companion Ticket também será válido nos voos da TAP.

Após a transição da SAS para a SkyTeam, a disponibilidade de lugares-bónus diminuiu, mas espera-se que a parceria com a TAP proporcione mais opções de viagem atrativas, especialmente para a América do Sul e África via Lisboa. O lançamento marca também um passo em direção a mais colaborações fora da aliança.

Fontes: [SAS bekräftar: bonusresor med TAP snart möjliga - Travel News](#)  
[SAS bekrefter: TAP-bonusreiser lanseres om kort tid - JETLAG](#)



## AGÊNCIA SOLFAKTOR: GUERRA NO MÉDIO ORIENTE ALTERA HÁBITOS DE VIAGEM

A agência de viagens online Solfaktor está a registar uma quebra nas vendas para o Médio Oriente, Turquia, Chipre, Egito e Tailândia – mas, ao mesmo tempo, um crescimento significativo nas viagens para países da Europa Ocidental.

“Continuamos a ter crescimento, mas já não é tão acentuado como antes do início do conflito.”

A grande agência de viagens online escandinava Solfaktor, anteriormente conhecida como Escapeaway e pertencente ao grupo norueguês Braganza, está a observar mudanças claras nos padrões de viagem dos clientes. Esta evolução surge na sequência dos recentes acontecimentos militares no Médio Oriente, iniciados no mês passado com os ataques dos Estados Unidos e de Israel ao Irão.

Em declarações ao Standby.dk, Christina Morán, diretora da Solfaktor Dinamarca e membro da direção da associação dinamarquesa de agências de viagens (Rejs), afirma:

“O crescimento nas vendas de viagens para países da parte ocidental e central do Mediterrâneo ocorre, em certa medida, à custa da Turquia e do Egito, bem como de destinos de longo curso, que já não tinham grande peso para nós – como a Tailândia, o Dubai e os Estados Unidos.”

Destaca ainda um aumento claro nas viagens com voos regulares:

“Estamos a assistir a um forte crescimento nas viagens vendidas com voos regulares para destinos como a Albânia, Espanha e Portugal.”

A Solfaktor iniciou o ano com um crescimento sólido face a 2025, mas a evolução mudou: “Continuamos a crescer, mas já não ao mesmo ritmo de antes do início do conflito. Os clientes tornaram-se mais cautelosos na hora de reservar, mas ainda assim registamos crescimento – sobretudo para destinos na Europa Ocidental”, afirma Christina Morán.

A responsável sublinha também uma tendência clara no mercado:

“Os viajantes estão cada vez mais a optar por destinos seguros e de fácil acesso. Países com voos diretos e tempos de viagem curtos são agora prioritários.”

No total, Espanha, Itália, Polónia, Grécia, Albânia e Portugal representam 79% das vendas da Solfaktor.

Fonte: <https://standby.dk/rejsebureau-krig-i-mellemoesten-aendrer-rejsevaner/>

The logo for Solfaktor, featuring the word "SOLFAKTOR" in a bold, white, sans-serif font, followed by a registered trademark symbol (®). The text is set against a solid orange rectangular background.

# RESULTADOS RECORDE PARA O GRUPO \*NLTG - HOTÉIS TEMÁTICOS E IA EM DESTAQUE PARA O FUTURO

Grande interesse pelos hotéis temáticos, aviões quase lotados e recorde nas viagens regulares com pacotes dinâmicos.

Estes são alguns dos fatores por trás dos resultados recorde de 2025 da Nordic Leisure Travel Group (NLTG), de Petter Stordalen, que inclui, entre outros, a Ving. A empresa está agora a apostar fortemente em IA e em mais hotéis de conceito, enquanto admite uma entrada em bolsa, caso os acionistas assim o desejem.

Entre 2007 e 2018, a Ving registou uma margem de lucro entre 8 e 10%, mas a britânica Thomas Cook plc, entrou em falência em 2019, em parte devido ao facto de ter ficado para trás na digitalização e de ter realizado uma série de aquisições desastrosas. A divisão nórdica sempre foi muito rentável, mas precisava rapidamente de um novo proprietário. A empresa foi salva em 2019 pelo Strawberry Group, de Petter Stordalen, em conjunto com as sociedades de capital de risco Altor e TDR Capital. O resultado foi o Nordic Leisure Travel Group, cujo primeiro desafio foi a pandemia, com consequente queda no volume de negócios e resultados desastrosos.



O último relatório de contas apresenta, no entanto, números mais positivos. O volume de negócios do último exercício económico aumentou em meio milhar de milhões de coroas, atingindo 16,8 mil milhões de coroas. Por outro lado, o resultado do grupo após operações financeiras ascendeu a 540 milhões de coroas, representando uma melhoria significativa face a anos anteriores, desempenho este que agrada ao diretor financeiro da NLTG, Per Knudsen.

- Nos últimos quatro anos, fizemos uma recuperação extraordinária, não só reforçámos a tesouraria em cerca de 3 mil milhões de coroas, como estamos atualmente sem dívida, depois de termos reembolsado os últimos empréstimos contraídos durante a covid já em fevereiro.

Em setembro de 2025, os capitais próprios ascendiam a pouco mais de mil milhões de coroas, enquanto o rácio de autonomia financeira aumentou para 13,4%, face a 6,5% no ano anterior.

PK - Já deixámos a pandemia para trás e estamos a caminho de uma rentabilidade histórica. Em suma, estamos agora a ganhar mais por viagem do que anteriormente, o que se deve aos preços mais elevados dos hotéis e dos bilhetes de avião, em consequência da inflação e da desvalorização da coroa sueca. Melhorámos, ainda, a utilização da capacidade da frota de aviões, para além disso, a área de negócio de viagens regulares com pacotes dinâmicos atingiu o seu melhor resultado de sempre.

As viagens regulares com pacotes dinâmicos representam atualmente 10% do volume de negócios total da NLTG. Os destinos Londres, Paris e Barcelona são os maiores em termos de número de hóspedes, enquanto as Maldivas e as Maurícias são os maiores em termos de volume de negócios.

PK- Isto é um excelente complemento para a nossa atividade principal, quando não é viável voarmos com o nosso próprio charter. É positivo tanto para aumentar a relevância junto dos nossos clientes como para podermos conquistar uma maior quota do mercado de férias. Temos, ainda, o maior crescimento no segmento regular, mas acreditamos que o nosso negócio original de charter continuará a ser a base da nossa atividade.

Nos resultados da NLTG estão, no entanto, incluídos itens não recorrentes no valor total de 318 milhões de coroas suecas, principalmente relacionados com a venda do hotel de conceito Sunwing Arguineguín, na Grande Canária, à empresa Premia Properties, cujo preço de venda foi de 64 milhões de euros e o lucro realizado ascendeu a 312 milhões de coroas suecas.

No entanto, os resultados da NLTG incluem itens não recorrentes no valor total de 318 milhões de coroas suecas, principalmente relacionados com a venda do hotel conceptual Sunwing Arguineguín, na Gran Canaria, à empresa Premia Properties. O preço foi de 64 milhões de euros e o lucro de venda contabilizado foi de 312 milhões de coroas suecas.

PK - A NLTG não é uma empresa imobiliária. Com efeito, a nossa competência reside na gestão e no desenvolvimento de conceitos hoteleiros próprios e únicos, da mesma forma que não somos proprietários da nossa frota de aviões, também não precisamos de ser proprietários de todos os imóveis.

Encontrámos agora um excelente parceiro na empresa sueco-grega Premia, que é um proprietário profissional e de longo prazo de vários dos nossos imóveis hoteleiros.

- Os hotéis temáticos são precisamente algo em que a NLTG continua a apostar fortemente. Um exemplo que será lançado este verão é o LiveEz, um conceito de hotel para adultos. A margem dos hotéis temáticos próprios do grupo é mais do dobro da dos hotéis externos, em grande parte devido a todas as vendas adicionais, desde a comida e bebida até ao spa.

- Além disso, temos uma taxa de ocupação muito elevada nestes hotéis, uma vez que oferecemos estadias fixas de uma, duas ou três semanas, com datas de chegada e partida fixas. Pretendemos também expandir significativamente o nosso portfólio de conceitos hoteleiros próprios e exclusivos. A maior limitação atual é a disponibilidade de novos hotéis conceituais atraentes em destinos populares como o Mediterrâneo, as Ilhas Canárias e a Tailândia, bem como a disponibilidade de capacidade aérea para outros destinos igualmente atrativos na Europa.

A empresa constata que a procura pelos seus produtos é forte e, numa base anual, a ocupação dos voos já se situa em mais de 97%.

PK - A elevada utilização da capacidade sempre foi uma parte central do nosso modelo de negócio, mas quando a procura é forte, podemos também aumentar as nossas margens. Vemos também que podemos vender mais produtos complementares aos nossos clientes, desde seguros e pacotes de refeições a excursões e lojas duty-free nos nossos voos. Além disso, existe aqui um grande potencial para um crescimento adicional graças à IA.

TN - Em que é que concretamente acham que a IA pode ajudar?

PK - Trata-se sobretudo de tornar a experiência mais fácil para o cliente, por exemplo ao reservar opções adicionais ou de outras formas personalizar a sua viagem. Além disso, utilizamos a IA para otimizar processos internos como a produção de conteúdos, traduções e atendimento ao cliente. Pode também tratar-se de soluções inteligentes nos aeroportos, como encontrar e localizar o autocarro certo. Tudo isto, claro, sempre combinado com serviço personalizado.

Agora que a NLTG apresenta lucros e um balanço económico reforçado, surge também a próxima questão: como e quando os proprietários devem “abandonar” o negócio, sendo que uma cotação na bolsa é uma via possível.

PK - Petter Stordalen deixou claro que a sua perspetiva é de muito longo prazo, já a Altor e a TDR têm um modelo de negócio diferente e pretendem,

em determinada altura, passar o testemunho, o que pode acontecer de várias formas.

TN - O que aponta a favor e contra a possibilidade de uma cotação na bolsa já este ano?

PK - Esta é, principalmente, uma questão para os nossos acionistas, historicamente, podemos constatar que empresas com uma estrutura de propriedade semelhante à da NLTG, em certos casos, foram cotadas, enquanto outras foram vendidas a novos proprietários.

Por último, de que forma é que a crise e a guerra no Médio Oriente vos afetam?

PK - Para a primavera e grande parte da época de verão, a nossa necessidade de combustível de aviação está garantida através de contratos a prazo, o que significa que o conflito terá um impacto bastante limitado. Mas se a situação se mantiver com preços elevados do combustível de aviação, teremos de aumentar os nossos preços para cobrir os custos mais elevados do combustível. Trata-se de um fenómeno do setor, pelo que prevemos, de um modo geral, preços mais elevados dos bilhetes de avião. Vemos que várias companhias aéreas já introduziram sobretaxas de combustível.

\*O Nordic Leisure Travel Group (NLTG) é o principal grupo de férias dos países nórdicos e é composto pelas agências de viagens Ving (Suécia/Noruega), Globetrotter, Spies (Dinamarca) e Tjäreborg (Finlândia). O grupo inclui também a companhia aérea Sunclass Airlines e a empresa hoteleira Resorts & Hotels, que gere os seus próprios conceitos, como Sunwing Family Resorts, Ocean Beach Club e Sunprime Hotels

Fonte: Rekordresultat för NLTG - koncepthotell och AI i fokus framåt - Travel News

The logo for Sunwing, featuring the word "SUNWING" in a large, white, stylized font with a wavy line above the "G", set against a solid orange background.The text "FAMILY RESORTS" in a bold, black, sans-serif font, centered on a white background.

## A SAS PROMETE INTERNET DE ALTA VELOCIDADE GRATUITA PARA MEMBROS EUROBONUS NUMA GRANDE PARTE DAS ROTAS ANTES DA ÉPOCA DE VERÃO

A SAS lançou WiFi de alta velocidade baseado na tecnologia Starlink a bordo e prevê implementar a solução em grande parte da sua frota antes do verão. Os membros EuroBonus terão acesso gratuito à internet, com velocidades até 500 Mbps, através de uma parceria com a operadora de telecomunicações 3.

Após um período de testes e instalação, a solução encontra-se agora em operação comercial. A tecnologia, baseada numa vasta rede de satélites de órbita baixa, garante uma ligação estável – inclusive em regiões do norte, onde a cobertura tem sido tradicionalmente um desafio.

O WiFi permite streaming, trabalho e outras atividades intensivas em dados, sendo a SAS a primeira companhia aérea na Europa a implementar o Starlink em aeronaves Airbus A320.

A iniciativa representa o primeiro passo numa estratégia digital mais ampla, onde a melhoria da conectividade pretende reforçar a experiência do cliente e tornar-se uma parte integrante do produto a bordo.

Fonte: <https://travelnews.no/nyheter/sas-gar-live-med-starlink-ruller-ut-hoyhastighets-wifi-pa-store-deler-av-flaten-for-sommeren/>



## OPERADOR APOLLO: FÉRIAS NO ESTRANGEIRO SÃO MAIS IMPORTANTES DO QUE O ANO NOVO E ANIVERSÁRIOS

Num novo estudo de tendências da Apollo Rejser, mais de metade dos dinamarqueses afirma que as férias no estrangeiro são o ponto alto do ano. É mais do dobro dos que colocam o Natal e o Ano Novo em primeiro lugar.

“A análise mostra o quão fortes são as férias no estrangeiro na vida dos dinamarqueses e o valor que lhes atribuem. As férias são algo que se aguarda, se planeia e se vive com entusiasmo”, afirma Glenn Bisgaard, diretor comercial na Dinamarca da Apollo Rejser, em comunicado.

Aquilo de que os dinamarqueses menos gostariam de abdicar ao longo de um ano é da viagem de férias – apenas 13,8% considerariam prescindir dela. Em comparação, quase três vezes mais poderiam passar sem álcool (38,4%) e cerca do dobro sem presentes de Natal e celebrações de aniversário (29%).

Embora as férias no estrangeiro sejam consideradas a prioridade mais importante para ambos os géneros, o estudo revela diferenças claras noutras preferências. Por exemplo, 44,5% das mulheres dizem que poderiam abdicar do álcool durante um ano, enquanto apenas 32% dos homens afirmam o mesmo.

Apesar das diferenças nos hábitos e nas pequenas indulgências, há uma coisa certa: as férias continuam a ser o denominador comum de que ninguém quer abdicar, conclui a Apollo Rejser.

Fonte: <https://standby.dk/rejsebureau-udlandsferie-slaar-nytaar-og-foedselsdage/>



## VITUS REJSER: “VAMOS TER DE ENVIAR UMA FATURA ADICIONAL AOS CLIENTES”

Tanto as viagens de avião como as de autocarro estão a tornar-se mais caras na sequência dos conflitos no Médio Oriente. “O suplemento de combustível também irá afetar negativamente os nossos resultados”, afirma a diretora da Vitus Rejser, uma das maiores agências de viagens de autocarro da Dinamarca.

Jakob Hahn, advogado e diretor setorial da associação dinamarquesa de agências de viagens (Rejs), afirmou recentemente ao Standby.dk sobre os aumentos de preços relacionados com o encarecimento do combustível:

“A legislação sobre viagens organizadas é relativamente simples nesta matéria: o organizador pode aumentar o preço da viagem até oito por cento. Se o aumento for superior, o cliente deve ter a possibilidade de cancelar a compra – e o aviso só pode ser feito se faltarem mais de 20 dias para a partida.”

Os preços dos bilhetes de avião aumentaram devido aos conflitos na região do Golfo Pérsico entre Israel/EUA e o Irão. Que os preços das viagens irão subir é confirmado por Heidi Maak Glinvad ao Standby.dk:

“Os aumentos vão acontecer. Está previsto nas nossas condições gerais que podemos aplicar um suplemento de combustível até um máximo de oito por cento do preço da viagem e, neste caso, iremos enviar essa fatura adicional aos clientes. Tivemos partidas no fim de semana e na semana passada, e esses custos adicionais de combustível tivemos de os suportar nós próprios, pois não tivemos tempo de comunicar os aumentos de preços”, explica Heidi Maak Glinvad, acrescentando:

“Vai certamente ter impacto nos nossos resultados.”

Fonte: <https://standby.dk/vi-kommer-til-at-sende-ekstra-regning-til-gaesterne/>



## A INTEGRAÇÃO ESCANDINAVA CONTINUA - GRANDE AGÊNCIA NORUEGUESA ANALISA ENTRADA NO MERCADO DINAMARQUÊS

A maior agência norueguesa de viagens de negócios, a Berg-Hansen, confirma o interesse em entrar também no mercado dinamarquês – possivelmente já este ano. Numa primeira fase, a empresa irá abrir na Suécia ainda este ano, com 20 colaboradores.

A Berg-Hansen pretende expandir-se para fora da Noruega, com presença na Suécia, Finlândia e Dinamarca. Segundo o CEO do grupo, Per Arne Villadsen: “Antes de começarmos a conquistar clientes no mercado sueco, temos de garantir que a nossa tecnologia funciona. Quando isso estiver assegurado (na Suécia), poderemos replicar o modelo na Dinamarca e na Finlândia, esperamos que até ao final do ano”, afirmou ao Business Travel News.

A empresa é a terceira maior TMC (Travel Management Company) da região nórdica, iniciará a expansão com uma base em Estocolmo e cerca de 20 colaboradores. Estão também previstos escritórios em Gotemburgo e Malmö.

Per Arne Villadsen acrescenta que a Berg-Hansen poderá crescer na região nórdica também através de aquisições e fusões. Sobre o motivo desta expansão neste momento, o CEO refere que “abriu-se uma porta” após a aquisição da CWT pela Amex GBT no ano passado. Só na Dinamarca, a Amex GBT, a CWT e a Egencia (também detida pela Amex) representam cerca de 60% do mercado de viagens de negócios.



Num e-mail ao Standby.dk, Per Arne Villadsen afirma que o objetivo da empresa é “tornar-se, num prazo de cinco anos, um dos principais operadores na região nórdica”. A ambição passa por continuar a expansão para outros países nórdicos – mas primeiro consolidar a presença na Suécia, antes de avançar para a Dinamarca e Finlândia.

A Berg-Hansen, que atua exclusivamente no segmento de viagens de negócios, incluindo MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Events), conta com cerca de 500 colaboradores distribuídos por 21 escritórios em toda a Noruega. A sede encontra-se em Oslo.

Fonte: <https://standby.dk/stort-udenlandsk-rejsebureau-ser-paa-dansk-aabning/>

## RECEITAS RECORDE NA SPIES REJSER, MAS PRESSÃO SOBRE A RENTABILIDADE

A agência de viagens Spies alcançou receitas recorde superiores a dois mil milhões de coroas dinamarquesas no exercício de 2024/25, mas com uma margem de lucro reduzida, cerca de 1%. A empresa registou 255.677 clientes – o melhor resultado desde a pandemia – aproximando-se dos níveis de 2019.

Apesar do crescimento, a rentabilidade está sob pressão devido ao aumento generalizado dos custos ao longo de toda a cadeia de valor das viagens. Segundo o diretor-geral, Jan Vendelbo, os preços aumentaram entre 7% e 9%, mas os custos cresceram ainda mais, sendo difícil transferir totalmente esses aumentos para os clientes devido à concorrência.

Ainda assim, a empresa mantém uma elevada taxa de ocupação: cerca de 97% nos voos da Sunclass Airlines e mais de 98% nos hotéis do grupo. Vendelbo destaca como vantagem o controlo significativo sobre toda a cadeia de valor.



Devido à pressão sobre as margens, as agências charter na Dinamarca irão oferecer, em média, menos 7% a 9% de viagens na próxima época de verão. A Spies prevê cerca de 260.000 clientes em 2025, dos quais 150.000 no verão.

Cerca de 10% dos clientes viajam com voos regulares em pacotes dinâmicos. A empresa também registou uma das melhores épocas de inverno dos últimos 15-20 anos.

Por fim, os conflitos no Médio Oriente estão a influenciar a procura: há maior interesse por destinos como a Grécia e o Mediterrâneo ocidental (especialmente Maiorca), enquanto destinos como Chipre e Turquia registam menor procura, embora a sensibilidade ao preço continue a desempenhar um papel importante.

Fonte: <https://standby.dk/rekord-omsaetning-i-spies-men-pres-paa-indtjeningen/>

## **O UNLIMITED TRAVEL GROUP (UTG) EXPANDE OPERAÇÕES E ADQUIRE A EMPRESA HOLANDESA WATERPROOF EXPEDITIONS**

Charlotte Blum, diretora executiva da Unlimited Travel Group - Trata-se de uma aquisição estrategicamente muito interessante. Na verdade, a Waterproof Expeditions complementa bem a nossa atividade atual, tanto através de uma oferta mais diversificada como reforçando a nossa posição em períodos do ano em que, atualmente, temos uma atividade mais reduzida. Por outro lado, trata-se de uma empresa bem gerida, com uma marca forte e boa rentabilidade, que partilha a nossa paixão por evoluir constantemente para proporcionar experiências de classe mundial.

Quem vendeu a Waterproof Expeditions foi a diretora executiva Marlynda Elstgeest, que fundou a empresa em conjunto com o mergulhador polar sueco Göran Ehlme e tem sede em Roterdão. A empresa conta com seis funcionários e registou um volume de negócios de 3,3 milhões de euros em 2025, com um EBITA de 0,8 milhões de euros. O valor total da transação ascende a 3,8 milhões de euros, dos quais 2,3 milhões de euros serão pagos na data de entrada em vigor e o restante será pago como um pagamento adicional dinâmico baseado nos resultados dos próximos dois anos.

Esta será a terceira aquisição em pouco tempo para a Unlimited Travel Group. Em fevereiro, adquiriu uma participação maioritária na Surfakademin e, em junho do ano passado, comprou a agência de viagens de negócios Nex Travel, em Luleå.

CB - Observamos uma procura que continua forte por viagens de expedição, tanto na Suécia como a nível internacional. Com duas empresas complementares no grupo, sinergias evidentes e um melhor equilíbrio ao longo do ano, criamos boas condições para continuar a desenvolver a nossa oferta e reforçar a nossa posição no mercado internacional.

A Waterproof Expeditions integrou o grupo a partir do dia 31 de março de 2026.

Fonte: [UTG går under ytan - köper Waterproof Expeditions - Travel News](#)



## TEMPOS DE ESPERA MAIS LONGOS NOS AEROPORTOS À MEDIDA QUE SE APROXIMA O PRAZO PARA O EES

A associação europeia de aeroportos, a ACI Europe, e a Airlines for Europe (A4E) reiteram a necessidade de maior flexibilidade na implementação do sistema biométrico EES, após o prazo de lançamento de 10 de abril ter sido ultrapassado.

O EES foi lançado por fases em outubro de 2025 e a UE prometeu conceder aos 29 países participantes do Espaço Schengen “alguma flexibilidade” para evitar filas excessivamente longas neste verão.

A ACI Europe e a A4E afirmam que já têm assistido a um “agravamento contínuo dos tempos de espera” nos aeroportos europeus desde que entrou em vigor, a 10 de março, a exigência obrigatória de que pelo menos 50% dos passageiros provenientes de “países terceiros”, como o Reino Unido e os EUA,

sejam registados através do EES. A partir de terça-feira (31 de março), a UE exige que todos os cidadãos de países terceiros passem pelo EES.

“Os tempos de espera atingem agora regularmente até duas horas nas horas de ponta, e alguns aeroportos relatam filas ainda mais longa”, informação veiculada por estas duas organizações. Ambas alertaram para o facto de que “a situação corre o risco de se agravar ainda mais” a partir de 10 de abril, uma vez que os países da UE já não poderão suspender totalmente o EES nas horas de ponta.

A Comissão afirmou que concederá flexibilidade aos Estados-Membros após o prazo de 10 de abril. Isto inclui uma “suspensão parcial” do EES, se necessário, por mais 90 dias e uma “possível prorrogação de 60 dias” para cobrir a época alta do verão.

A UE também criou uma aplicação que permite aos passageiros efetuar o pré-registo no EES, mas, até ao momento, esta só tem sido utilizada na Suécia e em Portugal.

A maioria dos Estados-Membros já regista mais de 75 % das passagens de fronteira.

Fonte: [Längre väntetider på flygplatser när deadline för EES närmar sig - Travel News](#)



# A AGITAÇÃO NO MÉDIO ORIENTE PERTURBA A INDÚSTRIA DO TURISMO NO MEDITERRÂNEO ORIENTAL

Chipre e a Turquia registam um forte aumento de cancelamentos, e os viajantes procuram agora alternativas mais seguras na Europa Ocidental.

A região tem sido abalada por um aumento das tensões e por relatos de ataques com drones que afetaram infraestruturas e o tráfego aéreo, o que se refletiu claramente nas estatísticas de reservas, de acordo com informação no Financial Times.

Chipre foi duramente atingido por uma onda de cancelamentos e alguns relatórios dão conta de que a situação é tão grave que algumas áreas específicas registaram até 100% de cancelamentos no curto prazo. Em consequência disso, as previsões económicas para o setor turístico cipriota foram revistas em baixa.

A Turquia, que iniciou o ano com expectativas de um novo ano recorde para o turismo, assiste agora ao cancelamento de viagens, especialmente para as regiões leste e sudeste do país.

O conflito não se limita apenas às áreas mais próximas dos distúrbios. Um claro “efeito de onda” está a espalhar-se pelo Mediterrâneo Oriental, inclusivamente a Grécia também está, atualmente, a registar um abrandamento no fluxo de reservas, principalmente por parte de viajantes de Israel e dos Estados do Golfo.

Os grandes vencedores desta tendência são os países da Europa Ocidental e do Atlântico, incluindo Espanha, Portugal, Itália e Cabo Verde.

Apesar da situação sombria das reservas e dos relatos de ataques com drones, o quadro da situação é, em parte, ambíguo. Alguns turistas que já se encontram no local afirmam sentir-se seguros. As recomendações oficiais para viagens alertam, em primeiro lugar, para as zonas nas imediações das fronteiras, enquanto os destinos turísticos populares são frequentemente considerados mais tranquilos.

Fonte: [Oroligheter i Mellanöstern skakar turistindustrin i östra Medelhavet - Travel News](#)

# FINNAIR - UMA ESTRATÉGIA DUPLA, NOVOS EMBRAER E ANTIGOS AIRBUS

A Finnair está a fazer algo que poucas companhias aéreas se atrevem, em vez de apostar totalmente em aviões novos, optou por uma estratégia mista e pouco convencional, nomeadamente combinar novos Embraer E195-E2 com Airbus A320/A321 antigos.

Após vários anos de espera, a Finnair decidiu, assim, renovar a sua frota de curta e média distância, tendo encomendado 18 aviões Embraer E195-E2, com entregas a começar em 2027, com opções que podem elevar o total para cerca de 46 aeronaves.

Estes aviões de 134 lugares são considerados ideais, suficientemente grandes para serem rentáveis, e ao mesmo tempo suficientemente pequenos para operar rotas com menos procura. Vão, então, substituir os atuais E190 e servirão tanto para alimentar os voos de longa distância como para reforçar a rede na Finlândia e no norte da Europa.



Por outro lado, e de forma algo surpreendente, a companhia está a procurar no mercado de segunda mão Airbus A320 e A321 mais antigos, decisão que vai contra a tendência atual da indústria, que costuma privilegiar sempre os modelos mais modernos. Todavia, a Finnair justifica-a com a realidade atual do sector, designadamente problemas com motores nos aviões neo, longos prazos de entrega de novos aparelhos e custos de leasing muito elevados.

Os Airbus antigos, já totalmente ou quase pagos, permitem à companhia ganhar tempo, manter custos baixos e evitar depender de longas filas de espera por aviões novos. O CEO Turkka Kuusisto destaca ainda que os Embraer E195-E2 trazem vantagens claras em emissões, ruído e experiência a bordo, mas sublinha que o tamanho certo do avião é, por si só, uma importante medida de sustentabilidade.

Resumindo, a Finnair está a seguir uma estratégia pragmática e inteligente, modernizando parte da frota com o que há de mais avançado (Embraer), mas utilizando aviões usados (Airbus) para controlar custos e manter flexibilidade num mercado difícil.

Fonte: Finnairs dubbla strategi: nya Embraer och gamla Airbus

## BARÓMETRO DA CONJUNTURA SUECA MARÇO 2026 - O CLIMA ECONÓMICO NA SUÉCIA MANTÉM-SE SÓLIDO

O indicador do barómetro manteve-se praticamente inalterado em março, refletindo um nível de confiança estável na economia. A maioria dos sectores empresariais apresenta uma posição equilibrada, com exceção da construção, que registou novo fortalecimento e se encontra agora claramente acima da média. Por outro lado, a confiança dos agregados familiares continua mais baixa que o habitual e caiu ligeiramente ao longo do mês.

De um modo geral, as empresas esperam aumentar os preços de venda nos próximos três meses a um ritmo regular. No entanto, no comércio retalhista, os planos de preços estão consideravelmente abaixo do habitual, principalmente devido às empresas do sector alimentar, que antecipam descidas de preços em consequência da redução do IVA sobre os alimentos, em vigor a partir de 1 de abril.

### Principais destaques por sector:

Indústria transformadora: ligeiro fortalecimento, impulsionado por melhores expectativas de produção e encomendas;

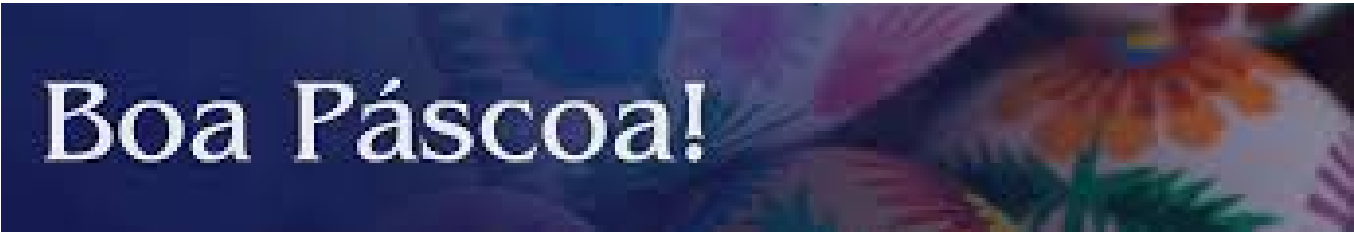
Construção: continuação da subida, sustentada por planos mais otimistas de contratações;

Comércio: queda acentuada, devido a expectativas de vendas mais baixas;

Serviços: descida moderada, provocada por uma menor procura esperada nos próximos meses.

Em resumo, a economia sueca mantém-se estável e sólida, com a construção a destacar-se, neste momento, como o sector mais robusto.

Fonte: Fortsatt normaltstarkt stämningläge - Konjunkturinstitutet



Boa Páscoa!