

NEWSLETTER NÓRDICOS

As últimas notícias dos países nórdicos



PREFÁCIO — EM 2026 PRETENDEMOS CONSOLIDAR PARCERIAS ESTRATÉGICAS A GRANDE ESCALA

A nossa pequena equipa é composta, como a maioria sabe, por apenas duas pessoas que trabalham de forma focada e ativa para promover o aumento dos fluxos turísticos para Portugal. O interesse em colaborações é elevado e recebemos regularmente pedidos de projetos e parcerias, tanto de grande como de menor dimensão. Por essa razão, somos obrigados a definir prioridades claras e a concentrar os nossos recursos nas iniciativas de maior relevância estratégica.

Nesta região do mundo, onde raramente se abrem portas de forma rápida a novos parceiros — e onde, de certa forma, também assumimos o papel de vendedores —, a construção de relações e a conquista de confiança levam tempo. Em contrapartida, quando essa confiança é alcançada, o potencial é significativo. Com alguma satisfação, podemos afirmar que chegámos exatamente ao ponto onde pretendíamos estar.

Atualmente, mantemos relações sólidas e diretas com todos os principais operadores turísticos, e foi finalmente possível estabelecer colaborações com companhias aéreas como a Norwegian, a SAS, a Finnair e a AirBaltic. A TAP continuará, naturalmente, a ser o nosso parceiro mais próximo, mas aqui beneficiámos do facto de a relação já estar estabelecida. Estamos em negociações para campanhas promocionais conjuntas com a Norwegian e a SAS, e desenvolvemos simultaneamente vários projetos com outros grandes players do setor, como a AirBaltic, a Ticket, o Nordic Leisure Travel Group, a Sembo, a Bravo Tours, a Rolfs Flyg & Buss, entre muitos outros.

2026 será o ano em que jogamos em grande escala. Iremos organizar tanto viagens de familiarização como viagens de imprensa, com muitos participantes altamente relevantes, e já dentro de poucas semanas – aquando da realização da BTL, em Lisboa – receberemos um grupo escandinavo para o qual foi necessário solicitar vagas adicionais, devido à elevada procura.

Podemos também confirmar desde já que, em 2026, voltaremos a realizar os grandes workshops do Turismo de Portugal nas quatro capitais nórdicas, nas seguintes datas: 30/11 em Copenhaga, 1/12 em Oslo, 2/12 em Estocolmo e 3/12 em Helsínquia. Este ano, os workshops terão lugar em espaços maiores, uma vez que esperamos um forte interesse e uma elevada participação, tanto por parte dos operadores portugueses como dos mercados locais.

Estamos entusiasmados com um ano de trabalho intenso, ambicioso e muito estimulante.

Boa leitura!

A INSTÂNCIA DE RECLAMAÇÃO FORBRUGER EUROPA DINAMARCA: EIS AS PRINCIPAIS QUEIXAS DOS CLIENTES DO SETOR DAS VIAGENS

A “Forbruger Europa Dinamarca” registou, em 2025, um aumento significativo do número de processos. No que diz respeito ao setor das viagens, os dois domínios que mais problemas causaram aos consumidores foram o aluguer de automóveis e o aluguer de alojamento de férias.

O aluguer de automóveis continua a ser um dos maiores desafios para os viajantes. As reclamações incidem sobretudo sobre cobranças adicionais inesperadas – tanto no momento do levantamento do veículo como após o regresso de férias – nomeadamente por alegados danos, multas, não devolução do depósito de garantia ou pagamento de seguros adicionais que os clientes sentem ter sido pressionados a contratar. Além disso, muitos consumidores queixam-se de que o veículo entregue não corresponde ao modelo previamente reservado. A Forbruger Europa recomenda uma documentação rigorosa (fotografias e vídeos no levantamento e na devolução do veículo), bem como a assinatura “sob protesto” caso o cliente seja pressionado a efetuar pagamentos adicionais. Salienta ainda a importância de alugar veículos junto de empresas aderentes ao serviço europeu de conciliação para o aluguer de automóveis.



O aluguer de alojamento de férias também gera um número elevado de reclamações. Os problemas mais frequentes prendem-se com uma qualidade inferior à anunciada, deficiências no alojamento e falhas que não são resolvidas. Um desafio central é o facto de muitos consumidores não documentarem as reclamações enquanto se encontram no destino. Por esse motivo, a Forbruger Europa sublinha que é fundamental informar o proprietário ou a empresa de viagens sobre os problemas durante a estadia – de preferência por escrito – para que seja possível apresentar uma reclamação posteriormente.

Fonte: <https://standby.dk/forbrugereuropa-billeje-og-feriebolig-stor-udfordring/>

FEIRA FERIE FOR ALLE (DANISH TRAVEL SHOW) - O MINISTRO DOS NEGÓCIOS ESTRANGEIROS, LARS LØKKE RASMUSSEN, FARÁ O DISCURSO DE ABERTURA

O aluguer de alojamento de férias também gera um número elevado de reclamações. Os problemas mais frequentes prendem-se com uma qualidade inferior à anunciada, deficiências no alojamento e falhas que não são resolvidas. Um desafio central é o facto de muitos consumidores não documentarem as reclamações enquanto se encontram no destino. Por esse motivo, a Forbruger Europa sublinha que é fundamental informar o proprietário ou a empresa de viagens sobre os problemas durante a estadia – de preferência por escrito – para que seja possível apresentar uma reclamação posteriormente.

Fonte: <https://standby.dk/forbrugereuropa-billeje-og-feriebolig-stor-udfordring/>

MOMONDO – 10 TENDÊNCIAS-CHAVE PARA 2026

O motor de pesquisa de viagens Momondo identificou 10 tendências-chave que se espera venham a moldar o comportamento de viagem dos dinamarqueses em 2026. O relatório aponta para mudanças significativas tanto na escolha dos destinos como nas formas de viajar, incluindo um interesse crescente por destinos menos visitados, slow travel, bem-estar e wellness em detrimento do luxo tradicional, bem como uma maior procura por experiências autênticas em cidades de menor dimensão e zonas rurais.



As 10 tendências são:

1. Destinos menos visitados – crescente interesse por destinos alternativos e menos conhecidos.
2. Soluções de viagem flexíveis – maior importância de formas de pagamento flexíveis e de flexibilidade económica.
3. Experiências “wow” – procura por experiências únicas e impressionantes, especialmente ligadas à natureza e a locais icónicos.
4. Maior confiança na IA – a inteligência artificial é cada vez mais utilizada para inspiração e escolha do destino.
5. Bem-estar em vez de estatuto – o luxo é cada vez mais definido pelo bem-estar e pelo conforto pessoal, e não pelo prestígio.
6. Pequenas cidades e zonas rurais – autenticidade, menos multidões e custos mais baixos afastam os viajantes das grandes cidades.

- 7.Event-travel - viagens associadas a eventos desportivos, concertos e manifestações culturais tornam-se um motor independente de viagem.
- 8.Slow travel - viagens mais lentas, com foco na qualidade em vez da quantidade.
- 9.Mais viagens curtas - combinação de uma viagem principal com várias escapadinhas ao longo do ano.
- 10.Aventura leve e equilibrada - férias ativas com atividades como caminhadas e ciclismo, mas sem exigência física excessiva.

No seu conjunto, estas tendências estão claramente alinhadas com aquelas já identificadas por outros intervenientes do setor das viagens, confirmando um amplo consenso no mercado sobre a evolução da procura até 2026.

Fonte: <https://standby.dk/rejsesoegemaskine-10-tendenser-praeget-2026/>

VING LANÇA NOVO CONCEITO PARA ADULTOS – LIVEEZ HOTELS

Nos próximos dias será lançado o LiveEz, um conceito para adultos que viajam sem crianças. Trata-se de hotéis de menor dimensão e mais personalizados, com boas localizações, muitos deles a curta distância de restaurantes, lojas e praias.

Claes Pellvik, diretor de comunicação da Ving - Além da boa localização, o hotel tem uma atmosfera tranquila e descontraída, onde procuramos criar uma relação de proximidade entre hóspedes e equipa, de forma natural e não intrusiva, um princípio que orientou a definição do conceito



No LiveEz, os hóspedes podem escolher entre quartos e apartamentos confortáveis, trata-se de quartos ou apartamentos com bastante luminosidade e modernos, concebidos para dois adultos. Todos os quartos têm varanda ou terraço e os apartamentos dispõem sempre de uma kitchenette, caso se queira preparar refeições simples.

Os hóspedes do LiveEz também podem escolher entre várias opções adicionais, como pequeno-almoço ou LiveEz Inclusive, o que varia de acordo com a unidades hoteleira. Este pacote inclui pequeno-almoço todos os dias e jantar três ou cinco de sete noites no restaurante do hotel.

O primeiro hotel será inaugurado no verão de 2026, tratando-se do LiveEz Prive Side Suite & Spa em Side, na Turquia. Mais hotéis serão lançados futuramente. A Ving dispõe desde há algum tempo dos seus próprios conceitos Sunwing Resorts e OBC, destinados a famílias, e Sunprime Hotels, lançado em 2007 para adultos que viajam sem filhos. Trata-se, assim, de um conceito mais evoluído para adultos, que exige, entre outros, que os hotéis disponham de ginásio, spa e aulas de fitness.

Fonte: [Ving lanserar nytt vuxenkoncept - LiveEz Hotels - Travel News](#)

DIMINUIÇÃO DO NÚMERO DE PEDIDOS DE EMPRÉSTIMO PARA AS FÉRIAS, SINAL DE MAIOR ESTABILIDADE FINANCEIRA

As reservas para 2026 continuam a aumentar, enquanto menos suecos consideram que a situação económica constitui um obstáculo direto à compra de viagens. Conclusões tiradas do Ticket Collection, o último relatório da agência de viagens Tickets sobre os hábitos de viagem dos suecos.



De acordo com o relatório, as reservas aumentaram 28% em relação ao ano passado, enquanto a percentagem de pessoas que afirmam que a economia afeta negativamente as suas viagens diminuiu de 45% para 24% desde 2025.

- 38% planeiam viajar fora da época alta para obter preços mais baixos
- 37% optam por alojamentos mais baratos
- 32% escolhem destinos para os quais é mais barato voar
- 21% reservam as suas viagens mais cedo do que o habitual para garantir melhores preços

Nota: No inquérito da Sifo da Ticket, os inquiridos tiveram a oportunidade de indicar várias respostas sobre como adaptam as suas viagens, o que significa que os valores percentuais somam mais de 100%.

- 46% afirmam que não planeiam tomar medidas específicas para reduzir os custos durante as férias, um aumento significativo em relação aos 25% do ano anterior. Isso reforça a imagem de que muitas famílias estão a sentir uma maior margem financeira para 2026.

Embora a economia continue a afetar as viagens, a Ticket Collection mostra sinais claros de estabilização na economia das famílias. Isso fica sobretudo evidente, na forma como os suecos financiaram as suas viagens em 2025.

Apenas 2% afirmam ter pago as suas férias a prestações, por exemplo, através de cartão de crédito ou fatura. Trata-se de uma redução significativa em comparação com os 9% do ano anterior e está em linha com os níveis anteriores ao período de alta inflação e aumento das taxas de juro.

A evolução mostra que menos suecos precisaram de pedir empréstimos para as férias em 2025, o que indica uma situação económica mais sólida. Ao mesmo tempo, isso é visível nas estatísticas de reservas para 2026, onde o número de reservas está a aumentar.

De acordo com a Ticket Collection, a Europa continua a ser o continente com maior número de reservas para 2026.

- 64% de todas as viagens reservadas até agora são para destinos europeus.
- As reservas para o continente europeu aumentaram 34% em comparação com o ano anterior e são favorecidas por distâncias mais curtas, mais linhas diretas e custos totais mais baixos do que as viagens longas.

Apenas dois dos dez países de férias mais reservados estão atualmente fora da Europa, o que mostra claramente que a proximidade e o preço continuam a ter um peso importante nas escolhas de viagem dos suecos.

Fora da Europa, a Tailândia continua a ser o destino mais reservado pelos suecos, enquanto o interesse por viagens longas mais baseadas em experiências aumenta, por exemplo, para o Japão e o Vietname. Por outro lado, os EUA destacam-se como o único país no top 10 da lista onde as reservas estão a diminuir para 2026, embora a queda pareça estar a estabilizar. Paralelamente, as viagens para África continuaram a aumentar e agora ultrapassaram a América do Norte em número de viagens reservadas, com 11% mais reservas em comparação com a América do Norte.

Destinos do ano segundo a Ticket Collection

Vencedor do ano: Espanha

Continua a ser o destino de férias preferido dos suecos, com uma procura estável e uma ampla oferta de voos.

Revelação do ano: Itália

Após um período de forte crescimento, a Itália ultrapassou inesperadamente a Grécia como o segundo país mais reservado para férias em 2026, sendo especialmente popular entre os jovens adultos.

O destino mais acessível do ano: Polónia

Aumento significativo para Cracóvia e Gdańsk, impulsionado por preços mais baixos e maior interesse por viagens urbanas.

O regresso do ano: Reino Unido

As reservas para Londres voltam a aumentar após uma queda temporária, à medida que o interesse por Paris diminui.

Os 10 melhores destinos de férias em 2026:

1. Espanha (1)
2. Tailândia (2)
3. Itália (5)
4. Grécia (3)
5. Reino Unido (7)
6. França (6)
7. EUA (4)
8. Portugal (10)
9. Alemanha (8)
10. Chipre (NOVO)

Fonte: Estatísticas de reservas da Tickets. Reservas feitas até 8 de janeiro de 2026 com partida entre 1 de janeiro e 31 de dezembro de 2026, em comparação com o mesmo período do ano anterior (posição em 2025 entre parênteses).

Färre l  nar till semestern - signal om   kad ekonomisk stabilitet - Travel News

APOSTA DAS COMPANHIAS AÉREAS EM PACOTES TURÍSTICOS: GRANDE OFERTA, AMEAÇA LIMITADA

Pelo menos 20 das maiores companhias aéreas do mundo vendem pacotes turísticos, sendo que cerca de metade opera na Europa. A última a entrar no mercado foi a SAS. “Os produtos acabam facilmente por se tornar muito genéricos” afirma o veterano do setor de viagens Pär Kjellin.

A SAS Holidays foi lançada antes do Natal, após vários anos de discussões e planeamento. Um projeto ambicioso: 150 destinos em 38 países, 1268 hotéis à escolha em Espanha, dos quais 453 em Maiorca, 231 nas Ilhas Canárias e 112 na Costa do Sol.

Mas a questão é: Até que ponto os operadores turísticos tradicionais estão preocupados com a perda de quota de mercado?

“Não muito”, acredita Pär Kjellin, que ao longo dos anos trabalhou para os três grandes operadores e conhece o setor melhor do que ninguém .

PK - A maioria das pessoas que viaja de avião precisa naturalmente de um local para ficar alojada. Se as companhias aéreas conseguem incluir um hotel, passam a oferecer um pacote. No entanto, atualmente é extremamente fácil fazer a reserva de forma independente, pelo que estas acabam por competir sobretudo com os viajantes que reservam por conta própria e com plataformas como a Booking.com ou a Hotels.com.



A SAS escolheu o mesmo fornecedor que a Norwegian, a TripX Travel, que por sua vez tem fornecedores para todos os serviços, exceto o voo. São muitos fornecedores que vão dividir os lucros.

PK - O grande fator de sucesso dos organizadores são os hotéis, é sobre o hotel que se fala quando se regressa a casa, não sobre a viagem de avião, a menos que tenha acontecido algo excepcional. Os grandes operadores possuem ou administram hotéis e, no caso da Ving, também uma companhia aérea que transporta clientes para as suas próprias instalações.

Pär Kjellin duvida que as viagens organizadas pelas companhias aéreas venham a conquistar mais do que uma quota de mercado marginal dos operadores :

PK - Os hotéis são o fator de concorrência mais importante, pelo que seria necessário um investimento enorme para competir com os grandes operadores.

Mas ele não descarta totalmente as iniciativas das companhias aéreas no setor de pacotes turísticos:

PK - Pelo que entendi, a EasyJet tem obtido sucesso com a sua iniciativa e a SAS tem a vantagem de ter o Eurobonus e uma marca forte.

Eis algumas das grandes companhias aéreas que apostaram em pacotes de viagens: British Airways, Turkish Airlines, KLM, Air France, Eurowings, SAS, Norwegian, Easyjet, Jet2.com, Emirates, Qatar Airways, Ethiad, Singapore Airlines, Cathay Pacific, Japan Airlines, ANA, Quantas, Air Canada, WestJet.

Fonte: [Flygbolagens paketsatsning: stort utbud, begränsat hot](#) - Travel News





O jornalista Per Lindvall analisa o inesperado e forte fortalecimento da coroa sueca em 2025-2026, que se tornou uma das moedas com melhor desempenho no grupo G10. Subitamente, viajar para o estrangeiro ficou mais barato para os suecos, e destinos tradicionalmente caros como a Noruega deixaram de parecer proibitivos. Este “comeback” da coroa desafia velhas verdades da indústria de viagens e turismo.

Com efeito, durante anos, uma coroa fraca foi vista como benéfica para o turismo inbound sueco (atraía mais visitantes estrangeiros devido aos preços competitivos), mas penalizava as viagens dos suecos ao exterior. Agora, com a moeda forte (o dólar a cerca de 9,40-9,50 coroas (hoje 4ª feira 4.02 está a 08.95 sek), o correspondente a uma valorização de cerca de 17% desde o início do ano), o cenário inverte-se e os suecos ganham poder de compra no estrangeiro, o que pode impulsionar o turismo emissor e alterar padrões de consumo.

O autor argumenta que esta valorização inesperada reflete mais a dinâmica da economia global e a posição dominante do dólar do que um crescimento económico particularmente robusto na Suécia. Lindvall sugere que o fenómeno contraria expectativas antigas do setor e pode trazer novas oportunidades e desafios para a indústria de viagens sueca.

Fonte: [Kronans comeback trotsar alla gamla sanningar - Travel News](#)



CEO DO GRUPO SAS: A ORDEM MUNDIAL JÁ NÃO É A MESMA

O CEO do Grupo SAS, Anko van der Werff, sublinha que a aviação está cada vez mais moldada por uma nova realidade geopolítica, à qual as companhias aéreas têm de se adaptar. Para a SAS, isto traduz-se num foco estratégico numa operação estável, com menos cancelamentos e maior pontualidade – fatores essenciais para os viajantes de lazer, incluindo as viagens para o Sul da Europa.

A SAS prevê um crescimento significativo do tráfego através do Aeroporto de Copenhaga nos próximos cinco anos, incluindo mais rotas diretas. O reforço do hub de Copenhaga poderá aumentar a acessibilidade ao Sul da Europa, tanto através de ligações diretas como de melhores oportunidades de transferência para os viajantes escandinavos.



A entrada na SkyTeam e a parceria estreita com a Air France-KLM deverão ter um impacto relevante na rede de rotas e nas cooperações. Em simultâneo, a SAS aponta para limitações de capacidade em aeroportos como Paris CDG e Amesterdão Schiphol, o que poderá conferir a Copenhaga um papel mais forte como hub alternativo para o tráfego europeu – incluindo para destinos a sul.

O acesso reduzido ao espaço aéreo russo afetou sobretudo o tráfego para a Ásia, mas significa também que as rotas europeias – incluindo o Sul da Europa – ganham uma importância estratégica relativamente maior na rede da SAS. O foco nos EUA é atualmente forte, mas a Europa continua a ser um mercado estável e fundamental.

De forma geral, a SAS considera que 2026 será um bom ano para a aviação, e que o crescimento esperado da procura por viagens, combinado com mais rotas e alianças mais fortes, poderá contribuir positivamente para os fluxos de passageiros entre a Escandinávia e o Sul da Europa.

Fonte: <https://standby.dk/sas-koncernchef-vi-maa-leve-med-ny-verdensorden/>

A FEIRA DE VIAGENS NORUEGUESA TRAVELXPO 2026 ALIA-SE À CAMP VILLMARK, GARANTINDO ASSIM PELO MENOS 25.000 VISITANTES

A TravelXpo 2026, que se realiza de 20 a 22 de março, reposiciona-se de uma feira de viagens tradicional para um festival de viagens interativo dirigido ao consumidor final. O foco está nas experiências, na inspiração e no envolvimento ativo do público, com o objetivo de aumentar o tempo de permanência e promover um diálogo mais qualificado entre visitantes e expositores.

O festival decorre em paralelo com o festival de atividades ao ar livre Camp Villmark, que se espera venha a atrair cerca de 25.000 visitantes, funcionando como um importante motor de afluência de público.



O programa inclui experiências sensoriais como conceitos gastronómicos internacionais, espetáculos culturais, palestras, leilões de viagens e atividades para adultos e crianças, incluindo um dia especialmente dedicado às famílias ao domingo. Um conjunto de figuras públicas conhecidas contribui para gerar atenção e fluxos de público dentro do recinto do festival.

A VING participa pela primeira vez, sinalizando assim o seu apoio à nova orientação estratégica da TravelXpo. Em conjunto com uma ampla diversidade de outros operadores e destinos, a TravelXpo 2026 posiciona-se como uma plataforma rica em experiências para inspiração, vendas e branding no mercado B2C de viagens na Noruega.

<https://travelnews.no/annonsorinnhold/travelxpo-2026-tar-form-en-innholdsrik-og-interaktiv-reisefestival/>

BOM RESTO DA SEMANA

