

19 DE DEZEMBRO DE 2024

# NEWSLETTER NÓRDICOS

---

As últimas notícias dos países nórdicos

---



## PREFÁCIO – “A OVELHA NEGRA”?

Desde a pandemia, os mercados nórdicos têm registado um crescimento estável ano após ano. Embora os aumentos anuais no número de dormidas e visitantes tenham sido moderados, o desenvolvimento tem-se mantido continuamente positivo. Em particular, o mercado dinamarquês revelou-se especialmente forte, e tudo indica que 2024 será o ano em que a Dinamarca alcançará os seus melhores resultados de sempre.

Apesar disso, a Escandinávia é frequentemente vista como “a ovelha negra” no que toca ao crescimento do mercado. Gostaria agora de colocar esta perceção em perspetiva.

Os países nórdicos representam uma ampla variedade de perfis de consumidores, desde aqueles que procuram hotéis de luxo até aos que viajam com uma mochila e o mínimo de conforto. Muitos consumidores nórdicos têm uma preferência por passar as férias em ambientes soalheiros e descontraídos do sul da Europa, onde podem escapar ao stress do quotidiano. De um modo geral, estão abertos a visitar a maioria dos destinos no sul da Europa, embora alguns evitem determinados países muçulmanos, especialmente regimes ditatoriais que não respeitam os direitos humanos. Para além disso, o interesse é abrangente, e fatores como corrupção, economia frágil, ondas de calor ou incêndios florestais têm uma influência surpreendentemente reduzida na escolha do destino.

O mais importante para os consumidores nórdicos são aspetos como o clima, boas opções de transporte (ligações aéreas e pacotes de viagens), preços acessíveis, qualidade das acomodações e atividades como praia, caminhadas, cultura, compras, desporto, segurança e gastronomia.

Estas necessidades podem ser satisfeitas em muitos países, o que significa que um potencial turista do Algarve pode facilmente acabar por escolher Chipre, uma vez que ambos os destinos oferecem facilidades semelhantes. Embora alguns consumidores sejam leais a destinos específicos como Portugal, França ou Itália, a lealdade é geralmente baixa, dado tratar-se de “produtos substituíveis”.

O tempo de voo também desempenha um papel importante. A partir da Escandinávia, o tempo de voo para Faro e Antalya, na Turquia, é praticamente o mesmo, o que significa que não há diferença económica significativa entre escolher um destino a leste ou a oeste. Contudo, num mercado como o da Irlanda, há uma vantagem clara: o tempo de voo de Dublin para Faro é de 2 horas e 55 minutos, enquanto para Antalya é de cerca de 5 horas. Estas duas horas extra custam ao consumidor irlandês cerca de 150 euros (calculados a aproximadamente 75 euros por hora de voo por passageiro), tornando o Algarve uma opção mais atrativa em termos económicos. O mesmo se aplica a outros grandes mercados como o Reino Unido, Holanda, Bélgica e França, que também têm tempos de voo mais curtos e custos mais baixos para Portugal em comparação com a Turquia e a Grécia.

Para os consumidores nórdicos, que não têm esta vantagem económica, existem muito mais destinos disponíveis, uma vez que a diferença nos custos de voo é mínima, independentemente de viajarem para leste ou oeste. O mercado nórdico de turismo emissor é grande, já que uma parte significativa da população viaja para o estrangeiro nas suas férias. O potencial de Portugal

para ganhar quotas de mercado é elevado. No entanto, pelas razões acima expostas, isso exige investimentos estratégicos em marketing direcionado porque não temos qualquer vantagem em termos de curta duração do voo ou outros fatores que tornem mais barato viajar para Portugal em comparação com outros destinos.

## **ABOLIÇÃO DA TAXA DE AVIAÇÃO CONTRIBUI PARA QUE A NORWEGIAN INVISTA FORTEMENTE NA SUÉCIA - “O EFEITO É MAIOR DO QUE MUITOS PENSAM”**

1,5 milhões de passageiros e um aumento da capacidade de 28%. Também valeu a pena celebrar o facto de a Norwegian ter entrado na lista das três principais companhias aéreas do mundo quando se trata de investir em combustível de aviação sustentável. O diretor executivo Geir Karlsen está satisfeito e promete mais rotas diretas a partir de Estocolmo - Arlanda, apesar de considerar que o aeroporto “parece um estaleiro de obras”.

Em novembro, a Norwegian teve cerca de 1,5 milhões de passageiros, em comparação com os 1,3 milhões no período homólogo do ano passado, tendo a taxa de ocupação sido praticamente a mesma, 82,5%.

Geir Karlsen- Estamos satisfeitos com o facto de a taxa de ocupação continuar a ser elevada, enquanto aumentamos significativamente a capacidade em comparação com novembro do ano passado, embora a receita unitária seja inferior à do ano transato, devido a um aumento acentuado da duração média dos voos, o custo unitário é significativamente inferior. A tendência de reservas futuras parece boa, especialmente durante as férias de Natal.

A Norwegian operou 99,1% de todos os voos regulares em novembro e a pontualidade foi de 81%, menos 5,8 pontos percentuais do que em novembro do ano passado.



No relatório do Observatório dos Combustíveis Sustentáveis para a Aviação, a Norwegian ficou em terceiro lugar entre as companhias aéreas mais empenhadas em utilizar combustíveis sustentáveis para a aviação. A Air France-KLM e a United Airlines ficaram em primeiro e segundo lugares, tendo-se ainda destacado o investimento da Norwegian em \*combustíveis eletrónicos (e-Fuels) como uma das principais razões para esta classificação.

GK - Estamos orgulhosos com esta distinção , que reconhece o nosso empenhamento em combustíveis de aviação sustentáveis. Contudo, o relatório também nomeia que a aviação tem um longo caminho a percorrer e que precisamos de mais apoio da UE e das autoridades locais para avançarmos para uma aviação mais sustentável. Atualmente, os combustíveis alternativos

são demasiado caros e, para minimizar o risco para aqueles que querem investir em combustíveis sustentáveis para a aviação, os governos precisam de conceder apoio. Necessitamos, igualmente, que mais empresas e clientes do sector público sigam o exemplo das forças armadas norueguesas e se comprometam a misturar voluntariamente o biocombustível nas suas viagens em serviço”.

## A Suécia em foco

A abolição da taxa de aviação terá um efeito positivo, diz Geir Karlsen, mas adverte que Arlanda é o aeroporto menos atrativo da Escandinávia e que a acessibilidade das viagens aéreas na Suécia diminuiu:

GK - Comparado com Kastrup (Copenhaga) e Gardermoen (Oslo), Arlanda é como uma espécie de estaleiro de obras

Quando a taxa de voo desaparecer definitivamente no próximo verão, a Norwegian reabrirá a sua base de pilotos em Arlanda e contratará cerca de 70 novos pilotos. Simultaneamente, são prometidas mais rotas diretas a partir de Estocolmo:

GK - Isto significa que temos agora um pouco mais de confiança na Suécia do que nos últimos anos e, por conseguinte, vamos investir ainda mais neste país”

Resumindo:

- Geir Karlsen congratula-se com a decisão de abolição do imposto sobre a aviação e planeia mais investimentos na Suécia.
- A Norwegian reabre a sua base de pilotos em Arlanda e contrata 60-70 novos pilotos.
- A empresa aumenta a sua presença com mais aviões e novas rotas em Arlanda.
- De acordo com um novo relatório, o aeroporto de Arlanda enfrenta desafios em termos de competitividade.
- A Norwegian investe em combustíveis de aviação sustentáveis para reduzir as emissões até 2030

\* Os combustíveis eletrónicos, também conhecidos como e-Fuels, são combustíveis sintéticos produzidos a partir de hidrogénio e dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), utilizando eletricidade proveniente de fontes renováveis.

Fonte: [Flygtorget » Flygnyheter » Flygnyheter » Kraftig ökning för Norwegian](#)

# MUNICÍPIO DE ESTOCOLMO – PROPOSTA DA OPOSIÇÃO PARA ABOLIR A PROIBIÇÃO DE VIAGENS DE AVIÃO DOS SEUS FUNCIONÁRIOS

O partido dos Moderados (equivalente ao PSD em Portugal) opõe-se à política da atual liderança do município de Estocolmo, no que se refere à proibição de viagens de avião em deslocamentos em serviço, para destinos com duração inferior a 5 h.

Os funcionários do \*município e da Região de Estocolmo não podem, em princípio, viajar de avião em serviço, tencionado os moderados alterar esta política numa moção recente: “80.000 habitantes de Estocolmo não devem ser obrigados a passar pela vergonha de voar”, afirma o conselheiro regional da oposição Kristoffer Tamsons (M) ao diário económico Dagens industri.



Na terça-feira, os Moderados da Região de Estocolmo apresentaram uma moção ao conselho regional na qual pretendem alterar a política de viagens, para a qual eles próprios contribuíram em 2021.

A mensagem principal é que pretendem permitir que os trabalhadores da região voem mais - e também em distâncias mais curtas - do que atualmente. A razão é o apelo do Ministro das Infraestruturas, Andreas Carlsson (KD), para que os municípios e as regiões adotem uma política de viagens mais favorável aos voos para os seus funcionários, a fim de apoiar os aeroportos regionais em todo o país.

A nova política de viagens da cidade de Estocolmo foi introduzida recentemente, a 14 de outubro deste ano. Esta decisão estipula que, para viagens inferiores a 500 km, o comboio deve ser o principal meio de transporte e que a agência de viagens deve oferecer principalmente sugestões de comboios para viagens dentro da Suécia e da Europa.

Para as ocasiões em que é necessário viajar de avião, a cidade introduziu um esquema de alterações climáticas que acrescenta 50% ao preço do bilhete. Este custo adicional é pago pela respetiva administração e será canalizado para medidas amigas do ambiente - como a plantação de árvores.

\* O município/Cidade de Estocolmo trata das questões locais da cidade (por exemplo, escolas, serviços sociais e planeamento urbano), enquanto a Região de Estocolmo trata das questões regionais, como os cuidados de saúde, os transportes públicos e o desenvolvimento regional.

Fonte: [Moderaterna rasar mot Stockholms flygförbud - Travel News](#)



## **NOVAS ROTAS DA NORWEGIAN**

Para a temporada de verão de 2025, a Norwegian irá lançar 17 novas rotas, sendo quatro delas a partir da Noruega.

Além das novas rotas de Oslo para Bruxelas, Toulouse, Valência e entre Ålesund e Londres/Gatwick, haverá também novas rotas a partir da Dinamarca, Suécia, Finlândia e Letónia para diversos destinos na Europa.

"As férias de verão são algo que todos aguardam com expectativa, e estamos muito felizes por introduzir novamente este ano novos e empolgantes destinos a partir de todas as capitais nórdicas, além de Ålesund. Os meses de verão são um período de viagens intenso, e muitas pessoas planeiam e reservam as suas férias com bastante antecedência para garantir os seus lugares", afirma Magnus Thome Maursund, diretor comercial da Norwegian.

Da Dinamarca e de Copenhaga, haverá novas rotas para Bratislava, Newcastle, Sarajevo e Tânger. Da Suécia e de Estocolmo, serão inauguradas rotas diretas para Bilbao, Lyon, Porto e Bucareste. A partir da capital finlandesa, Helsínquia, haverá novas rotas para Bucareste e Malta, enquanto da Letónia serão abertas três novas rotas a partir de Riga para Alicante, Londres/Gatwick e Split.

Os bilhetes para as novas rotas estarão disponíveis a partir de 6 de dezembro.

No total, estarão à venda 344 rotas para a temporada de verão de 2025. As rotas estão distribuídas da seguinte forma entre os países nórdicos:

Noruega: 167

Dinamarca: 86

Suécia: 71

Finlândia: 25

Letónia: 8

(A soma total não é igual a 344 porque algumas rotas que ligam dois países são contabilizadas em ambos).

A Norwegian opera com programas de verão e inverno. O programa de verão começa no final de março e termina no final de outubro. Atualmente, a companhia está no programa de inverno, oferecendo 170 rotas para mais de 76 destinos.

Fonte: <https://travelnews.no/nyheter/norwegians-nye-sommerruter/>

# SUÉCIA – CONJUNTURA ECONÓMICA

A economia sueca continua a debater-se com dificuldades, mostrando a recente informação estatística que o consumo das famílias está a cair.

“Esta evolução sublinha a necessidade de mais cortes nas taxas de juro”, afirma Torbjörn Isaksson, Analista Principal do banco Nordea.

O PIB diminuiu 0,4% em outubro, em comparação com o mês precedente, de acordo com o indicador provisório do Instituto Nacional de Estatística da Suécia. Sendo que esta descida foi inesperada, dado que os economistas previam, em média, um aumento de 0,2%, de acordo com a compilação de previsões da Bloomberg. Já em setembro, o PIB tinha caído 1,5% em relação ao mês anterior.

## **Fraca evolução do consumo**

Torbjörn Isaksson adverte para o facto de não se poder tirar demasiadas conclusões dos números, uma vez que se trata de resultados mensais que são regularmente muito revistos/corrigidos. Constata, todavia, que o consumo das famílias continua a ser lento, que a economia está a estagnar e que o mercado de trabalho continua enfraquecido.

Em outubro, o consumo caiu 0,3% em relação ao mês anterior, ou seja, menos 1,1% em termos anuais, segundo o Instituto Nacional de Estatística da Suécia.

TI- Os agregados familiares necessitam de um apoio continuado para voltarem a consumir.

## **Cortes nas taxas de juro “Mesmo a tempo”**

As reduções das taxas de juro que o Riksbank efetuou até agora “chegaram na altura certa”, segundo Isaksson, e espera que o Governador Erik Thedéen e a sua Comissão Executiva continuem a reduzir a taxa de juro para níveis mais baixos do que o próprio Banco Central prevê, em sintonia com a chamada trajetória das taxas de juro.

Isaksson prevê pelo menos três cortes de 0,25 pontos percentuais até ao verão de 2025, o que reduziria a taxa diretora dos atuais 2,75% para 2,00%.

Fonte: ["Det behövs fler räntesänkningar" | Tidningen Näringslivet \(tn.se\)](#)

## AS DUAS ASSOCIAÇÕES DE AGÊNCIAS DE VIAGENS DA DINAMARCA FUNDEM-SE

Em duas assembleias gerais extraordinárias, os membros da RID (Rejsearrangører i Danmark) e da DRF (Danmarks Rejsebureauforening) aprovaram a fusão das suas organizações.

Existem, em números aproximados, 650 operadores registados no Fundo de Garantia de Viagens. Destes, cerca de 100 são membros da DRF, enquanto a RID conta com 25 membros. Um dos principais argumentos para a criação de uma nova associação única de agências de viagens na Dinamarca é garantir que estas empresas tenham uma voz comum, por exemplo, junto dos políticos do parlamento, ministérios, entre outros.

Os membros da DRF detinham 42% do volume de negócios total do setor, enquanto os membros da RID representavam 27%. Com base nos números mais recentes, a fusão resultará numa associação que representa um volume de negócios de 22,1 mil milhões de coroas dinamarquesas, de um total de 30,8 mil milhões de coroas. Desta forma, após a fusão, cerca de 70% do volume de negócios do setor das viagens será representado pela nova associação.

Os 25 membros da RID são os seguintes, listados por 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.



A nova associação será chamada "Rejs", e a nova associação conjunta de agências de viagens, Rejs, deverá começar a operar a 1 de abril do próximo ano. Jakob Hahn, o atual diretor da DRF, será o diretor-geral. A nova associação terá o nome completo de Rejs - Travel Industry Denmark. O atual diretor da RID, Henrik Specht, também fará parte do secretariado, juntamente com os dois outros colaboradores do secretariado da DRF.

Fontes:

<https://standby.dk/rejsearrangoerforening-siger-ja-til-branchefusion/>

<https://standby.dk/rejsebureauforeninger-klar-med-navn-og-startdato/>

## GRANDE ATIVIDADE NOS PREPARATIVOS PARA A TRAVELMATCH

Faltam apenas algumas semanas para a TravelMatch Norway 2025, que terá lugar no Oslo Kongressenter, na quinta-feira, dia 9 de janeiro. O interesse pelo evento continua muito elevado, com o espaço completamente reservado e já com lista de espera.

"Ainda é possível inscrever-se, mas agora é urgente se quiser aproveitar esta oportunidade única de conhecer profissionais com informações atualizadas e potenciais parceiros de colaboração", destaca o gestor do projeto, Arne Sundt-Bjerck.



Este ano, a República Checa assume o papel de Destination of the Year. “Este fascinante destino, repleto de tesouros escondidos que ainda não são amplamente conhecidos pelos noruegueses, estará representado por uma grande e diversificada delegação”, diz Arne Sundt-Bjerck. Entre os participantes, encontram-se escritórios regionais de turismo, DMCs, hotéis, complexos de spa, organizadores de eventos e várias atrações emocionantes, muitas delas novas no mercado norueguês, além de representantes do Czech Tourism. Este evento proporciona uma excelente oportunidade para se atualizar sobre todas as atrações que o país tem para oferecer, com uma curta distância de viagem desde a Noruega.

Além de poder conhecer muitos representantes relevantes da República Checa, haverá um seminário almoço com foco na variada oferta do país, proporcionando uma visão abrangente sobre as possibilidades para viagens de lazer, viagens temáticas e MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions).

Na 14.ª edição da TravelMatch Norway, o interesse é maior do que nunca. O evento consolidou uma posição única, sendo considerado uma plataforma eficaz e interessante para estabelecer contatos e partilhar informações com potenciais parceiros de negócios. A lista de espera para participar é mais longa do que nunca, mas os participantes confirmados incluem tanto nomes conhecidos como novos, muitos dos quais estarão presentes pela primeira vez.

Esta é uma oportunidade única para agentes, agências, operadores e empresas de eventos noruegueses conhecerem um grande número de fornecedores internacionais e potenciais parceiros num só dia compacto. É difícil encontrar algo mais eficiente, tanto em termos de tempo como de custos, especialmente porque a participação é totalmente gratuita para todos os compradores. Para mais informações, visite [www.travelmatch.no](http://www.travelmatch.no).

Fonte: <https://travelnews.no/nyheter/stor-aktivitet-i-forkant-av-travelmatch/>



## ROLFS FLYG & BUSS ESTREIA-SE NO MERCADO DINAMARQUÊS

O grupo sueco Rolfs Travel Group, que se autodenomina "o maior operador de viagens em grupo dos países nórdicos", prepara-se para entrar no mercado dinamarquês. "Será com guias turísticos dinamarqueses e maioritariamente utilizando voos de linha regular", afirma o CEO do grupo.

Com sede em Gotemburgo, o Rolfs Travel Group inclui a unidade principal Rolfs Flyg & Buss e a agência sueca de viagens charter Solresor, adquirida em 2020 após a falência do gigante islandês TravelCo Nordic, que também controlava a agência dinamarquesa Bravo Tours. Agora, quase 50 anos depois de Rolf Karlsson ter fundado o grupo em 1975, a Rolfs Flyg & Buss chega ao mercado dinamarquês sob a marca Rolf Rejser, conforme anunciado por Emanuel Karlsson, CEO do grupo e filho do fundador.

O grupo registou, em 2023, um volume de negócios de 932,8 milhões de coroas suecas (cerca de 605 milhões de coroas dinamarquesas). Para 2024, prevê-se que o volume de negócios ultrapasse 1,3 mil milhões de coroas suecas. No ano passado, o grupo obteve um lucro líquido de 27,9 milhões de coroas suecas (cerca de 18 milhões de coroas dinamarquesas) e fechou o ano com um capital próprio de 50,7 milhões de coroas suecas.

Com foco principal em viagens de grupo, a Rolfs Flyg & Buss organiza anualmente mais de 4.000 viagens para mais de 400 destinos, maioritariamente na Europa, e transporta mais de 120.000 passageiros por ano, "a grande maioria" utilizando transporte aéreo. Além das viagens dentro da Europa, também oferece opções para os Estados Unidos, Ásia e outros destinos.



Na Dinamarca, Rolf Rejser terá como prioridade viagens personalizadas com guias que falam dinamarquês, mantendo o padrão de qualidade oferecido aos clientes suecos. Emanuel Karlsson sublinha: "Vemos um enorme potencial na Dinamarca, mas sabemos que será necessário um ajuste cuidadoso para corresponder às expectativas dos dinamarqueses."

A nova operação conta com um site em dinamarquês e um número de telefone local que permite aos clientes comunicarem diretamente com colaboradores dinamarqueses baseados na Suécia. No entanto, não há planos imediatos para abrir um escritório físico na Dinamarca nem para se associar a organizações como a Danmarks Rejsebureau Forening.

A Rolfs Flyg & Buss está registada no equivalente sueco da Rejsegarantifonden dinamarquesa, o Kammarkollegiet, com uma garantia financeira de 300 milhões de coroas suecas.

Fonte: <https://standby.dk/stor-grupperejsearrangoer-har-kurs-mod-danmark/>

## AGÊNCIA DE VIAGENS DE NEGÓCIOS: TENDÊNCIA BLEISURE EM CRESCIMENTO

AOs viajantes de negócios dinamarqueses estão cada vez mais a optar por combinar viagens de negócios com lazer: bleisure. Isto mostra uma análise da Corporate Traveller e FCM Travel (que ambas pertencem ao grupo Flight Centre Corporate). Segundo a análise as viagens de negócios de quatro a cinco dias realizadas por dinamarqueses aumentaram 51% em comparação com o ano anterior. Mostra também que as viagens de um dia estão a experimentar um crescimento menor e foram ultrapassadas por estadias mais longas.



De acordo com os números, as viagens de um dia no período de 1 de abril a 30 de setembro deste ano - em comparação com o mesmo período do ano anterior - aumentaram 12%, enquanto as viagens de quatro a cinco dias aumentaram 51%. Para os viajantes de negócios suecos, a percentagem foi de 53%.

O destino de viagem mais popular este ano para viagens de negócios mais longas de mais de quatro dias a partir da Dinamarca foi Londres, enquanto as viagens de um dia em contexto de negócios foram principalmente para a capital sueca, Estocolmo. Para os viajantes de negócios suecos, Nova Iorque foi o destino mais popular para viagens de negócios mais longas - enquanto para as viagens curtas foi Copenhaga. Bodil Månsson, diretora-geral da FCM Travel Nordic, afirma no comunicado de imprensa: "Estas estadias mais longas, que combinam negócios e lazer, são benéficas para as economias locais. Os viajantes de negócios geralmente gastam o dobro por noite em comparação com os viajantes de férias comuns. Com um aumento esperado de 10% nas despesas de viagens de negócios europeias este ano, vemos um crescimento nesta área que supera a maioria das regiões globalmente".

Fonte: <https://standby.dk/erhvervsrejsebureau-bleisure-trenden-er-stigende/>



## TRÊS OPERADORAS DE CHARTER ADOTAM UMA MARCA COMUM DE TRABALHO

Para sinalizar que a Primo Tours, Århus Charter e SunCharter estão sob o mesmo guarda-chuva da Travelheart Family, o trio passa agora a partilhar um nome comum: SunCircle. No entanto, as marcas Primo Tours, Århus Charter e SunCharter continuarão a operar de forma independente no mercado dinamarquês como agências de viagens separadas dentro do grupo Travelheart Family.

De acordo com um comunicado de imprensa, a marca SunCircle será utilizada apenas "no âmbito de recrutamento e na interação com diferentes parceiros da indústria".

A Travelheart Family está estruturada em seis divisões:

- Flight (a companhia aérea Airseven)
- Hotels (Heart Hotels)
- Leisure (as agências DanExplore, Top Tours, Unique Travel e USA Tours)
- Snow (as agências Danski, Slopetrotter, Nortlander e SnowTours)
- Sun (as agências Amisol Travel, Bravo Tours, Primo Tours, SunCharter e Århus Charter)
- Tech (sistema de reservas)

Dentro da divisão Sun, Primo Tours, Århus Charter e SunCharter operam sob a mesma gestão, enquanto a Bravo Tours e a Amisol Travel, embora pertençam à mesma divisão, são geridas separadamente. A Amisol Travel é, em parte, propriedade do grupo, com uma participação de 35%.

Primo Tours opera a partir do aeroporto de Billund, direcionando-se ao Oeste, Centro e Sul da Jutlândia. Århus Charter voa do Aeroporto de Aarhus, focando-se na Jutlândia Oriental. SunCharter utiliza o aeroporto de Aalborg, servindo a região da Jutlândia do Norte.

A necessidade de um nome comum surgiu devido à confusão gerada entre parceiros, especialmente fornecedores, ao tentarem compreender a estrutura da divisão Sun, que inclui cinco marcas, mas onde apenas Primo Tours, Århus Charter e SunCharter estão sob a mesma liderança.

O diretor das agências SunCircle, Henrik G. Jensen, explica: “As três empresas – Primo Tours, Århus Charter e SunCharter – são operadoras de charter bem conhecidas, que têm sido geridas sob uma liderança comum há anos e que agora ganham um novo nome comum. Escolhemos SunCircle, que representa uma comunidade circular e remete para viagens ao sol e de verão.”

Ele acrescenta: “Temos três marcas consolidadas que se destacam individualmente. Como a maioria de nós trabalha em conjunto nas três marcas, faz sentido termos um nome comum para usar ao fechar acordos com parceiros, ao procurar novos colaboradores ou ao unificar as nossas atividades em diferentes áreas.”

Apesar da adoção do nome SunCircle no plano administrativo e funcional, o grupo garante que a mudança não terá impacto para os clientes. As três marcas continuarão a operar como antes, mantendo a sua identidade individual no mercado.

Fonte: <https://standby.dk/tre-charterbureauer-faar-faelles-arbejds-varemaerke/>

# TENDÊNCIAS: 4 TENDÊNCIAS-CHAVE NAS VIAGENS DE AVENTURA E EXPERIÊNCIAS

As previsões apontam para que durante 2025, a tendência para as viagens de experiências leve os viajantes a gastar 300 mil milhões de dólares. Para tirar partido desta tendência, são necessárias estratégias eficazes.

No mundo inteiro, os viajantes procuram uma interação mais genuína e cultural em diferentes destinos, em vez de assinalarem uma lista de pontos de referência e atrações famosas.

Antes da pandemia, em 2019, as excursões e atividades no sector das viagens estavam avaliadas em 239 mil milhões de dólares. Se a previsão de 300 mil milhões de dólares para 2025 estiver correta, isto representa um aumento de 25,5% por cento.

Quais são, então, as tendências que podem ser interessantes para o setor acompanhar, a fim de aprimorar estratégias e poder expandir o negócio ?

## Fusão de empresas

A consolidação está a ocorrer em todo o sector, apenas nos últimos cinco meses, registaram-se fusões entre a TUI e a Lastminute.com, a GetYourGuide e a Eurowings, assim como a Trip.com e a Prioticket, entre outras.

As reservas são um dos principais fatores subjacentes a esta situação. Atualmente, poucos operadores utilizam sistemas de reservas, o que cria problemas tanto para os viajantes como para os retalhistas. As parcerias B2B podem ser uma solução eficaz, especialmente porque as novas soluções de IA tornam cada vez mais difícil o crescimento orgânico e a visibilidade online.



## **Contar com a ajuda da IA**

Apesar dos desafios decorrentes da IA, as suas contribuições devem ser consideradas positivas. A IA generativa pode não só ajudar a racionalizar as operações e a tornar os horários de trabalho mais eficientes, como pode também reduzir os custos e acelerar a criação e o lançamento de novos produtos. De um modo geral, ainda existe ceticismo entre as empresas de menor dimensão - sendo ideal que possam ultrapassar o mesmo. Ao analisar a forma como os gigantes tradicionais estão a adotar a IA, as pequenas empresas podem tornar-se muito melhores em termos de conteúdo, alcance e compreensão mais profunda do seu público-alvo.

## **Procura por nichos únicos**

A distribuição de experiências continua a ser dominada por gigantes como a TUI Musement, GetYourGuide e Viator - os canais de vendas com maior incidência de crescimento. Utilizadas estrategicamente, as OTA podem ser uma importante ferramenta de marketing, mesmo para os pequenos operadores.

Muitos podem beneficiar de uma análise mais pormenorizada do seu \*USP. Por exemplo, estão atualmente a surgir muitos nichos, como as empresas que se dirigem a mulheres que viajam sozinhas.

\*Unique Selling Point

## **Foco na demografia e na neuro diversidade**

Esta tendência está ligada a um mercado em mudança. No passado, os nichos únicos estavam principalmente ligados a interesses, onde as viagens de experiência baseavam-se em atividades como passeios a cavalo, caminhadas ou provas de vinho. Atualmente, o sector está a ter em atenção os aspetos demográficos, destacando-se o foco na população feminina.

Outro exemplo são os viajantes com diferentes tipos de neuro diversidade, um conceito que promove a ideia de que todas as pessoas têm formas únicas de pensar, aprender e interagir com o mundo, e que essas diferenças devem ser respeitadas e valorizadas como parte da diversidade humana. O caso do operador turístico global Contiki - fundado na Nova Zelândia e atualmente com sede em Genebra - que oferece mais de 200 programas destinados a grupos específicos, que vão desde turistas que querem comer apenas alimentos à base de plantas a viajantes com diferentes tipos de neuro diversidade.

Fonte: [Trendspaning: 4 viktiga strömningar inom upplevelseresor - Travel News](#)

# PREVISÃO DO SECTOR DA AVIAÇÃO PARA 2025 - 5 MIL MILHÕES DE PASSAGEIROS

A Associação Internacional do Transporte Aéreo (IATA) divulgou as suas previsões a nível mundial para o sector das companhias aéreas em 2025.

Assim, pela primeira vez na história, prevê-se que o número de passageiros aéreos ultrapasse os cinco mil milhões e que as receitas das companhias aéreas excedam um bilião de dólares, quase 1% da economia mundial. Isto faz das companhias aéreas um sector estrategicamente importante, mas os seus lucros são de apenas 3,6%, segundo Willie Walsh, Diretor-Geral da IATA.

2024 foi um bom ano para o sector dos transportes aéreos, apesar dos aumentos salariais e dos custos operacionais mais elevados, alguns deles devido a rotas mais longas impostas por restrições do espaço aéreo. A falta de novos aviões obrigou as companhias aéreas a continuar a voar com modelos mais antigos, o que tem um impacto negativo na eficiência do combustível e aumenta os custos de manutenção. Até 2025, a IATA prevê que as receitas das companhias aéreas ultrapassem 1 bilião de dólares. O aumento da rentabilidade explica-se aumento pelo previsto do volume de negócios e pela descida dos preços dos combustíveis.

As pessoas gostam de viajar de avião. De acordo com uma recente sondagem de opinião realizada em 14 países, 88% concordaram que as viagens aéreas melhoram as suas vidas e 78% concordaram que as viagens aéreas têm uma boa relação qualidade/preço. Prevê-se que o número de passageiros atinja 5,2 mil milhões em 2025, um aumento de 6,7% em relação a 2024 e a primeira vez que o número de passageiros ultrapassa os cinco mil milhões. Estima-se ainda que o volume de carga atinja 72,5 milhões de toneladas, um aumento de 5,8% em relação a 2024.



Willie Walsh - Esperamos que as companhias aéreas obtenham um lucro global de 36,6 mil milhões de dólares até 2025”, estas poderão beneficiar da descida dos preços do petróleo, mantendo as taxas de ocupação acima dos 83%, controlando rigorosamente os custos, investindo na descarbonização e gerindo o regresso do crescimento a níveis mais normais após a extraordinária recuperação da pandemia. Todos estes esforços ajudarão a mitigar vários obstáculos à rentabilidade que estão fora do controlo das companhias aéreas, nomeadamente os desafios persistentes da cadeia de abastecimento, as deficiências das infraestruturas, a regulamentação pesada e o aumento da carga fiscal.

WW- Em 2025, as receitas do sector ultrapassarão pela primeira vez os 1 bilião de dólares, sendo importante colocar isto em perspetiva, já que 1 bilião de dólares é muito, quase 1% da economia mundial. Isto faz das companhias aéreas um sector estrategicamente importante, contudo, não devemos esquecer que as companhias aéreas arcam com 940 mil milhões de dólares em custos, para não falar dos juros e dos impostos. Têm uma margem de lucro líquido de apenas 3,6% . Com margens tão reduzidas, as companhias aéreas devem continuar a controlar todos os custos e a insistir em eficiências semelhantes em toda a cadeia de abastecimento, especialmente por parte do monopólio dos fornecedores de infraestruturas que, com demasiada frequência, nos desiludem em termos de desempenho e eficiência.

Fonte: [Flygtorget » Flygnyheter » Flygnyheter » Flygets prognos 2025 - 5 miljarder passagerare](#)

## PERFORMANCE DOS PRINCIPAIS OPERADORES NÓRDICOS

A TUI Suécia é agora duas vezes maior do que a Ving, que também foi ultrapassada pela DER Touristik Nordic. As empresas alemãs são responsáveis por mais de uma em cada duas férias charter suecas

Os operadores turísticos têm frequentemente um exercício financeiro, em que o ano fiscal não coincide com o ano civil, o que dificulta as comparações. Nos grupos multinacionais, as receitas e os custos são por vezes transferidos para além das fronteiras, o que também não ajuda.

Por exemplo, os números abaixo incluem a companhia aérea TUIFly Nordic da TUI, que tem sede na Suécia e aumenta o volume de negócios do grupo na Suécia em 2,5 mil milhões de coroas suecas. No entanto, a companhia aérea Sunclass Airlines da NLTG, que tem sede na Dinamarca, não está incluída, situação que diminui o volume de negócios da Ving na Suécia.

Com algumas exceções, como a Viking Line, a Big Travel Leisure, a Jambo Tours e a South Africa Travel, os relatórios anuais agora publicados abrangem a época de verão de 2023.

Podemos então constatar que o ano passado foi significativamente melhor do que o ano anterior, no qual as três grandes empresas registaram, em conjunto, perdas de 1,3 mil milhões de coroas suecas. Este ano, o trio está praticamente empatado, com pequenos lucros para a TUI e a DER Touristik Nordic e uma perda controlável para a Ving, incluindo a Globetrotter.

Todo o grupo Ving na região nórdica, com a Tjäreborg, a Spies, a companhia aérea Sunclass e os hotéis, registou um volume de negócios de 15 mil milhões de coroas suecas, mas apenas um terço provém da Suécia. Os voos cancelados ou atrasados, o combustível caro e as elevadas taxas de juro sobre as compras de hotéis custaram ao grupo 635 milhões de coroas suecas e conduziram a uma perda de 444 milhões de coroas suecas antes dos itens financeiros líquidos.



O líder do sector, a TUI Suécia, registou um volume de negócios de 11,2 mil milhões de coroas suecas e, mesmo assim, obteve um lucro operacional de 57 milhões de coroas suecas. Os dados da Der Touristik Nordic incluem igualmente as sucursais nos outros países nórdicos, pelo que não são totalmente comparáveis. Para além da Apollo, o grupo inclui a Golf Plaisir, a Lime Travel e a Xtravel, que afirma utilizar a “otimização dos lucros nórdicos” e que registou um prejuízo de exploração de 49 milhões de coroas suecas.

A maior das pequenas empresas é a Rolfs Flyg & Bussresor, em quarto lugar, com um volume de negócios de 933 milhões de coroas suecas e um lucro de 28 milhões de coroas suecas.

A Airtours, que foi vendida há dois anos ao operador holandês de OTA Sunweb, adotando desde 10.12 a designação de Sunweb no mercado sueco, desce um lugar para o quinto, com um volume de negócios de pouco mais de 500 milhões e um lucro operacional de pouco menos de 10 milhões de coroas suecas.

De um modo geral, 2023 parece ter sido um ano decente para os operadores turísticos. Apesar da recessão e da situação das taxas de juro, o turista sueco conseguiu fazer entre 1 a duas viagens.

Eis abaixo as dez empresas com maiores subscrições de fundo de garantia na \*Kammarkollegiet (milhões de coroas suecas):

1. Ving - 1166
2. TUI - 1007
3. Skistar 413
4. DER Touristik 368
5. Branäs Fritidscenter - 230
- 6) RCL Cruises - 214
- 7) Rolfs Flyg & Bussresor - 166
8. Ticket Privatresor - 148
9. STS Alpresor - 138
- 10) MSC Cruzeiros - - - 69

\* Agência de Serviços Jurídicos, Financeiros e Administrativos, é uma autoridade estatal dependente do Ministério das Finanças

Fonte: [Så går det för 289 researrangörer - Tyskarna fixar svenskens semester - Travel News](#)

**COM VOTOS DE UM FELIZ NATAL E UM PRÓSPERO ANO NOVO PARA TODOS**

