

20 DE MARÇO DE 2025

NEWSLETTER NÓRDICOS

As últimas notícias dos países nórdicos



PREFÁCIO — PREFÁCIO — BTL EM LISBOA: A MELHOR EDIÇÃO DOS ÚLTIMOS ANOS

Na semana passada, participámos na BTL (Bolsa de Turismo de Lisboa), e esta foi, sem dúvida, a edição mais bem-sucedida da feira em muitos anos. O evento destacou-se, antes de mais, pela excelente organização, pelo perfeito funcionamento da parceria com a TAP Air Portugal, e em parte também pelo facto de o grupo nórdico ter tido o privilégio de ficar hospedado no novo hotel integrado na estação de comboios de Santa Apolónia, uma experiência muito positiva.

No entanto, dois principais fatores contribuíram para o sucesso desta participação. Em primeiro lugar as novas regras mais flexíveis sobre quem pode ser convidado. Em anos anteriores, havia restrições quanto à participação de operadores turísticos que já tivessem estado na feira, o que não se adequava bem aos mercados nórdicos. Durante anos, já tínhamos esgotado o mercado de participantes relevantes, o que nos obrigava a procurar novos agentes que, apesar de ainda não venderem viagens para Portugal, operavam volumes muito inferiores aos operadores turísticos que realmente gostaríamos de ter connosco.

Este ano, as novas regras mais flexíveis funcionaram em perfeita sintonia com um crescente interesse tanto por Portugal como pela própria BTL. Durante anos, tentámos atrair os grandes players do setor para a feira, mas simplesmente não havia interesse até agora. Este ano, não só esgotámos rapidamente as vagas, como tivemos o prazer de ver vários operadores turísticos optarem por financiar a sua própria viagem, uma vez que não conseguíamos aceitar mais participantes.

Entre os participantes deste ano estiveram: Ving/Nordic Leisure Travel Group (DIN,SUE, NOR e FIN), TUI Nordic (DIN,SUE,NOR e FIN), Bravo Tours (DIN), Rolfs Flyg & Buss (SUE, NOR e DIN), Stjernegaard Rejser (DIN), FDM Travel (DIN), Aller Travel (NOR), Kulturrejser Europa (DIN e SUE) e Viandante (Finlândia).

Após dois dias de reuniões intensas, os participantes embarcaram nos chamados "postours", podendo escolher entre roteiros pelas sete regiões de Portugal. Aqui também se verificou um perfeito alinhamento entre os projetos de desenvolvimento dos operadores turísticos e as suas escolhas de postour.

Por exemplo, o Nordic Leisure Travel Group (o maior operador turístico da região nórdica) escolheu o Algarve, pois pretende expandir a sua oferta e aumentar as vendas nesta região. Já a FDM Travel optou pela tour na Região Centro de Portugal, uma vez que se especializa em pacotes "fly & drive", um conceito que encaixa perfeitamente no perfil da região. E assim por diante, com cada operador a encontrar o destino ideal para os seus projetos futuros.

Há apenas um ponto menos positivo: Porque é que os operadores turísticos nórdicos demoraram tanto tempo a descobrir Portugal? Se esta tendência tivesse surgido há 5 ou 10 anos, o impacto teria sido ainda maior, numa altura em que Portugal ainda não era tão procurado como é hoje, com preços mais acessíveis e menos concorrência por quartos de hotel.

Já vimos isto acontecer antes e temos de aceitar que a distância entre os países nórdicos e Portugal não é apenas geográfica, mas também mental.

Boa leitura...



ESCAPADELA DE FIM-DE-SEMANA EM SEGURANÇA: AS CAPITAIS NÓRDICAS ESTÃO NO TOPO DA LISTA DOS DESTINOS MAIS SEGUROS - LISBOA TAMBÉM NA LISTA

É a época alta para as escapadelas de fim- de -semana! A primavera está a aproximar-se, os dias estão a ficar mais longos e as grandes cidades da Europa estão a ganhar vida - mas as massas ainda não chegaram.

Todavia para muitos viajantes, a escolha da cultura, dos restaurantes e das compras não é o único fator, a segurança é também um aspeto importante na escolha do destino.

Infelizmente, problemas como os carteiristas estão a aumentar em algumas das cidades mais visitadas da Europa. Por isso, o jornal britânico The Telegraph realizou um inquérito exaustivo para identificar as cidades mais seguras para visitar.

Qual foi o resultado? Os países nórdicos estão no topo da lista dos mais seguros.

Roma numa situação difícil

Não é novidade que os pequenos furtos e a criminalidade são algo a que se deve estar atento em muitas cidades. Infelizmente, a situação tem vindo a agravar-se em muitos locais e, em Roma e noutros sítios, há cada vez mais relatos tristes.

A organização industrial Fiepet Confesercenti, por exemplo, informou que o número de incidentes no centro de Roma duplicou num ano. De acordo com a organização, registam-se entre 80 e 100 pequenos furtos por dia - e isto apenas os que são comunicados. Com 20 milhões de visitantes por ano, isso significa que um em cada mil turistas é assaltado durante a sua estadia na Cidade Eterna. Não é uma razão para deixar de viajar para Roma, mas vale a pena saber para ter cuidado e estar atento.

Mas onde é que se pode relaxar, pelo menos um pouco mais?

Como foram escolhidas as cidades mais seguras neste inquérito

Para encontrar os destinos de fim de semana mais seguros da Europa, o The Telegraph analisou uma série de fatores: estatísticas sobre a criminalidade, sondagens de opinião sobre as perceções de segurança dos residentes, assim como índices internacionais que medem a confiança social e a eficácia da polícia. Também teve em conta o Índice Global de Crime Organizado e o Índice de Cidades Seguras do The Economist.

Os resultados apontam claramente para um padrão geográfico: várias cidades nórdicas destacam-se pela sua perceção de segurança e capacidade de oferecer experiências relaxantes durante as viagens.

Reiquiavique (foto abaixo) é a capital mais segura da Europa, está assim no topo da lista a capital da Islândia

Praticamente sem crimes violentos, com uma comunidade pequena e unida e uma forte confiança na polícia, é uma cidade onde tanto os habitantes locais como os visitantes se sentem seguros.

Tem também uma cultura em que os objetos de valor perdidos têm mais probabilidades de serem entregues e em que o crime gera introspeção nacional em vez de ser normalizado.

Segurança através da confiança em **Helsínquia**

A capital finlandesa ocupa igualmente uma posição de destaque no inquérito. Tem um dos níveis mais baixos de criminalidade organizada da Europa e os residentes confiam tanto na polícia como nas autoridades.

Além disso, o trânsito na cidade é seguro e os finlandeses são conhecidos pela sua honestidade, o que cria um ambiente descontraído para os visitantes.



Baixa criminalidade e elevada confiança em **Copenhaga**

Há bastante tempo que Copenhaga lidera o índice de segurança nas comparações internacionais. A revista The Economist nomeou-a a cidade mais segura da Europa em 2021, e a capital dinamarquesa ocupa uma posição de destaque tanto pelas baixas taxas de criminalidade como pela elevada confiança entre os cidadãos.

Um sinal claro disso é que, em muitas partes da cidade, é perfeitamente normal deixar sua bicicleta destrancada do lado de fora da loja. Um pensamento que é bastante surpreendente para muitos que vivem noutras grandes cidades da Europa.

Ljubljana - um candidato inesperado

Embora a região nórdica domine a lista, há algumas entradas inesperadas e o The Telegraph destaca a capital da Eslovénia, Ljubljana, como uma delas.

A cidade é conhecida pela sua atmosfera amigável, pelo centro sem carros e pela baixa taxa de criminalidade, havendo também vários relatos de que os transportes públicos são seguros.

Para quem procura uma escapadela de fim -de -semana segura, mas não necessariamente numa capital nórdica ou em Liubliana, The Telegraph destaca várias outras cidades que considera merecedoras de menção.

- O Mónaco é um exemplo. O pequeno principado na Riviera Francesa tem uma taxa de criminalidade excepcionalmente baixa, graças, em parte, a uma elevada presença policial e a numerosas câmaras de vigilância. Monte Carlo é por vezes chamado “o quilómetro quadrado mais seguro da Europa”.
- Lisboa também se destaca no inquérito. A capital portuguesa tem uma atmosfera amigável e descontraída, com baixos níveis de crimes violentos e uma cultura de vida noturna vibrante, o que significa que as ruas estão frequentemente cheias de pessoas até altas horas da noite, aumentando a perceção de segurança.
- Amesterdão e Munique também ocupam lugares de destaque no índice de segurança em comparação com outras cidades da Europa Ocidental. Munique destaca-se pela sua polícia bem organizada e pelo ambiente de tráfego ordenado, enquanto Amesterdão, apesar da sua reputação de leis liberais, tem uma estrutura de segurança que funciona bem, poucos crimes violentos e uma tolerância muito elevada.

Fonte: [Trygg weekendresa: Nordiska huvudstäder toppar lista över säkraste resmålen | RES.se](https://www.res.se/trygg-weekendresa-nordiska-huvudstader-toppar-lista-over-sakraste-resmalen)

A SAS RENOVA A SUA POSIÇÃO COMO MARCA DE AVIAÇÃO SUSTENTÁVEL

Os consumidores dinamarqueses e suecos voltaram a nomear a SAS como a marca mais sustentável no sector da aviação, de acordo com o famoso Índice de Marcas Sustentáveis.

O Índice de Marcas Sustentáveis é o maior inquérito independente da Europa sobre marcas que reflete as perceções dos consumidores sobre as marcas e os seus esforços de sustentabilidade. Na Dinamarca, a SAS faz parte do inquérito desde 2019 e este ano ficou em primeiro lugar na categoria de companhias aéreas pela sexta vez. Na Suécia, isto significa que a SAS conquistou o primeiro lugar na mesma categoria pela 14.^a vez desde 2011.

O inquérito envolveu 10.000 consumidores dinamarqueses e 25.000 consumidores suecos que classificaram 260 marcas dinamarquesas e 434 marcas suecas com base na forma como eram vistas em termos de contribuição para os 17 objetivos globais de sustentabilidade da ONU.

No ano passado, a SAS aumentou a sua frota com doze Airbus A320neo e um Airbus A350-900. Por outro lado, os modelos mais antigos e que consomem mais combustível foram eliminados. Até ao final de 2024, a SAS será um dos maiores operadores europeus de aeronaves de nova tecnologia, com um total de 73 A320neo na sua frota.

Fonte: [SAS förnyar sin position som hållbart flygvarumärke - Travel News](#)



TUI - ESTE É O DESTINO COM MAIS RESERVAS PARA O CORRENTE VERÃO

As viagens intergerações e as viagens a solo são duas formas de viajar que estão a crescer rapidamente. Os que reservam férias este ano também querem luxo em pequena escala e muitas gargalhadas. O novo happy, como a tendência é apelidada em inglês.

Em 2024, todo o Grupo TUI registou receitas de 23,2 mil milhões de euros e um lucro operacional subjacente de 1,3 mil milhões de euros (+33%).

O gigante do charter opera agora em mais de 180 destinos e não está a abrandar. Na semana passada, as novidades de verão foram apresentadas numa conferência de imprensa na Münchenbryggeriet, em Estocolmo.

Para além das viagens intergerações e a solo, os destinos com stand-up comedy são populares. Talvez seja toda a miséria que está a acontecer que faz com que a pessoa média deseje apenas divertir-se, pelo menos durante uma semana.

Aparentemente, para além de rir, também queremos dormir, porque o chamado turismo do sono continua a prosperar.

A Grécia é, de longe, o país com mais reservas para o verão, mas abaixo, mostramos aqueles que registaram uma grande subida nas reservas do verão (em comparação com o período homólogo do ano passado):

- Costa del Sol + 28%
- Sardenha + 26 %
- Dalmácia e ilhas +18 %

Outro fenómeno que o departamento de análise da TUI constatou é que mais pessoas reservam as suas viagens ao estrangeiro cada vez mais tarde. Neste momento, há mais 8% de reservas feitas para partidas em agosto em comparação com o ano passado.

Destinos em voga (potencial de crescimento nos próximos três anos):

- Tailândia
- Japão
- Irlanda
- Portugal
- Itália

Tipos de férias que estão a aumentar em popularidade (em comparação com o ano passado):

- Sol e mar + 7%
- Cruzeiros no Mediterrâneo + 110%
- Viagens gastronómicas + 52%

Fonte:

[TUI: Det här är den mest bokade destinationen inför sommaren - Travel News](#)



SAS LANÇA NOVA CAMPANHA DE MARCA NA ESCANDINÁVIA

A SAS está a apresentar uma nova campanha de marca que se baseia no conceito “We Are Scandinavia”, desde o outono de 2024, e marca o início de uma nova direção estratégica para a marca. Coincide também com o lançamento em modo furtivo da identidade visual atualizada da SAS, que deverá ser lançada na primavera.

“O ano passado foi caracterizado por mudanças e renovações na SAS. Aderimos à aliança SkyTeam, expandimos a nossa rede com novos destinos e estabelecemos uma parceria com a BRA, através da qual alugamos aviões e tripulações. Para os nossos clientes, isto significa mais escolha e melhor acesso aos destinos. Com esta campanha, queremos recordar às pessoas que, independentemente do seu destino na Escandinávia, a SAS leva-o até lá”, afirma Johanna Gustafsson, Brand Manager da SAS

A campanha tem como protagonista a hospedeira de bordo e leva-nos a diferentes locais e experiências na Escandinávia - desde paisagens e concertos, a viagens de negócios e momentos do quotidiano - tudo possível graças à SAS.



“Queremos transmitir que somos realmente aquilo que somos, companhia aérea escandinava. Queremos transmitir que somos a companhia aérea da Escandinávia e que oferecemos destinos fantásticos na nossa parte do mundo, enquanto fazemos parte do puzzle do quotidiano, com viagens de trabalho e a ir buscar as crianças ao infantário”, comenta Linn Sundqvist, Diretora de Arte da SAS

A campanha foi desenvolvida pela equipa criativa interna da SAS e será vista na Dinamarca, Noruega e Suécia durante a primavera na televisão, em exteriores e em canais digitais.

Filme da campanha: <https://youtu.be/WwMrljR47aQ>

Fonte: [SAS lanserar ny varumärkeskampanj i Skandinavien - Travel News](#)

SUÉCIA - PORQUE É QUE AS VIAGENS A SOLO ESTÃO EM ALTA NESTE MOMENTO

As viagens a solo costumavam ser um nicho - agora são uma parte integrante das viagens dos suecos. De acordo com um inquérito da Klarna realizado pela Dynata, 45% dos suecos tencionam passar parte das férias de verão sozinhos, estando longe de ser os únicos. O relatório American Express 2024 Global Travel Trends mostra que 76% dos Millennials e da Geração Z a nível mundial planeiam viajar sozinhos este ano, com quase um terço a preferir descobrir uma nova cidade sozinhos.

Opinião partilhada por alguns operadores suecos, a Ving, por exemplo, diz à Travel News que está a registar um aumento anual de 10% de viajantes a solo em determinados destinos.

Apollo - Uma das principais tendências que observámos para o ano de 2025 é que cada vez mais pessoas optam por viajar sozinhas”, afirma Martina Krantz, assessora de imprensa.



Entretanto, 45% dos homens suecos e 35% das mulheres no relatório NowNext '24 da plataforma de reservas Omio afirmam que estão a planear viajar sozinhos em 2025. De acordo com a SAS, o número de reservas de mulheres que viajam sozinhas aumentou 45% na última década.

SAS - Viajar sozinho tem muitas vantagens e é adequado tanto para aqueles que procuram relaxamento total como para aqueles que querem socializar e conhecer novas pessoas durante as suas férias”, diz Thomas Thessen, Analista Chefe.

Uma explicação para a crescente popularidade das viagens a solo na Suécia é a grande proporção de agregados familiares solteiros.

VING - O número de agregados familiares solteiros na Suécia é elevado e está a tornar-se cada vez mais comum e, naturalmente, os solteiros também gostam de viajar. Contudo, não são apenas os solteiros que viajam sozinhos, também aqueles que vivem numa relação, mas optam por viajar ocasionalmente sozinhos”, acrescenta Anna Hagberg

Por outro lado, os suecos estão, igualmente, a viajar cada vez mais com base nas suas preferências pessoais, em vez dos formatos tradicionais de férias.

SRF (homologa da APAVT) - As viagens baseiam-se cada vez mais numa área de interesse, passatempo ou tema: gastronomia, vinho, música, observação de aves, fotografia, canto coral... Assim, torna-se menos importante viajar com alguém - o objetivo da viagem é mais importante”, afirma Didrik von Seth, Secretário-Geral da Associação Sueca de agentes e operadores SRF.

“As férias para pratica de exercício físico tornaram-se uma das categorias em crescimento mais rápido.

SRF - O que está a crescer mais individualmente são provavelmente este tipo de férias, comenta Didrik von Seth.



VING - Verificamos que cerca de 10% das pessoas que fazem viagens para a prática de exercício físico viajam sozinhas e que são um pouco mais as mulheres que optam por esta opção”, afirma Martina Krantz, pelo que notam aqui uma relação bastante óbvia.

VING - Muitas pessoas preferem viajar sozinhas, mas também querem fazê-lo com pessoas que pensam como elas. “Isto faz deste género de viagens uma forma perfeita de viajar, onde se tem a liberdade de viajar sozinho, mas onde também há pessoas com quem se pode partilhar certas experiências”, afirma Anna Hagberg.

SRF - Didrik von Seth salienta que não existem estatísticas globais que demonstrem que as empresas de viagens suecas estejam a registar um aumento do número de viajantes individuais.

“No entanto, os nossos membros referem que é esse o caso. Em particular, as empresas especializadas em viagens para solteiros estão a registar um claro aumento, como a Singelresor Norden AB”.

Singelresor AB - A empresa foi fundada em 2004 por Michael Pannagel após uma viagem de grupo à China. Entre 29 viajantes, ele era o único solteiro e sentiu que estava a “fazer figura de parvo” desde o primeiro almoço.

“Era suposto sentarmo-nos à volta de mesas redondas e eu sentei-me numa delas, sem me aperceber que só havia oito cadeiras à volta dessa mesa, o que significava que um dos outros casais tinha de partilhar. Não era popular e parecia muito retrógrado, foi assim que nasceu a ideia de organizar viagens para viajantes individuais.

Para responder à procura, a Apollo lançou o conceito Apollo Sports Solo, onde os viajantes a solo podem participar em atividades com outras pessoas sem se sentirem sozinhos. Outro conceito é o Apollo Silver “viagens para pessoas com mais de 55 anos”, que consiste num pacote de férias tradicional com hotéis selecionados em destinos selecionados, com diferentes temas e atividades, em que também se escolhe aquilo em que se quer participar.

Este tipo de flexibilidade é apreciado por muitos viajantes individuais. Mas há também alguns desafios financeiros. Os custos de alojamento podem aumentar até 50% e, sem descontos de grupo, os transportes e as atividades são muitas vezes mais caros.

VING - Uma preocupação que muitas pessoas têm quando viajam sozinhas é o facto de os hotéis nem sempre terem quartos individuais disponíveis. Por isso, é uma boa ideia utilizar as funções de pesquisa nas plataformas Web de viagens para encontrar hotéis que ofereçam quartos individuais, de modo a não ter de pagar por dois, sublinha Anna Hagberg.

Outra forma de manter os custos baixos é escolher destinos onde a relação preço/qualidade é convidativa.

Chelsea Dickens ON, especializada em viagens económicas - Para uma escapadela numa cidade europeia, experimente a Polónia, Budapeste na Hungria e Tirana na Albânia. Estas três cidades são as minhas preferidas quando se trata de férias na cidade. “Se procura umas férias mais longas, o Sudeste Asiático tem a melhor relação qualidade-preço e eu recomendaria a Tailândia ou o Vietname como os destinos mais económicos”, diz a especialista em viagens Chelsea Dickenson, especializada em viagens económicas.

Os profissionais do sector não vêem sinais de que o interesse pelas viagens a solo esteja a diminuir.

SRF - Não, não temos razões para acreditar que a tendência será quebrada num futuro próximo”, conclui Didrik von Seth.

Fonte: [Därför boomar soloresor just nu - Travel News](#)



SUÉCIA – A EMPRESA AVIFAUNA NATURRESOR PARECE ESTAR DE VENTO EM POUPA

“Os nossos clientes estão a viajar mais atualmente, o que se nos afigura bastante evidente, temos muitos clientes satisfeitos, o que não constitui novidade. Este ano é o nosso 40.º ano e é muito divertido que tenha corrido tão bem após os anos de pandemia”, afirmações do CEO Erik Hirschfeld(que já foi várias vezes a Portugal), AviFauna Naturresor, à Travel News.

Nas demonstrações financeiras para 2024, a AviFauna Naturresor apresenta um volume de negócios de 11,4 milhões de coroas suecas, um aumento significativo em relação aos 7,6 milhões de coroas suecas do ano anterior. Com um lucro de 651 000 coroas suecas, a AviFauna Naturresor consolida a sua posição como Top Performer no sector, o que significa que a empresa supera financeiramente metade dos seus concorrentes entre os operadores turísticos, organizando anualmente cerca de 30 viagens de observação de aves em todo o mundo.

A AviFauna era gerida pela associação BirdLife Sweden até à pandemia, altura em que Erik Hirschfeld, juntamente com Anders Laurin e Nils Andersson, adquiriu a empresa, que registava então prejuízos.

“O que nos distingue dos nossos colegas do sector que se dirigem a este tipo de clientela é o facto de viajarmos sempre em pequenos grupos de oito a doze participantes. Temos, ainda, o cuidado de trabalhar com operadores turísticos locais nos países que visitamos, para que o dinheiro dos nossos clientes permaneça no país e beneficie a população local”.

A AviFauna Naturresor é gerida sem empregados, numa base de consultoria. Erik Hirschfeld tem experiência no controlo do tráfego aéreo na Suécia e no resto da Europa, tendo, também, dirigido uma editora que publicou não só livros sobre aves e natureza, assim como a história de como a Barbie conquistou a Suécia, sendo igualmente um tradutor e autor ativo com cerca de trinta livros publicados.

Os clientes do operador turístico têm sobretudo mais de 55 anos, um grupo com tempo e dinheiro. Mas Erik não está preocupado com o crescimento e vê que a clientela está constantemente a ser reabastecida com novos entusiastas da observação de aves com 55 anos.

“Tivemos um grande afluxo de novos clientes que descobriram que somos um organizador estável e fiável, o que nos deixa muito satisfeitos. Este último aspeto também se nota este ano, para além disso, estamos a desenvolver novos destinos, que mais ninguém no nosso nicho percorre, o que também contribuiu para atrair clientes, incluindo New Brunswick no Canadá, as montanhas Kabyle na Argélia, bem como novas áreas em países que são conhecidos mas onde podemos apresentar novidades. Mas a empresa abandonou recentemente um destino do seu programa, New Jersey. Atualmente, ninguém quer ir para os EUA. Os nossos clientes são bem viajados e instruídos e conhecem o mundo e a anterior aventura na Sibéria foi cancelada pelas razões que conhecemos”.

A AviFauna Naturresor espera que o interesse continue a ser grande no futuro:

“Começámos 2025 com uma elevada taxa de reservas, tanto para este ano como para 2026, e esperamos uma expansão contínua. O nosso conceito de tudo estar incluído no preço da viagem, incluindo as gorjetas, é atrativo e, de acordo com as respostas dos clientes aos inquéritos e os e-mails espontâneos que nos enviam, somos considerados uma empresa que oferece preços com uma boa relação qualidade/preço”.

No entanto, a Alemanha destaca-se de outra forma, já que 70% dos viajantes de negócios alemães inquiridos dizem que muito raramente ou nunca voam em trabalho. No Reino Unido e em França, a percentagem correspondente é de 46% e em Itália de 41%.

Comenta-se muito o facto de a Suécia ser uma exceção internacional no que diz respeito à redução de voos domésticos. Estatísticas recentes da Agência Sueca dos Transportes (Transportstyrelse) mostram que quatro em cada dez suecos deixaram de efetuar voos domésticos desde 2019.

“A diminuição das viagens de negócios e o aumento do teletrabalho são duas explicações, mas também pode ser devido à economia ou à consciência ambiental”, comenta Simon Posluk, Chefe de Unidade da Agência Sueca de Transportes

No entanto, no inquérito AirPlus, quatro em cada dez inquiridos também disseram que a sua empresa tinha proibido os voos domésticos. Em 2019, 20% de todos os voos de negócios eram domésticos, enquanto atualmente este número foi reduzido para 13%.

Também se notam requisitos mais rigorosos. Muitas empresas exigem agora que os funcionários reservem voos em classe económica em vez de executiva.

Por outro lado, as viagens de comboio estão a tornar-se mais comuns. 49% dos viajantes de negócios inquiridos viajam frequentemente de comboio para trabalhar. Os comboios rápidos em países como a França, a Itália e a Alemanha oferecem opções mais convenientes do que os voos curtos.

A maioria dos viajantes de negócios tem uma atitude positiva em relação à sustentabilidade. 63% dos inquiridos querem reduzir a sua pegada de carbono, mas apenas 22% estão conscientes do impacto das suas estadias em hotéis no ambiente e da sua contribuição para as emissões. Embora 57% afirmem que orientações claras os ajudam a fazer escolhas mais sustentáveis, somente 29% dizem que a sua empresa oferece formação sobre viagens de negócios sustentáveis.

Embora este tipo de apoio por parte do empregador seja inexistente, são oferecidos incentivos financeiros. 45% dos inquiridos afirmam que o seu empregador oferece o reembolso dos transportes públicos. Cerca de 35% têm acesso a automóveis elétricos ou híbridos para viagens de negócios.

Nem todos estão convencidos. 20% dos inquiridos sentem-se limitados pelas políticas de sustentabilidade. 11% consideram-nas paternalistas.

NORDIC BUSINESS TRAVEL SUMMIT – ORGANIZADO PELAS ASSOCIAÇÕES NÓRDICAS DE TRAVEL MANAGERS – DECORRE NESTES DIAS EM OSLO, COM 400 PARTICIPANTES

A cimeira anual Nordic Business Travel Summit realiza-se esta segunda e terça-feira no hotel Clarion Hotel The Hub, da cadeia Strawberry, no centro de Oslo.

O NBTS é organizado alternadamente pelas quatro associações de travel managers: a dinamarquesa (Danish Business Travel Association), a sueca, a norueguesa e a finlandesa. No próximo ano, o evento terá lugar em Gotemburgo.

Este ano, o NBTS conta com cerca de 400 participantes, incluindo aproximadamente 60 da Dinamarca, na sua maioria membros da Danish Business Travel Association. Deste grupo, 15 são compradores (buyers), enquanto os restantes são fornecedores (suppliers), como companhias aéreas, hotéis, entre outros.

A Danish Business Travel Association tem cerca de 40 travel managers (buyers) e 80 fornecedores (suppliers), incluindo companhias aéreas, hotéis e outros serviços de viagem.

Em novembro do ano passado, a DBTA organizou, ao longo de três dias no Bella Center, em Copenhaga, a conferência anual europeia da Global Business Travel Association, que contou com mais de 1.300 participantes de todo o mundo, incluindo mais de 300 dos países nórdicos.



Segundo Jens Søndergaard, general manager da DBTA, em entrevista ao Standby.dk, a grande conferência da GBTA em Copenhaga afetou a participação dinamarquesa no NBTS deste ano:

"Alguns buyers dinamarqueses interessados receberam um 'não' dos seus chefes, com a justificação de que já tinham participado na conferência da GBTA em Copenhaga, em novembro. Por isso, alguns não puderam comparecer, o que influenciou o número de participantes dinamarqueses."

O custo de participação no NBTS 2024 em Oslo foi de 4.300 coroas norueguesas, o equivalente a cerca de 2.800 coroas dinamarquesas.

Entre os temas abordados na edição deste ano do NBTS, destacam-se:

- Aproveitamento da IA e soluções personalizadas para perfis de risco diversos de viajantes
- Caminho de transformação para viagens de negócios sustentáveis
- Preparação dos países nórdicos para viagens multimodais
- Como vencer no novo cenário das redes sociais
- Navegar na transformação digital
- O que está a acontecer no processo de gestão de viagens?
- O futuro dos pagamentos corporativos
- O futuro do retalho e da distribuição
- Novas gerações e redes sociais nas viagens de negócios
- Os eventos do amanhã, hoje: A evolução das reuniões no mundo digital
- O desafio da aviação

Fonte: <https://standby.dk/nordisk-erhvervsrejsebranche-har-aarsmoede-i-oslo/>



DINAMARCA - VENDA DE VIAGENS ABRANDOU, MAS NÃO PAROU

A economia dos dinamarqueses continua, no geral, sólida, mas a incerteza em relação à situação mundial está a afetar a venda de viagens - e não apenas para os EUA. Esta é a avaliação das duas associações dinamarquesas de agências de viagens.

"A venda de viagens não estagnou, mas houve um abrandamento no crescimento explosivo que se vinha a registar. A maioria das agências de viagens com quem falo sente que os clientes estão numa atitude de espera. As vendas continuam, mas os clientes estão mais cautelosos."

Quem o diz é Jakob Hahn, diretor da Danmarks Rejsebureau Forening (DRF), que representa mais de 100 grandes agências de viagens dinamarquesas, em declarações ao Standby.dk.

Inicialmente, pensava-se que a postura do ex-presidente Donald Trump poderia afetar a vontade de viajar para os EUA, mas agora a queda na procura parece ser mais generalizada, afirma o diretor da DRF:

"Há uma descida significativa nas vendas de viagens para os EUA, mas não só. Estamos a ver esta atitude de espera praticamente em todo o lado, com os clientes a adiarem as suas decisões de compra. E esta hesitação não se aplica apenas a destinos de longa distância, mas também a viagens dentro da Europa." O responsável da DRF acrescenta que cada vez mais agências recebem perguntas de clientes sobre os seus direitos "caso aconteça algo enquanto estão no estrangeiro".

"Nesta situação, é crucial que os viajantes tenham comprado a sua viagem através de um operador turístico registado na Dinamarca, que possa cuidar dos seus clientes e garantir o seu regresso em segurança - caso tal venha a ser necessário."

Jakob Hahn sublinha que a confiança do consumidor na Dinamarca, segundo o Danmarks Statistik (que corresponde a INE), continua baixa.

"Mas muitas convenções coletivas já foram estabelecidas, a inflação está controlada, por isso as pessoas têm, no geral, dinheiro para viajar."

Contudo, antecipa que os dinamarqueses vão reservar viagens com menos antecedência, algo que também é sentido pelos seus colegas de outras associações europeias de agências de viagens.

O QUE ESTAMOS (O TDP NOS PAÍSES NÓRDICOS) A FAZER NESTE MOMENTO?

Compreendemos que pode ser difícil saber exatamente em que estamos a trabalhar. A maior parte do nosso trabalho consiste em comunicação, e para quem nos rodeia no dia a dia, é praticamente impossível acompanhar o que fazemos. Por isso, aqui fica um pequeno relatório de situação:

Na semana passada estivemos em Lisboa para participar na BTL, mas dentro de algumas horas este boletim informativo será enviado enquanto a Ana e eu estamos em Gotemburgo, onde participamos no grande evento B2B anual da RK Travel.

Ao mesmo tempo, estamos continuamente envolvidos em vários projetos, grandes e pequenos, dos quais destacamos os que mais ocupam o nosso tempo nestas semanas:

- Coordenação de campanhas publicitárias conjuntas, em estreita colaboração com a sede, atualmente com SAS, NLTG (Ving, Spies, Ving Reiser e Tjaereborg), Bravo Tours, Rolfs Flyg & Buss, Springtime Travel e Stjernegaard Rejser.
- Organização de press trips: neste momento, o jornal dinamarquês Politiken e a maior revista de viagens da Noruega estão em viagem de imprensa em Lisboa (infelizmente sem as melhores condições meteorológicas).
- Preparação de futuras press trips para a Premium Magazine e Aftonbladet (Suécia), com itinerários pelo Alentejo, Lisboa e Cascais.
- Planeamento de uma visita de prospeção ao Algarve para a equipa de marketing da Norwegian, que recolherá material para promover ainda mais a ligação aérea para a região.
- Organização de uma viagem para a grande editora de revistas semanais Aller (Noruega e Dinamarca), que se concentrará na Rota Portuguesa para Santiago de Compostela.
- Produção de uma reportagem sobre uma viagem de bicicleta ao longo do rio Douro, que será publicada no jornal dinamarquês Politiken.
- Edição especial sobre Portugal na revista Vagabond (Noruega): um jornalista será enviado ao Alentejo e ao Porto e Norte de Portugal, as únicas regiões que ainda precisam de cobertura para a edição de junho.

- Grande press trip com Spies Rejser e Vingrejser (que patrocinam os voos), com um total de 16 participantes, incluindo jornalistas, opinion leaders, personalidades da televisão, atores e outras figuras mediáticas
- Visita de prospeção aos Acores da revista/agente de viagens “Opdag Verden” que pretende incluir arquipélago no seu portefólio de destino para caminhadas

BOM RESTO DA SEMANA

