

NEWSLETTER NÓRDICOS

As últimas notícias dos países nórdicos



PREFÁCIO — NOVAS TENDÊNCIAS COM RAÍZES PROFUNDAS NO NORTE DA EUROPA

Há seis ou sete anos fomos verdadeiramente confrontados com o conceito de “flight shame” (vergonha de voar), e muitos – pelo menos na Escandinávia – consideram que se trata de um fenómeno que “nasceu” na Suécia. Foi aí que vários jovens ativistas climáticos, entre eles Greta Thunberg, se tornaram muito visíveis na sua luta pela sustentabilidade.

Como sempre, é difícil medir com precisão o impacto deste tipo de movimentos, mas tudo indica que a vergonha de voar teve uma influência real e perceptível na Escandinávia – mais forte na Suécia. Hoje, o efeito diminuiu, embora não tenha desaparecido completamente. Muitos reconheceram que as viagens aéreas são, para a maioria, uma necessidade num mundo globalizado e que é aceitável comprar um bilhete de avião se a viagem tiver um propósito claro e bem ponderado.

Da mesma forma, a maioria das pessoas aceita que se utilize o automóvel para ir ao supermercado – mesmo que fique apenas a 500 metros de casa – se for para fazer compras para toda a semana. Mas já parece menos razoável se a deslocação servir apenas para comprar um litro de leite. A questão não é o meio de transporte em si, mas sim a intenção e a proporcionalidade.

No entanto, começam agora a surgir novas tendências. Trata-se da escolha política dos destinos de viagem, em que os consumidores optam por excluir ou privilegiar determinados destinos com base na situação política internacional.

Por exemplo, muitos escandinavos estão atualmente a evitar os Estados Unidos como destino de viagem – um fenómeno que parece mais acentuado na Dinamarca, provavelmente devido ao conflito em torno da Gronelândia. De igual modo, muitos suecos boicotaram a Turquia, que durante um longo período bloqueou a adesão da Suécia à NATO.

Por outro lado, países como o Canadá e o México estão a registar um aumento do interesse – provavelmente como alternativas aos Estados Unidos e, talvez, também como uma forma de manifestação indireta de solidariedade.

O mundo está em mudança e os acontecimentos evoluem rapidamente. Felizmente, Portugal não se encontra em risco imediato de ser “penalizado” pela sua política internacional – talvez até pelo contrário.

Boa leitura!

UNLIMITED TRAVEL GROUP ACQUIRE PARTICIPAÇÃO MAIORITÁRIA NA EMPRESA SURFAKADEMIN

O Unlimited Travel Group adquire 51% das ações da Surfakademin, uma das empresas mais estabelecidas da Escandinávia no setor de viagens de surf, mindfulness e experiências. A aquisição faz parte da expansão do grupo no setor de viagens baseadas em atividades e marca, ao mesmo tempo, o próximo passo no desenvolvimento contínuo da Surfakademin.

A Surfakademin torna-se assim a décima segunda empresa do grupo. Os donos e fundadores são Jens Holmer e Peter Sahlberg, que permanecem como sócios e continuam ativos no desenvolvimento futuro da empresa.



“O conceito único e a forte posição premium da Surfakademin tornam-na um complemento natural ao nosso portfólio de especialistas de nicho. Combinado com o forte espírito empreendedor da empresa, vemos boas oportunidades para desenvolver novas ofertas e fortalecer o nosso negócio comum no futuro”, afirma Charlotte Blum, diretora executiva do Unlimited Travel Group.

A Surfakademin oferece Encontros/Experiências combinadas de surf e mindfulness em todo o mundo, e ano inteiro, no País Basco, Califórnia, Sri Lanka, Marrocos, Galiza, Costa Rica e na Escandinávia, tanto para particulares como para empresas.

Durante duas décadas, construímos juntos uma forte comunidade em torno do surf, do companheirismo e das viagens de estilo de vida. Introduzimos mais de 20 000 suecos ao surf e, com o Unlimited Travel Group, temos agora a oportunidade de desenvolver novos conceitos e levar a Surfakademin mais longe a nível internacional, comentam Jens Holmer e Peter Sahlberg.

A Surfakademin será incorporada no Unlimited Travel Group a partir de 1 de março de 2026.

Fonte: [Unlimited Travel Group förvärvar majoritet i Surfakademin - Travel News](#)



FEIRA DE VIAGENS NO AEROPORTO DE AALBORG: GRANDE VONTADE DE COMPRA APESAR DE MENOS VISITANTES

Enquanto no ano passado o Aalborg Rejsefestival, realizado no Aeroporto de Aalborg, contou com 14.600 visitantes, a edição deste ano, ontem, atraiu 12.800. “Mas as nossas vendas foram muito superiores às do ano passado”, afirma diretora de agência de viagens.

Mais de 40 agências de viagens e companhias aéreas marcaram presença no domingo no Aeroporto de Aalborg para a quarta edição do Aalborg Rejsefestival. A participação como expositor é gratuita e a entrada para o público também não tem custos. O programa incluiu ainda mais de 40 palestras sobre viagens.

Num comunicado de imprensa, o aeroporto escreve que o Aalborg Rejsefestival 2026 foi um sucesso assinalável, com 12.800 visitantes apaixonados por viagens a desafiarem o clima de inverno para comprar férias e procurar inspiração para as viagens do ano.

O evento confirma assim a sua posição como uma feira de viagens de referência – com foco tanto na inspiração como na venda.

As companhias aéreas SAS, KLM, a feroesa Atlantic Airways, Norwegian e Air Greenland estiveram presentes com sugestões e conselhos de viagem. Muitos visitantes aproveitaram a oportunidade para garantir as férias de verão logo no dia do festival, enquanto outros reservaram viagens para datas mais distantes ou simplesmente se inspiraram para uma nova experiência.



A diretora Miriam Bisgaard Christiansen, da Nilles & Gislev Rejser (empresa do grupo Aller Leisure), com sede precisamente no Aeroporto de Aalborg, afirma no comunicado:

“As nossas vendas no Aalborg Rejsefestival 2026 são muito superiores às do ano passado e já estamos a registar um enorme interesse pelo nosso novo destino direto a partir do Aeroporto de Aalborg – Verona.”

Nas agências de viagens charter Spies e Apollo, houve um interesse massivo pelos novos destinos a partir de Aalborg, nomeadamente Cabo Verde (Spies) e Albânia (Apollo), mas também os destinos clássicos na Grécia e em Espanha estiveram em grande destaque.

Thomas Jessen, analista-chefe da TUI, afirma:

“Tivemos um grande interesse por todos os nossos destinos de verão e, com 34% mais viagens vendidas do que no ano passado, estivemos muito ocupados com reservas. Os habitantes do norte da Jutlândia estavam claramente prontos para comprar no Aalborg Rejsefestival.”

“Foi um dia fantástico no Aeroporto de Aalborg”, afirma o diretor da Bravo Tours, Peder Hornshøj, acrescentando:

“A quarta edição do Aalborg Rejsefestival foi um enorme sucesso. Desde manhã cedo e ao longo de todo o dia, houve filas de pessoas para comprar viagens e falar com os nossos muitos colaboradores no stand.”

Fonte: <https://standby.dk/aalborg-lufthavn-stor-koebelyst-trods-faerre-gaester/>



AGÊNCIAS DE VIAGENS SUECAS EM POSSÍVEL FUGA PARA A DINAMARCA

O governo sueco pretende alterar o sistema de proteção em caso de insolvência no setor das viagens e introduzir um fundo coletivo de garantia semelhante ao Rejsegarantifonden dinamarquês. O fundo sueco proposto deverá atingir um capital de 1,5 mil milhões de coroas suecas – significativamente mais do que o fundo dinamarquês para viagens organizadas, que dispõe de pouco mais de 100 milhões de coroas.

O setor das viagens na Suécia receia que as elevadas contribuições necessárias para constituir o fundo, sem apoio estatal, venham a encarecer as viagens vendidas na Suécia e levem muitas agências a transferirem-se para outros países da UE, incluindo a Dinamarca. Um estudo anterior indica que cerca de metade dos membros da associação sueca do setor pondera mudar de país caso a proposta avance.

O Rejsegarantifonden na Dinamarca confirma que já recebeu vários novos membros suecos na sequência da proposta e que muitos outros demonstraram interesse. As regras da UE e do EEE permitem que os organizadores de viagens adiram a um regime de garantia noutro país.

Fonte: <https://standby.dk/svenske-rejsebureauer-paa-mulig-flugt-til-danmark/>



A EMPRESA GRÄNSLÖSA RESOR ESCOLHE A EUROPA COMO SEU MERCADO PRINCIPAL

A Gränslösa Resor registou um volume de negócios de 10,8 milhões para o período até junho de 2025, uma ligeira descida em relação aos 12,3 milhões do período homólogo anterior. O lucro manteve-se praticamente inalterado, nos 1,2 milhões, o que faz com que a Gränslösa Resor seja considerada uma das empresas economicamente mais bem-sucedidas do setor.

A agência de viagens colabora com o jornal Svenska Dagbladet e a revista Vi, entre outros, na organização de viagens com guias experientes, como o correspondente internacional Rolf Fredriksson e o professor de história e escritor Dick Harrison.

“Começámos em 2003, mas desde a pandemia mudámos o foco para a Europa e países limítrofes”, comenta Lotta Borgiel, diretora executiva e fundadora. Até agora, tínhamos viagens para Santa Helena e as Ilhas Pitcairn, lugares que muitos nem sabem que existem. Parece que a maioria das pessoas já não está tao interessada nesse tipo de viagem, mas sim em países geograficamente mais próximos, o que também se aplica a viagens em grupo na própria Suécia, que antes quase não existiam.

Algumas viagens repetem-se ano após ano, tendo sido provavelmente a GR a primeira empresa a organizar caminhadas na Albânia há pouco mais de doze anos. O safari pelo direito ao voto, que homenageia os ativistas suecos pelo direito ao voto durante o século XX, é outra viagem de longa data.

Lotta Borgiel, como todos no setor, tem enfrentado fortes aumentos de custos desde a pandemia, embora uma coroa sueca mais forte tenha compensado em certa medida esses aumentos. E, como outros no setor, ela percebe como hotéis e outros fornecedores têm gradualmente endurecido as condições de reserva e cancelamento.

LB - Uma combinação difícil para nós é que os fornecedores tornaram as suas condições mais rigorosas, enquanto os nossos clientes estão a fazer as suas reservas cada vez mais tarde, o que não é francamente o ideal. Talvez isso se deva ao facto de, tanto os fornecedores como os clientes, sentirem que o mundo está mais instável e quererem garantir a sua segurança , sem se comprometerem com muita antecedência.

Fonte: [Gränslösa Resor väljer Europa som hemmaplan - Travel News](#)

O FRIO DE INVERNO IMPULSIONA AS VENDAS DE VIAGENS

O frio intenso, a neve e a ausência de temperaturas mais amenas impulsionaram significativamente as vendas de viagens, segundo várias grandes agências dinamarquesas. As viagens de última hora estão quase esgotadas e a procura também está a aumentar para a primavera e o verão.

Na Bravo Tours restam apenas poucos lugares para fevereiro. O diretor Peder Hornshøj afirma que é o fevereiro com menos viagens disponíveis de sempre, apesar da oferta normal. Entre os destinos estão as Ilhas Canárias, o Egito, a Tailândia e o Quênia.

A Spies regista aviões praticamente lotados, com taxas de ocupação na ordem dos 99% durante as férias de inverno. A Tailândia e o Egito estão quase esgotados, com muito menos lugares disponíveis do que no ano passado.

Também a Sunweb apresenta vendas fortes, tanto de viagens de ski para os Alpes como de sol, sobretudo para o Egito, estando quase esgotada até à Páscoa. Ao mesmo tempo, aumentou a venda de viagens de verão, já que muitos dinamarqueses querem garantir algo por que ansiar durante o inverno rigoroso.

Fonte: <https://standby.dk/vinterkulden-saetter-ekstra-gang-i-rejsesalget/>



A RESTRUTURAÇÃO DA TUI AFETA TODOS, OU NEM POR ISSO?

A TUI está a realizar uma grande reorganização que afeta todos os funcionários.

“Estamos a passar de uma organização regional para uma organização funcional”, escreve Adam Györki, diretor de comunicação para os países nórdicos.

Os funcionários da TUI revelaram que a empresa está a planear grandes mudanças, tendo a Travel News questionado Adam Györki, que optou por responder por e-mail:

TN - Estão a alocar funções da Suécia para a Alemanha?

AG - “Não estamos a transferir funções da Suécia para a Alemanha. No entanto, estamos a implementar uma transformação abrangente na forma como estruturamos a nossa área de negócio Markets + Airline, que inclui o mercado nórdico. Esta transformação abrange tanto as nossas operações de mercado como a companhia aérea, com o objetivo de construir uma organização preparada para o futuro, assente na tecnologia, nos métodos de trabalho e na cultura adequados. Este processo permitirá também maior eficiência e capacidade de expansão para novos mercados a nível global. A implementação de um novo modelo organizacional é uma parte fundamental desta mudança”

TN - Quais são as consequências práticas para os funcionários?

“Na prática, a diferença é que passamos de uma organização regional para uma organização funcional. Tornamo-nos mais rápidos, podemos aproveitar as vantagens da dimensão da nossa organização, expandir para novos mercados e integrar novas tecnologias no nosso negócio, tendo impacto a nível europeu.”



TN- Quantos funcionários são afetados na Suécia e de que forma?

“A nossa transformação numa organização funcional abrange, em princípio, todos os colegas que trabalham em todos os nossos mercados europeus. Não podemos responder como isso afeta os colegas na prática, pois estamos no meio da transformação e o impacto é muito individual. Mas, no geral, trata-se de uma nova estrutura organizacional que estamos a construir”

Fonte: [TUI:s omorganisation berör alla – eller inte alls? - Travel News](#)

REGIÃO NORTE CONTINUA A SER UMA DOR DE CABEÇA PARA A TUI

O Grupo TUI inicia o ano fiscal de 2026 com um resultado melhorado, embora a evolução seja claramente diferente entre as várias partes da Europa. Para a Região Norte, que inclui o Reino Unido, a Irlanda e os mercados nórdicos da Dinamarca, Noruega, Suécia e Finlândia, o resultado melhorou no primeiro trimestre, mas a região continua a registar um défice significativo.

O resultado operacional subjacente (EBIT) na Região Norte melhorou para menos 79,7 milhões de euros, em comparação com menos 88,5 milhões de euros no período homólogo do ano anterior. A melhoria ocorre num trimestre que é tradicionalmente fraco para a indústria de viagens, mas a região continua a ser a maior fonte de prejuízo na área de negócios Markets + Airline da TUI.



No total, 3,7 milhões de clientes/dormidas viajaram com a TUI na área de negócios Markets + Airline durante o trimestre, o que representa uma diminuição de 2% em relação ao ano anterior. A diminuição está em linha com a estratégia da empresa de reduzir a capacidade de risco e concentrar-se numa melhor utilização da capacidade, em vez do crescimento do volume.

Por outro lado, a ocupação média nos mercados aumentou 1 ponto percentual, para 86%, o que ajudou a limitar as perdas. O número de viajantes que escolheram pacotes dinâmicos aumentou 8%, para 0,8 milhões, uma tendência que também afeta os países nórdicos, onde esse tipo de produto cresceu rapidamente.

As receitas reservadas na Markets + Airline estão ligeiramente abaixo do ano passado, mas dentro do âmbito da redução de capacidade planeada.

Para a temporada de inverno, as Ilhas Canárias, o Egito e Cabo Verde são os destinos mais procurados pelos viajantes nórdicos. Em destinos de longa distância, continua uma forte procura pelo México, República Dominicana e Tailândia. Para o verão de 2026, Espanha, Grécia e Turquia voltam a dominar.

A nível do grupo, o resultado operacional subjacente da TUI aumentou para 77,1 milhões de euros no primeiro trimestre, em comparação com 50,9 milhões de euros no ano anterior. As receitas mantiveram-se em cerca de 4,9 mil milhões de euros. A Holiday Experiences, que inclui hotéis, cruzeiros e experiências, registou a melhoria mais significativa nos resultados, enquanto a Markets + Airline continua a registar prejuízos, embora a um nível inferior ao do ano passado.

A TUI confirma a sua previsão para o ano inteiro e espera que as melhorias na Markets + Airline, incluindo os países nórdicos, continuem gradualmente ao longo do ano. Para o ano fiscal de 2026, a empresa espera um aumento do resultado operacional subjacente de 7 a 10% , impulsionado principalmente pela temporada de verão.

Nota: Duas áreas de negócios: Markets + Airline , que inclui operadores turísticos e operações aéreas/ Holiday Experiences, que inclui os hotéis, cruzeiros e TUI Musement.

Fonte: [Norra regionen fortsatt huvudvärk för TUI - Travel News](#)

A NORWEGIAN APRESENTA RESULTADOS RECORDE EM 2025

O grupo Norwegian registou, em 2025, o melhor resultado operacional da sua história, com um EBIT de 3,7 mil milhões de coroas e uma margem operacional de 9,9%. O conselho de administração propõe aumentar o dividendo para 0,80 coroas por ação. A empresa mantém simultaneamente uma posição de liquidez sólida, superior a 10 mil milhões de coroas.

O quarto trimestre também evidenciou progressos, com um resultado operacional positivo de 21 milhões de coroas, face a prejuízo no ano anterior. As receitas aumentaram, apesar da redução da capacidade, em parte devido a uma taxa de ocupação mais elevada e a melhores receitas por bilhete (yield). A taxa de ocupação atingiu 86% na Norwegian, enquanto a Widerøe registou 70,5%. No total, o grupo transportou 27,3 milhões de passageiros em 2025.

A operação melhorou ao longo do trimestre, com maior pontualidade e regularidade estável. A tendência de reservas para 2026 é forte, com mais 250.000 bilhetes vendidos para viagens na primavera face ao mesmo período do ano passado, além de preços médios mais elevados.

A capacidade está ajustada à época baixa de inverno, mas aumentará antes do verão de 2026, altura em que a Norwegian prevê operar com 95 aeronaves e um crescimento da produção de cerca de 3%. A companhia recebeu também o primeiro de um total de 80 aviões Boeing 737 MAX 8 encomendados, que são mais eficientes em termos de consumo de combustível.

Em termos estratégicos, a Norwegian continua a desenvolver o programa de eficiência Program X, a modernizar a plataforma de distribuição com possibilidade de acordos interline, a melhorar o Wi-Fi (embora não seja Starlink) e a reforçar o programa de fidelização Spenn. A administração considera as perspetivas para 2026 muito positivas.

Fonte: <https://travelnews.no/nyheter/norwegian-leverer-rekordresultat-i-2025/>



DE EMPRESA DE AUTOCARROS A NEGÓCIO MILIONÁRIO

A agência de viagens ReseMakar'n, com sede em Vänersborg, reportou um volume de negócios de 69,5 milhões para o período até ao final de junho do ano passado, um aumento em relação aos 58,7 milhões em 2023/2024. O resultado foi de pouco mais de 2 milhões, praticamente inalterado em relação ao ano anterior, o que qualifica a empresa como uma das mais economicamente bem-sucedidas no setor.

A ReseMakar'n passou de uma pequena empresa de autocarros para uma agência de viagens completa, com cinco autocarros próprios. O programa inclui viagens para destinos na Europa, mas também viagens de longo curso de avião.

Erik Dahlbom - diretor executivo e proprietário: Crescemos muito desde a pandemia, embora já operássemos a empresa antes disso. Mas, desde então, desenvolvemos o nosso programa com clientes satisfeitos e fiéis.

A empresa dirige-se principalmente aos residentes da área metropolitana de Vänersborg, Trollhättan e Uddevalla.



ED - Os nossos clientes não sentem de forma significativa o aumento do custo de vida, pois têm, em geral, uma situação financeira confortável. Regressam porque oferecemos uma experiência mais personalizada, optando por viajar com o mesmo guia e informam-se previamente sobre quem irá conduzir o autocarro.

Um problema crescente é a atitude relutante dos hotéis em relação aos grupos.

ED - O nosso grande problema é a relutância dos hotéis em trabalhar com grupos. Está a ficar cada vez mais difícil, as condições oferecidas são cada vez piores, mesmo dos hotéis com os quais trabalhamos há muitos anos. Um hotel que há vários anos recebia grupos com lotação esgotada aumentou os termos de cancelamento de quatro para seis semanas, depois, queriam quase oito meses para cancelamentos. Dissemos que isso não era muito sensato e conseguimos reduzir para dois meses.

Erik Dahlbom considera que os fortes aumentos de preços, à medida que todos tentavam compensar as perdas causadas pela pandemia, estão agora a começar a diminuir.

ED - Exceto no que diz respeito aos voos, especialmente os que partem de Landvetter. Nesse caso, os preços dos voos não são muito simpáticos, contudo, dado que vários hotéis nos ofereceram os mesmos preços do ano passado não aumentámos os nossos preços.

Todos os anos, a ReseMakar'n oferece alguns destinos de voos no programa, tanto para destinos próximos, como Londres, como para destinos longínquos, como o Vietname.

ED- Anteriormente, tínhamos várias viagens para os EUA, mas o interesse diminuiu, embora ainda tenhamos cruzeiros nas Caraíbas. Além disso, atualmente há menos voos diretos a partir de Landvetter, sendo necessário fazer escala na Europa.

Em anos anteriores o próprio Erik Dahlbom atuava como guia turístico e chegou a fazer 22 viagens a Nova Iorque num ano.

ED - Mas eram outros tempos. Se for preciso, ainda dou uma ajuda e, no ano passado, guiei uma viagem à Alsácia. Não queremos ser uma fábrica de viagens, nem crescer ao ponto de perder a nossa essência. Queremos ter uma dimensão equilibrada e suficientemente grande para que eu possa tirar férias.

Fonte: [Från bussbolag till miljonmaskin - Travel News](#)

O GOVERNO SUECO REDUZ GRADUALMENTE O IMPOSTO SINK (IMPOSTO ESPECIAL SOBRE O RENDIMENTO PARA RESIDENTES NO ESTRANGEIRO)

O imposto baixou de 25% para 22,5% a partir de 1 de janeiro de 2026 e desce novamente para 20% a partir de 1 de janeiro de 2027. Esta alteração é relevante para muitos suecos que vivem no estrangeiro, nomeadamente em Portugal.

Fonte: [SINK - särskild inkomstskatt för utomlands bosatta](#) | [Skatteverket](#)

BOM FIM DE SEMANA

