

NEWSLETTER NÓRDICOS

As últimas notícias dos países nórdicos



PREFÁCIO - QUANDO A ECONOMIA SUECA RECUPERA – E A VONTADE DE VIAJAR SE MANTÉM

Depois de alguns anos marcados pela incerteza económica, há agora vários sinais de que a economia sueca está a entrar numa fase mais forte. A confiança dos consumidores está a recuperar, prevê-se um reforço do consumo das famílias e as previsões apontam para um crescimento económico de cerca de 2,9% em 2026 e 2,7% em 2027. São boas notícias para o setor das viagens, onde a vontade dos suecos de viajar e descobrir o mundo continua forte.

Esta tendência é também confirmada pela nova análise da Ticket sobre os hábitos de viagem dos suecos no outono e inverno de 2026/27. Um total de 58% afirma que a sua situação económica não influencia os seus planos de viagem, enquanto as reservas para o inverno se mantêm num nível elevado. A Europa continua a ser, claramente, a principal região de viagem dos suecos, e Portugal ocupa um expressivo 7.º lugar entre os países com mais reservas para a temporada de outono e inverno. Este resultado reforça a sólida posição de Portugal no mercado sueco, também fora da tradicional época de verão.

Ao mesmo tempo, a análise mostra que os suecos estão cada vez mais conscientes dos critérios que valorizam numa viagem. Boas e simples ligações aéreas são o fator mais importante na escolha de um destino, enquanto um clima com boas condições de sol e a sensação de segurança também desempenham um papel central. Muitos procuram ainda alternativas aos destinos mais massificados e estão dispostos a pagar mais por experiências com menos visitantes.

Para Portugal, esta é uma evolução interessante. Uma economia sueca mais forte poderá criar condições ainda mais favoráveis para a procura de viagens, ao mesmo tempo que Portugal tem a possibilidade de responder a várias das necessidades que atualmente caracterizam o mercado: boas ligações aéreas, viagens fora da época alta e uma oferta mais diversificada de destinos e experiências autênticas. Por outras palavras, há boas razões para encarar com otimismo a evolução do mercado sueco.

AS REDES SOCIAIS TORNARAM-SE PARTE INTEGRANTE DE TODA A VIAGEM

Atualmente, as redes sociais desempenham um papel cada vez mais importante em todas as fases da viagem – desde a primeira inspiração e escolha do destino até ao planeamento, à reserva e à partilha de experiências durante a própria viagem.

Segundo um novo estudo da TUI Musement, 43% dos inquiridos já reservaram uma viagem ou uma atividade depois de terem visto uma publicação ou um vídeo viral, enquanto 43% seguem influenciadores de viagens quando procuram inspiração para destinos e experiências. Entre os viajantes mais jovens, esta importância é ainda maior: para 48% da Geração Z, o TikTok é a principal fonte de inspiração para viagens.

As redes sociais já não dizem respeito apenas à inspiração antes da partida. Tornaram-se também parte integrante da própria experiência de viagem. 73% partilham ocasionalmente as suas férias nas redes sociais, e nada menos do que 39% já visitaram uma atração turística sobretudo para tirar uma fotografia ou gravar um vídeo. Para muitos, tornou-se, assim, importante não apenas viver uma experiência, mas também poder registá-la e partilhá-la com outras pessoas.



Isto significa que as redes sociais podem contribuir cada vez mais para gerar procura por determinados destinos, atrações e experiências. Uma simples fotografia ou um pequeno vídeo pode inspirar uma viagem, enquanto as próprias publicações dos viajantes durante a viagem podem, por sua vez, servir de inspiração para outros viajantes.

Para os destinos turísticos, esta evolução significa que os conteúdos visuais e facilmente partilháveis assumem uma importância crescente. Não se trata apenas de garantir visibilidade nas redes sociais, mas também de criar experiências e lugares que os próprios viajantes tenham vontade de fotografar, filmar e partilhar.

Fonte: [Turistattraktioner giver næring til sociale medier - STANDBY.DK](#)

OPERADOR CHARTER REGISTA FORTE CRESCIMENTO DAS VIAGENS A SOLO

A Apollo Sports, integrada na Apollo Rejser, regista um interesse recorde pelas viagens a solo. No último ano, várias partidas esgotaram muito antes da data de partida. No próximo ano, a oferta será reforçada com mais lugares.

O interesse pelas viagens a solo é maior do que nunca. No entanto, viajar sozinho não significa necessariamente querer passar as férias sozinho. Cada vez mais viajantes procuram convívio através do treino, de atividades e de interesses comuns, uma tendência que se reflete na procura pelas viagens a solo da Apollo Sports.

É o que afirma o operador de viagens charter num comunicado de imprensa. O que começou como uma oferta pontual transformou-se, em poucos anos, num conceito de viagem consolidado, com listas de espera para várias partidas, informa a empresa. O comunicado não indica, contudo, quantos viajantes a solo a Apollo recebe anualmente.



No comunicado, Daniel Giray, Sports Director da Apollo, afirma: «O conceito de viagens a solo combina o melhor dos dois mundos: viaja-se de acordo com as próprias condições e, ao mesmo tempo, tem-se a oportunidade de conhecer pessoas com interesses em comum.»

Quase um em cada cinco volta a viajar

Quase um em cada cinco clientes que viajam a solo reserva uma nova viagem através deste conceito, e muitos já participaram em várias viagens, segundo o comunicado de imprensa.

Para responder ao crescimento da procura, a Apollo Sports planeia aumentar em quase 30% o número das chamadas partidas a solo em 2027.

Ao mesmo tempo, o conceito será alargado. Inicialmente, as viagens a solo estavam associadas aos próprios hotéis desportivos da Apollo Sports, mas atualmente são oferecidas em vários destinos e conceitos hoteleiros, com diferentes temas relacionados com treino e atividades. No futuro, estão também previstas viagens centradas no ioga e na recuperação.

Fonte: <https://standby.dk/charterrejsebureau-ser-boom-i-solorejsende/>

AIRBALTIC OBTÉM ACESSO A 140 MILHÕES DE EUROS NA SEQUÊNCIA DE DECISÃO JUDICIAL

A companhia aérea letã AirBaltic obteve uma autorização judicial provisória para aceder a 140 milhões de euros de um pacote de financiamento total de 350 milhões de euros. Os fundos destinam-se a assegurar a liquidez da companhia enquanto esta procede à reorganização da sua dívida ao abrigo da proteção contra a insolvência prevista no Chapter 11 nos Estados Unidos.

A decisão do tribunal permite à AirBaltic cumprir determinadas obrigações perante fornecedores importantes, agências de viagens e parceiros de distribuição. No entanto, isto não significa que todas as dívidas anteriores para com parceiros sejam automaticamente pagas.



A companhia pode, além disso:

- Pagar salários.
- Gerir reservas e bilhetes já existentes.
- Continuar a processar reembolsos, vouchers e pontos de bónus.
- Pagar, em condições normais, bens e serviços fornecidos a partir de 14 de setembro.

A AirBaltic informa que os voos continuam a operar normalmente e que os passageiros com viagens já marcadas não precisam de tomar qualquer medida. A autorização é provisória e não significa que tenha sido aprovado um plano definitivo de reorganização, nem que a AirBaltic tenha saído do regime de proteção contra a insolvência. Segundo a Reuters, a companhia mantém o objetivo de concluir a reorganização até junho de 2027.

Fonte: <https://travelnews.no/nyheter/airbaltic-far-tilgang-til-140-millioner-euro-etter-rettsavgjorelse/>



FORTE CRESCIMENTO NAS VENDAS DE BILHETES DE VOOS REGULARES – PORTO ENTRE OS CINCO PRINCIPAIS DESTINOS EUROPEUS

A BilletKontoret, o maior consolidador dinamarquês de bilhetes de voos regulares, registou um aumento significativo no número de bilhetes de avião emitidos em agosto de 2026. A empresa emite cerca de 250 000 bilhetes de voos regulares por ano em nome de aproximadamente 200 agências de viagens, sobretudo no segmento de lazer.

Em agosto, a BilletKontoret emitiu cerca de 22 000 bilhetes de voos regulares, o que representa mais 7 % do que em agosto de 2025. Ao mesmo tempo, o preço médio dos bilhetes foi 7 % mais elevado. Parte deste aumento deve-se, contudo, ao facto de as agências de viagens terem vendido mais bilhetes para destinos de longo curso, que naturalmente são mais caros do que os voos dentro da Europa.

Segundo o diretor da BilletKontoret, o elevado número de reservas em agosto deve-se, entre outros fatores, ao facto de muitos clientes terem adiado as suas reservas no início do ano devido à situação geopolítica e à guerra no Médio Oriente. Por esse motivo, uma grande parte das viagens para setembro e outubro foi reservada mais tarde do que o habitual. O diretor sublinha, assim, que não se trata necessariamente de um crescimento generalizado do mercado, mas antes de uma alteração quando as reservas foram efetuadas este ano.

Para Portugal, há, contudo, uma evolução positiva: o Porto está entre os cinco principais destinos europeus, em termos do número de bilhetes de voos regulares emitidos pela BilletKontoret em agosto. O Porto surge, juntamente com Málaga, Islândia, Barcelona e Atenas, no topo da lista de destinos europeus. Este dado é particularmente relevante tendo em conta que os clientes da BilletKontoret incluem cerca de 200 agências de viagens dinamarquesas e que as vendas se destinam sobretudo a viajantes individuais de lazer.



Os 22 000 bilhetes emitidos em agosto distribuíram-se aproximadamente de forma equitativa entre destinos europeus e destinos fora da Europa. Entre os destinos de longo curso mais procurados encontravam-se as Maldivas, o Sri Lanka, o Japão, o Vietname e os EUA.

As vendas para os EUA continuam significativamente abaixo dos níveis registados antes do regresso de Donald Trump à presidência. Em comparação com 2024, as vendas de bilhetes para os EUA continuam 50-60 % abaixo, embora a BilletKontoret registe sinais de estabilização da descida. O Canadá, por outro lado, registou um crescimento de 20 % entre agosto de 2025 e agosto de 2026.

Fonte: <https://standby.dk/stoerste-danske-billetudsteder-boom-i-ruteflybilletter/>

AEROPORTO DE COPENHAGA – MAIS PASSAGEIROS, MAS NÃO NOS VOOS CHARTER

De janeiro a agosto, o Aeroporto de Copenhaga registou mais passageiros em voos regulares, enquanto o número de passageiros em voos charter diminuiu 14 %. «As agências de viagens charter estão a vender mais viagens em voos regulares», afirma o diretor da Spies.

Cada vez mais operadores charter na Dinamarca estão a vender pacotes turísticos em voos regulares, através de pacotes dinâmicos (por exemplo, voo regular + hotel), em detrimento do número de voos charter.



Os dados de tráfego mais recentes do maior aeroporto da Dinamarca mostram que, no mês passado, o Aeroporto de Copenhaga registou 119 684 passageiros em voos charter, contra 154 002 em agosto do ano passado – uma diminuição de 22,3 %.

Nos primeiros oito meses do ano, o Aeroporto de Copenhaga registou 782 426 passageiros em voos charter propriamente ditos, contra 914 780 entre janeiro e agosto do ano passado, uma redução de 14,5 %, correspondente a uma perda de mais de 132 500 passageiros.

Comentando estes números, Jan Vendelbo, diretor-geral da Spies, a maior agência de viagens charter da Dinamarca, afirmou ao Standby.dk: «Os aeroportos não registam se os passageiros de um voo regular compraram o bilhete através de uma agência de viagens charter. E, nos últimos anos, verificou-se um aumento significativo do número de clientes que os operadores charter transportam em voos regulares em vez de voos charter.»

O diretor da Spies acrescenta que a própria Spies também vende pacotes turísticos com voos regulares, que representam cerca de 15 % da sua produção total, embora a maioria continue a ser realizada, normalmente, nos seus próprios voos charter da Sunclass Airlines.

«Não é, portanto, que estejam a ser vendidos menos pacotes turísticos, mas sim que ocorreu uma alteração no mercado, com alguns dos grandes operadores charter a venderem um número crescente de pacotes que combinam voos regulares e hotel», afirma Jan Vendelbo.

De um modo geral, poderá ter sido disponibilizado um número menor de viagens charter. No entanto, na Spies não vendemos menos viagens do que o habitual, afirma Jan Vendelbo.

As cinco grandes agências de viagens charter da Dinamarca, todas com mais de 100 000 viagens vendidas por ano, são, por ordem alfabética: Apollo Rejser, Bravo Tours, Spies, Sunweb e TUI.

Eis a percentagem de clientes que viajam em voos regulares e o número correspondente, de acordo com os dados que as cinco grandes empresas forneceram ao Standby.dk ao longo do ano:

- Apollo: cerca de 10 % dos clientes viajam em voos regulares = 18 000.
- Bravo Tours: cerca de 10 % = 17 500.
- Spies: cerca de 15 % = 37 500.
- Sunweb: 20 % = cerca de 35 000.
- TUI: mais de 20 % dos passageiros viajam em voos regulares = cerca de 37 000.

No total, são 145 000 passageiros em voos regulares. A diminuição total registada entre janeiro e agosto deste ano foi de pouco mais de 132 500 passageiros.

Isto significa que, no conjunto, houve um aumento de 17 500 no número de viagens vendidas pelos operadores charter, somando as viagens realizadas em voos charter e em voos regulares.

Fonte: <https://standby.dk/cph-stoerre-passagertal-bare-ikke-i-charterflyene/>

RESERVAS PARA AS FÉRIAS DE OUTONO – SUÉCIA

Londres é o destino mais reservado pelos suecos para as férias de outono. As reservas para a capital britânica mais do que duplicaram em comparação com o período homólogo do ano passado, de acordo com as estatísticas de reservas da agência de viagens Ticket.

No total, as reservas para as férias de outono aumentaram 7% em comparação com o ano passado. No topo da lista, Roma ocupa o segundo lugar, enquanto Paris sobe do quinto para o terceiro lugar.

Também Barcelona regista um forte aumento. As reservas subiram 28% e Lisboa registou um aumento de 13%. Já , entre os destinos de sol, Málaga ocupa a quarta posição, seguida pela Gran Canaria em quinto e Alicante em sétimo lugar.

Dois destinos gregos entram no top 10 deste ano, nomeadamente Rodes que ocupa o nono lugar e Creta o décimo, onde as reservas nesta última quase triplicaram em comparação com o ano passado.



Larnaca e Maiorca saem do topo da lista, com as reservas a registarem uma queda de 29% e 21%, respetivamente.

Tiyoneh Jah responsável de relações públicas e comunicação da Ticket - Londres é um destino recorrente nas férias de outono, mas o aumento deste ano destaca-se verdadeiramente. A combinação de compras, atrações turísticos e atividades para toda a família torna a cidade atrativa para uma viagem curta durante as férias.

Os dez destinos mais reservados pelos suecos para as férias de outono são:

- 1.Londres
- 2.Roma
- 3.Paris
- 4.Málaga
- 5.Gran Canaria
- 6.Barcelona
- 7.Alicante
- 8.Lisbon
- 9.Rhodes
- 10.Creta

Fonte: London rusar inför höstlovet - bokningarna mer än fördubblade

A JAMBO TOURS ESTÁ A PERDER VOLUME DE NEGÓCIOS E NÃO CONSEGUE OBTER LUCROS. A CAUSA CHAMA-SE DONALD TRUMP, E NEM VIKTOR GYÖKERES CONSEGUIU FAZER SURGIR UM LUCRO.

O operador sueco Jambo Tours (que inclui também TEMA e Swanson's Travel) viu a sua faturação cair e não conseguiu gerar lucros no exercício mais recente. O principal responsável apontado é Donald Trump e a instabilidade internacional, e nem sequer um golo de Viktor Gyökeres conseguiu inverter a situação a tempo de gerar lucro.

Principais causas :

- Impacto de Trump e da geopolítica. Logo após a fusão com a especialista em EUA Swanson's Travel, Trump criticou publicamente o presidente ucraniano Zelensky, o que provocou uma queda brusca nas reservas para os EUA
- Novo golpe em fevereiro deste ano. No dia da feira anual da Jambo Tours , acontece o conflito com o Irão, tendo a Jambo Tours perdido quase três meses de vendas. As advertências sobre eventual falta de combustível de aviação e os avisos da ministra da Economia (que falava em crise económica e aconselhava a não voar no verão) agravaram ainda mais a situação.
- Pequena recuperação graças ao futebol. Em 1 de abril, quando Viktor Gyökeres marcou o 3-2 contra a Polónia e levou a Suécia ao Mundial, houve um pequeno alívio: "Deixou de ser tão vergonhoso viajar para os EUA" e a empresa ganhou alguns milhões com esse momento.
- Recuperação forte no verão. A partir de meados de junho as reservas aceleraram, tendo Julho registado a melhor nova venda de sempre, agosto foi extremamente forte e setembro está a nível do ano anterior. A crise económica anunciada pela ministra não se concretizou e os avisos sobre falta de combustível também não se confirmaram.

Jambo tours

RESOR PÅ RIKTIGT

- Outros problemas operacionais. A empresa teve de lidar com clientes retidos no Sudeste Asiático (resolvidos via hub em Seul com a SAS), cancelou cinco viagens de grupo (Jordânia, China, Bali, etc.) e sofreu com a forte subida dos preços dos bilhetes aéreos (exemplo: bilhetes Emirates a 12 000 SEK passaram a 31 000 SEK com a Air France).

Resultados financeiros

- Faturação desce de 265 milhões para cerca de 235 milhões de coroas suecas.
- Mesmo assim, David Karlsson afirma: Estamos muito perto de zero (quase no break-even).
- A empresa está extremamente bem preparada para o inverno e espera recuperar o que perdeu.
- Vende com base na qualidade e não no preço, tendo clientes com maior poder de compra.

Resumindo e concluindo, tem sido um ano difícil marcado por choques geopolíticos e quedas bruscas nas reservas (especialmente para os EUA), seguido de uma forte recuperação no verão. A empresa encerra o exercício económico próximo do equilíbrio financeiro, mantendo, contudo, boas perspetivas para o exercício seguinte.

Estrutura da empresa: David Karlsson detém 28 % e a empresa de Tommy Swanson 22,06 %. Os restantes cinco sócios partilham a outra metade

Fonte: Jambo Tours tappade 30 miljoner efter USA- och flygkris



A MAIOR CADEIA DE AGÊNCIAS DE VIAGENS DA ESCANDINÁVIA, A TICKET, PUBLICA UMA ANÁLISE ATUALIZADA DO MERCADO

A agência de viagens sueca Ticket publicou a sua mais recente edição do Ticket Collection, que analisa os hábitos de viagem dos suecos para o outono e inverno de 2026/27.

Assim, as reservas estão 5 % acima do mesmo período do ano passado, o que confirma que o interesse por viajar continua a crescer.

Principais tendências

- Europa continua a dominar, com 54 % das reservas de outono e inverno.
- No entanto, as viagens de longa distância estão a ganhar cada vez mais peso. As reservas para a Ásia subiram cerca de 25 % e representam já 31 % do total.
- O outono é mais marcado por cidades europeias, enquanto o inverno puxa claramente para destinos quentes e mais longínquos.

Tiyoneh Jah, responsável de comunicação da Ticket - Os suecos continuam a dar prioridade a viagens, mas vemos uma mudança clara no destino. Com efeito, a Europa continua a ser a maior, mas as viagens longas estão a ocupar mais espaço, e a Tailândia continua a atrair fortemente.



Economia e comportamento dos viajantes

- 58 % dizem que a situação económica não afeta os seus planos de férias.
- Ainda assim, o preço é um fator importante para 57 % das pessoas.
- Em vez de desistirem de viajar, os suecos adaptam à viagem (preço, ligações aéreas e coincidência com férias).

A segurança e a comodidade pesam na escolha da viagem

A situação no Médio Oriente e a instabilidade geopolítica influenciam as escolhas: 21 % evitam determinados destinos por causa da situação mundial. Além do destino, a segurança e a simplicidade do percurso (voos diretos e ligações fáceis) passaram a ser fatores muito relevantes, depois de períodos com rotas alteradas e espaços aéreos fechados.

Destinos mais reservados:

1. Bangkok
2. Gran Canária
3. Phuket

A Tailândia tem dois destinos no top 3 e três no top 10 (incluindo Krabi). As reservas para o país cresceram 35 % face ao ano passado, consolidando-se como um dos principais motores do aumento das viagens de longa distância. Entre as cidades europeias, Londres destaca-se com um crescimento de 55 % nas reservas e ultrapassou este ano Málaga e Alicante.

Em resumo, a Europa continua a liderar, mas as viagens de longo curso estão a ganhar peso, com a Tailândia, em particular, a continuar a atrair viajantes. Adaptam-se, ainda, aos preços e dão cada vez mais importância à segurança e à conveniência das ligações aéreas.

Fonte: [Svenskarnas resor 2026/27: Thailand och Bangkok i bokningstoppen](#)



UMA ECONOMIA SUECA MAIS FORTE PODE IMPULSIONAR AS VIAGENS

A economia sueca parece estar a sair da recessão. O Indicador da Economia da Confederação da Indústria Sueca (Svenskt Näringsliv) apresenta agora um valor positivo pela primeira vez em quatro anos, enquanto a organização prevê um crescimento do PIB de 2,9% este ano e de 2,7 % em 2027.

Para o setor do turismo e das viagens, esta notícia surge num momento em que vários indicadores já apontam na mesma direção, nomeadamente, que as famílias começam a consumir mais e a procura por viagens e experiências mantém-se.

A Travel News noticiou na semana passada o inquérito às empresas realizado pelo Riksbank (Banco central) , no qual hotéis, restaurantes e o comércio descreveram o verão como forte, tendo, igualmente, as empresas mostrando-se mais otimistas quanto ao consumo das famílias no futuro.

O setor dos transportes também teve um verão forte. A SJ (CP sueca) registou o seu melhor verão em termos de viagens desde o início da pandemia e aumentou o número de passageiros em 2% em comparação com o verão de 2025, apesar de uma oferta mais reduzida.

Ao mesmo tempo, as vendas das agências de viagens mostram que os suecos continuam dispostos a gastar dinheiro nas férias. A Apollo, por exemplo, indicou recentemente que as vendas de viagens exóticas mais do que duplicaram nas últimas semanas, em comparação com o mesmo período do ano passado, tendo, nomeadamente a Tailândia registado um aumento de 142%.



O consumo está a recuperar

O economista-chefe da Svenskt Näringsliv, Sven-Olov Daunfeldt, descreve esta evolução como um sinal de que o crescimento económico está agora a ganhar impulso após a prolongada recessão.

Segundo a Svenskt Näringsliv, a recuperação é generalizada e impulsionada, entre outros fatores, pelo consumo privado, pela produção industrial e pelas exportações.

Daunfeldt – Trata-se de uma recuperação económica há muito esperada

No entanto, existem fatores que podem travar esta evolução. A Svenskt Näringsliv prevê que o Riksbank aumente a taxa de juro de referência num total de 50 pontos durante o período de previsão e as taxas de juro mais elevadas nos prazos mais longos constituem um risco adicional, sobretudo porque as famílias suecas são relativamente sensíveis às variações das taxas de juro.

Fonte: Starkare svensk ekonomi kan lyfta resandet och turismen



A TUI REVÊ EM BAIXA AS PREVISÕES, OS CLIENTES FAZEM AS RESERVAS CADA VEZ MAIS TARDE

A TUI revê em baixa as previsões para o EBIT subjacente do exercício de 2026 para 1,2-1,3 mil milhões de euros. Ao mesmo tempo, as reservas continuam abaixo dos níveis do ano passado, tanto para o verão como para o próximo inverno.

A nova previsão significa, sobretudo, um intervalo mais reduzido do que anteriormente. Em agosto, a TUI previa um EBIT subjacente entre 1,1 e 1,4 mil milhões de euros e a previsão de receitas continua suspensa.

Por trás desta melhoria estão, entre outros fatores, a forte procura pelos hotéis, cruzeiros e outros produtos de férias da TUI, bem como um aumento no ritmo de reservas nas últimas semanas. No entanto, os números revelam, ao mesmo tempo, um padrão claro, nomeadamente que os clientes estão a adiar a reserva do alojamento.

O verão ainda sob a influência do ano passado

Para a época de verão de 2026, as receitas reservadas na TUI Markets + Airline situam-se 5% abaixo do período correspondente do ano passado. Nas últimas quatro semanas, as receitas reservadas aumentaram 2% em comparação com o mesmo período do ano passado.



A TUI também ajustou a capacidade de acordo com a evolução das reservas, tendo a capacidade própria sido reduzida em 5% e a empresa afirma que a situação das reservas está agora em linha com a capacidade reduzida. Entretanto, os preços médios mantêm-se elevados, apesar de um mercado altamente competitivo.

A Grécia e a Espanha, incluindo as Ilhas Baleares e as Ilhas Canárias, são os destinos mais populares para viagens de curta e média distância.

O inverno ainda mais difícil de prever

Também para o inverno de 2026/27, as reservas estão a ser feitas mais tarde do que no passado. As receitas correspondentes às reservas já efetuadas estão 7% abaixo das do ano passado.

No Reino Unido, a redução é de 9% e, na Alemanha, de 4% .

A TUI prevê que as Ilhas Canárias, Espanha, o Egito e Cabo Verde venham a ser destinos importantes durante o inverno. No que diz respeito aos destinos de longa distância, a Tailândia, o México e a República Dominicana são alguns dos destinos em destaque.

Hotéis e cruzeiros impulsionam o crescimento

O panorama é significativamente mais positivo nas atividades da TUI relacionadas com hotéis, cruzeiros e experiências.

O número de noites de alojamento disponíveis no setor hoteleiro aumenta 7% durante o primeiro semestre do exercício económico de 2027, enquanto a receita média por dia é 1% superior à do período homólogo do ano passado.

Também a atividade de cruzeiros está a crescer fortemente. O número de dias-passageiro disponíveis aumentou 17% no primeiro semestre de 2027. Por trás deste aumento está, entre outros fatores, o novo navio Mein Schiff Flow, que acrescenta cerca de 4 000 novos lugares à frota.

A TUI conta agora com um total de 19 navios de cruzeiro e indica que os preços médios diários aumentam 2%.

Fonte: TUI snävar in prognosen – kunderna bokar allt senare

JOHAN LUNDGREN FOI PROPOSTO PARA SER O NOVO PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA TUI

A nomeação foi feita de forma unânime pelo atual conselho e deverá ser confirmada na assembleia-geral de fevereiro de 2027.

Ele substitui Dieter Zetsche, que deixa o cargo no final do seu mandato. Lundgren já faz parte do conselho da TUI desde 2025 e tem uma longa carreira no setor das viagens e aviação. Foi CEO da EasyJet entre 2017 e 2024 e, antes disso, ocupou vários cargos de direção na própria TUI (incluindo vice-presidente). A sua carreira começou em 1986 na Fritidsresor (hoje parte da TUI Nordic/TUI Suécia). Após sair da TUI em 2015, regressa agora ao topo do grupo, desta vez como presidente do conselho de administração.

Johan Lundgren regressa, assim, ao topo da TUI. Após a assembleia-geral de fevereiro de 2027, o antigo CEO da EasyJet deverá assumir a presidência do conselho de administração da TUI. O atual presidente do conselho, Dieter Zetsche, deixa o cargo na assembleia-geral de fevereiro do próximo ano.

Sob a sua liderança, a EasyJet consolidou-se como uma das principais companhias low-cost da Europa, atravessando também períodos turbulentos como a pandemia e a forte recuperação do tráfego aéreo. Lundgren já tinha desempenhado vários cargos de direção na TUI. Foi membro do conselho e vice-presidente da TUI Travel e teve funções equivalentes na TUI AG.

Saiu do grupo TUI no verão de 2015, após a fusão entre a TUI AG e a TUI TRAVEL. A sua carreira no setor das viagens começou em 1986 na Fritidsresor, que hoje faz parte da TUI Suécia e da TUI Nordic. Agora, a ideia é que regresse à posição de topo do grupo, desta vez como presidente do conselho de administração.



Dieter Zetsche é membro do conselho da TUI desde 2018 e presidente desde maio de 2019. Anunciou que não se recandidata quando o atual mandato terminar, na assembleia-geral de fevereiro de 2027. Tanto os representantes dos acionistas como os representantes dos trabalhadores no conselho apoiam a nomeação de Lundgren, que fica assim proposto para assumir a presidência após a saída de Zetsche.

*Lundgren já faz parte do conselho da TUI desde 2025 e tem uma longa carreira no setor das viagens e aviação. Foi CEO da EasyJet entre 2017 e 2024 e, antes disso, ocupou vários cargos de direção na própria TUI (incluindo vice-presidente). A sua carreira começou em 1986 na Fritidsresor (hoje parte da TUI Nordic/TUI Suécia).

Fonte: [Johan Lundgren föreslås bli ny styrelseordförande i TUI](#)

A EMPRESA ROLFS FLYG & BUSS ULTRAPASSA OS 1,4 MIL MILHÕES DE COROAS SUECAS (FATURAÇÃO/VOLUME DE NEGÓCIOS) E CONTINUA A APOSTAR NA IA

A Rolfs Flyg & Buss registou, assim, um volume de negócios de 1,46 mil milhões de coroas suecas em 2025, o que representa um aumento em relação aos 1,22 mil milhões de 2024. Por outro lado, o lucro de 46 milhões manteve-se praticamente inalterado em comparação com 2024.

Emanuel Karlsson /Diretor executivo - Ainda estamos a sentir as consequências da pandemia, que nos impedem de regressar aos 100%. Temos tido falta de pessoal em relação ao número de produtos e estamos a recrutar para atingir o efetivo completo. Constata, também, que a empresa continua a crescer sem abrandar.

EK - Nunca ninguém atingiu esta dimensão no setor das viagens em grupo, pelo que se trata de um terreno ainda pouco explorado. Para além da Suécia, a Noruega está a crescer a passos largos, apesar de nos termos estabelecido lá há menos de três anos. Também a Dinamarca e os EUA estão a ganhar ritmo, embora seja difícil estabelecer novas marcas e o sucesso gera sucesso.

EK - Atrevo-me a dizer que oferecemos as melhores viagens em grupo do mundo, sendo estas o produto perfeito para vender. A fama dos nossos produtos espalha-se de boca em boca, a primeira coisa que se faz ao regressar das férias é falar com os vizinhos.

Em termos de mercado, as empresas notam uma clara diminuição do interesse em viajar para os EUA, enquanto as viagens para a China estão a correr cada vez melhor após a eliminação da exigência de visto. Na Europa, já se esgotaram praticamente todas as variantes de viagens em grupo para, por exemplo, o Lago de Garda, incluindo caminhadas, passeios de bicicleta e visitas a quintas vinícolas.

EK - Não sei se vamos conseguir inventar algo novo especificamente para o Lago de Garda, mas há sempre novos destinos por todo o planeta.

A Rolf Flyg & Buss conta agora com 150 colaboradores, todos eles muito entusiasmados com a perspetiva de um crescimento forte e contínuo.

EK - O que temos pela frente é o apoio que a IA pode dar a todas as empresas do mundo. Sou, na essência, programador e, atualmente, é quase a única coisa com que trabalho. Na verdade, com a IA, consigo programar numa hora o que antes demorava uma semana. Coordenar todas as partes que fazem parte de uma viagem em grupo é difícil e, nesse aspeto, a IA encaixa na perfeição.

Fonte: [Rolfs Flyg & Buss omsätter 1,46 miljarder - satsar på AI](#)



DIDRIK VON SETH: A SUÉCIA PRECISA DE UM MINISTRO DO TURISMO - E DESTACA PORTUGAL COMO UM BOM EXEMPLO DE UM PAÍS QUE TRABALHA BEM NESTA ÁREA.

A Suécia precisa de uma responsabilidade centralizada pelo setor do turismo. É algo que um novo governo deveria garantir, na opinião do diretor-geral da SRF, Didrik von Seth.

A coligação de centro-esquerda vencedora nas eleições tem uma política bastante dispersa no que diz respeito ao setor do turismo. É o que constata o diretor-geral da Associação Sueca do Setor de Viagens, Didrik von Seth, sendo ele próprio político amador do Partido do Centro em Huddinge.

DS- Seria extremamente grave se o Partido da Esquerda e o Partido do Ambiente conseguissem fazer passar as suas exigências de duplicar a taxa sobre os voos. Afinal, eles opõem-se ao avião como meio de transporte.

Por isso, deposita a sua esperança em que os Social-Democratas e o Partido do Centro se oponham:

DS- A sua aposta passa, pelo contrário, por investir fortemente em combustível sueco produzido sem recurso a combustíveis fósseis.

Didrik von Seth vê também uma oportunidade para o setor do turismo na criação de emprego, numa altura em que se prevê que a utilização da IA possa reduzir o número de postos de trabalho.



DS- A Suécia tem uma baixa percentagem do que é classificado como “profissões simples”, apenas 4 %, em comparação com 8% na UE. Aqui existe uma oportunidade para criar novos empregos no setor dos serviços que a IA não consegue substituir.

A IA não consegue preparar um Strawberry Daiquiri, limpar quartos de hotel ou confeccionar e servir bochecha de porco assada lentamente durante a noite, numa altura em que o setor do turismo enfrenta dificuldades em encontrar mão de obra qualificada.

Mas, para que o turismo sueco tenha sucesso, é necessária uma estrutura de decisão clara, salienta Didrik von Seth:

- O Governo encomendou um estudo sobre a fusão do Instituto Sueco e da Visit Sweden. Atualmente, a responsabilidade pelo setor do turismo está fragmentada e não se sabe qual o ministro responsável. A organização pública das questões turísticas é incompreensível e não existe um plano de ação claro.

Destaca, ainda, Portugal como um modelo de sucesso:

DS- Eles têm uma autoridade de turismo e um ministro responsável. Precisamos de uma entidade com responsabilidade global pelo setor, subordinada a um ministro.

PS: A associação sueca dos operadores e agentes de viagens realizou recentemente a sua assembleia-geral (administração) no Alentejo, uma ocasião que permitiu aos participantes contactar com algumas das principais figuras do setor do turismo, entre elas o SET. Na ocasião, foi-lhes explicado que Portugal continua sem um ministro dedicado especificamente ao turismo 😊, portanto quando fala de um ministro responsável refere-se ao nosso SET. Sendo muito positivo o elogio que faz a Portugal na principal revista do trade do mercado sueco.

Fonte: Didrik von Seth: Sverige behöver en turistminister

**COM OS VOTOS DE UM EXCELENTE FIM DE SEMANA (E
UMA BOA SEXTA-FEIRA)**

