

NEWSLETTER NÓRDICOS

As últimas notícias dos países nórdicos



PREFÁCIO — INSTABILIDADE GLOBAL — COMO SÃO AFETADOS OS MERCADOS

Nos países nórdicos, as férias de verão deixaram de ser um luxo para se tornarem uma prioridade, que muitos consumidores fazem um grande esforço para manter. No entanto, a incerteza económica e o aumento do custo de vida representam atualmente um desafio claro para o mercado. A segurança no emprego e a estabilidade das finanças pessoais são determinantes para o consumo e, nesse contexto, o conflito em torno do Irão constitui um fator de risco real para o setor das viagens. A subida dos preços do petróleo, o risco de perturbações no fornecimento de energia e a consequente inflação — com potenciais aumentos das taxas de juro — estão a pressionar a procura.

Vários operadores turísticos nórdicos já reportam consumidores mais cautelosos em comparação com anos anteriores, apontando precisamente a incerteza económica como a principal razão.

Até ao momento, a guerra na Ucrânia e as tensões no Médio Oriente não reduziram a vontade global de viajar. No entanto, alteraram significativamente os padrões de viagem. Uma tendência clara é a deslocação da procura para a Europa Ocidental, onde países como Itália, França, Espanha e Portugal surgem frequentemente como os principais beneficiários. Em contrapartida, destinos no Médio Oriente e nas regiões envolventes — incluindo Chipre, Norte de África e Turquia — registam maiores oscilações negativas na procura, enquanto viagens para países como Israel, Arábia Saudita e os Emirados Árabes Unidos são particularmente afetadas.

Os conflitos não influenciam apenas a atratividade dos destinos, mas também os fluxos de viagem. Quando hubs centrais como o Dubai se tornam mais difíceis de utilizar, isso tem consequências diretas para o tráfego para grande parte da Ásia. Assim, o impacto estende-se muito além das áreas diretamente afetadas.

Para Portugal, o contexto atual apresenta simultaneamente oportunidades e riscos. Por um lado, o país pode beneficiar de uma maior procura por destinos europeus considerados seguros. Por outro, a incerteza económica pode travar a atividade global de viagens. Permanece, por isso, incerto qual destes fatores terá maior peso.

Paralelamente, Portugal enfrenta um desafio mais estrutural: o aumento dos preços, sobretudo no alojamento. A procura é elevada, mas muitos viajantes consideram que os preços dos hotéis atingiram níveis que os levam a optar por alternativas, frequentemente através de plataformas como Airbnb. Este fenómeno pode ajudar a explicar porque é que, em alguns casos, as estatísticas hoteleiras mostram estagnação ou até ligeiras quebras, apesar do elevado interesse global.

Em suma, o setor das viagens entra num verão marcado por uma forte procura, mas também por um nível significativo de incerteza.

Boa leitura!



OPERADORES TURÍSTICOS SUECOS MANTÊM-SE SERENOS APESAR DO ALERTA SOBRE OS COMBUSTÍVEIS

A Ving e a Apollo não veem qualquer risco imediato de perturbações nas viagens de verão, a firmando a primeira que a empresa acompanha de perto a evolução da situação, mas refere que os depósitos de combustível nos aeroportos nórdicos estão bem abastecidos e que existe uma boa capacidade de refinação na região.

Diretor de comunicação da Ving, Claes Pellvik - Existe também uma boa capacidade de refinarias na nossa região e a própria matéria-prima para o combustível de aviação que utilizamos provém principalmente do Mar do Norte. De momento, não estamos alarmados com estas notícias da comunicação social, mas, naturalmente, levamos este assunto muito a sério. Também a Apollo não vê, neste momento, qualquer risco de perturbações, salientando que as companhias aéreas acompanham a situação de perto e que os passageiros serão contactados caso haja alterações.

Ambos os operadores afirmam que os clientes têm direito a reembolso caso as viagens sejam canceladas devido à escassez de combustível. Tentou-se obter informação da TUI, sem sucesso.

Fonte: Bränslebristvarning: Så påverkas svenska researrangörer som Ving och Apollo



OS DESTINOS MAIS PROCURADOS PELOS SUECOS PARA ESTE VERÃO

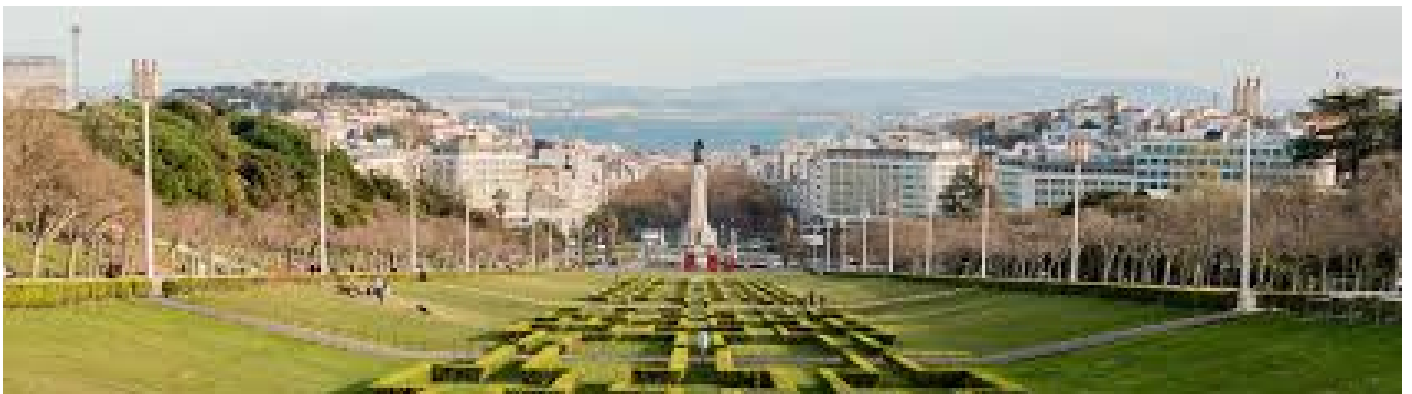
O que mais atrai os suecos no verão de 2026, sol, grandes cidades ou praia? Um novo ranking dos destinos mais reservados pelos suecos revela que os velhos favoritos continuam fortes, mas também que um destino inesperado ganha destaque. Quando os suecos reservam as suas viagens de verão para 2026, continuam a ser o sol, a proximidade e os destinos favoritos de sempre a ditar as tendências. É o que revela a nova lista da Ticket dos destinos mais reservados para o verão, onde Málaga, Alicante e Maiorca ocupam os primeiros lugares. No total, as reservas de verão aumentaram 10% em comparação com o mesmo período do ano passado, e toda a lista dos dez primeiros é composta por destinos europeus, algo que, segundo a Ticket, indica que a tendência para destinos próximos se mantém.

Destinos mais reservados para o verão de 2026:

1. Málaga (2)
2. Alicante (1)
3. Maiorca (6)
4. Nice (5)
5. Londres (9)
6. Lisboa (NOVO)
7. Split (3)
8. Barcelona (4)
9. Creta (9)
10. Roma (7)

Entre parênteses, indica-se a posição do destino na lista dos mais procurados de 2025.

Fonte: [Resmålen alla svenskar vill åka till 2026 – ett förvånar](#)



BILHETES DE LONGO CURSO MAIS CAROS IMPULSIONAM VENDAS NA EUROPA

A agência de viagens dinamarquesa Tid til Ro regista uma queda nas viagens para o Sudeste Asiático, incluindo a Tailândia. Em contrapartida, verifica-se um forte aumento das vendas para a Europa.

Após uma queda acentuada nas vendas de viagens nas primeiras duas semanas após o início do conflito no Médio Oriente, a vontade dos dinamarqueses de viajar recuperou, sendo sobretudo os destinos da Europa Ocidental os mais procurados.

A agência indica que esgotou as viagens de verão para a Europa, após ter vendido mais 23% de viagens nos últimos 30 dias em comparação com o mesmo período do ano passado, segundo um comunicado de imprensa.

John Tobiesen, diretor da Tid til Ro, afirma no comunicado:

“Se soubéssemos que isto iria acontecer, teríamos garantido uma oferta muito maior de viagens para destinos europeus, porque a procura é extremamente elevada neste momento. Por outro lado, é mais difícil no que diz respeito aos grandes destinos na Ásia, porque há menos voos e os preços são mais altos. Ao mesmo tempo, é evidente que os dinamarqueses querem passar as férias de verão mais perto da Dinamarca este ano.”



Tid til ro

Os principais destinos asiáticos para os dinamarqueses, incluindo a Tailândia, estão fortemente afetados pela situação atual no Médio Oriente, refere a agência. Isto deve-se ao facto de muitos voos europeus para o Sudeste Asiático terem sido desviados ou cancelados, enquanto os preços dos bilhetes aumentaram significativamente.

“As nossas próprias viagens para a Tailândia não são diretamente afetadas, porque voamos diretamente com a Thai Airways, mas não há dúvida de que esta situação terá impacto no turismo para o Oriente. A minha previsão é que, assim que os voos possam voltar a operar como antes, os dinamarqueses regressarão rapidamente à Tailândia e a outros destinos favoritos na Ásia”, afirma John Tobiesen.

Fonte: <https://standby.dk/dyrere-oversoenske-flybilletter-oeger-salg-i-europa/>

GRANDE AGÊNCIA DE VIAGENS DINAMARQUESA FIXA PREÇOS DAS VIAGENS

Numa altura em que várias agências de viagens estão a cobrar suplementos de combustível, outras optam por manter o preço inicialmente pago pelos clientes. A FDM Travel anunciou agora que irá fixar os seus preços.

Várias grandes operadoras de viagens charter, incluindo a Apollo, Spies, Sunweb e a TUI, já tinham comunicado que manteriam os preços acordados com os clientes. Agora, a FDM Travel informa também que irá proteger os seus clientes contra custos adicionais.

“Apesar do aumento dos preços dos voos e do combustível, a FDM Travel fixou os preços, garantindo que os viajantes não correm o risco de receber faturas adicionais após a compra da viagem. Ao mesmo tempo, a FDM Travel inclui um novo pacote de segurança em todas as viagens”, refere a agência em comunicado.

No mesmo comunicado, a FDM Travel sublinha que o aumento dos preços do combustível levou várias agências a enviar cobranças adicionais aos clientes. De acordo com a legislação atual sobre viagens organizadas, as agências podem aplicar um aumento até 8%, desde que o façam até 20 dias antes da partida. Se o aumento ultrapassar os 8%, o cliente tem o direito de cancelar a compra, conforme previsto na lei das viagens organizadas.

Para garantir maior segurança aos seus clientes, a FDM Travel decidiu fixar os preços das viagens, assegurando que os clientes sabem exatamente quanto custa a sua férias no momento da compra.

No comunicado, o diretor executivo da FDM Travel, Anders Iversen, afirma: “Existe atualmente uma grande incerteza em relação aos preços do combustível e, conseqüentemente, aos preços dos voos. Sabemos que muitos viajantes estão preocupados com a possibilidade de o preço das suas férias aumentar após a compra. Eliminámos essa incerteza para os nossos clientes. Quando compram uma viagem na FDM Travel, o preço não muda, mesmo que o mercado mude. Não enviamos cobranças adicionais – e não o faremos.”

Fonte: <https://standby.dk/stort-dansk-rejsebureau-fastlaaser-priserne-paa-rejser/>



A AVINOR PLANEIA UMA GRANDE EXPANSÃO NO AEROPORTO DE OSLO PARA RESPONDER ÀS NECESSIDADES DE CAPACIDADE

A Avinor (a empresa estatal que gere a maioria dos aeroportos na Noruega) está a planear uma modernização abrangente do Aeroporto de Oslo para responder ao aumento da procura e ao crescimento da atividade de carga. Em vez de apostar em grandes novas construções, o foco será sobretudo otimizar e aproveitar melhor a infraestrutura existente.

Um elemento central do plano é a transferência das atividades de carga para uma nova área, libertando espaço junto ao terminal e aumentando a capacidade para o tráfego de passageiros e estacionamento de aeronaves. Paralelamente, estão a ser desenvolvidas medidas técnicas e operacionais para melhorar a utilização das atuais pistas, permitindo aumentar a capacidade sem grandes intervenções no meio natural.

O plano visa, a longo prazo, adiar a necessidade de uma terceira pista e garantir que o aeroporto se mantém competitivo. O desenvolvimento deverá estender-se até 2040 e pretende reforçar tanto o setor da aviação como as exportações e a atividade empresarial na Noruega.

Fonte: https://travelnews.no/nyheter/avinor-planlegger-stor-utbygging-pa-oslo-lufthavn-for-a-mote-kapasitetsbehovet/#google_vignette

AGÊNCIA DE VIAGENS QUER ATRAIR MAIS JOVENS PARA VIAGENS DE GRUPO

A Topas Travel lança agora viagens de grupo direcionadas para pessoas entre os 30 e os 50 anos, com o objetivo de atrair participantes mais jovens. A iniciativa surge como resposta ao facto de muitos viajantes desta faixa etária hesitarem em inscrever-se nas viagens de grupo tradicionais devido à grande diversidade de idades.

As novas viagens funcionarão como um complemento às ofertas existentes, que continuam abertas a todos os adultos. O objetivo é criar uma melhor compatibilidade entre os participantes em termos de ritmo, nível de atividade e fase de vida – sem alterar o conceito atual.

Uma das razões para esta iniciativa é o aumento da idade média em muitas das viagens da agência, à medida que clientes fiéis regressam ano após ano. Ao mesmo tempo, a Topas regista um interesse crescente por parte do público entre os 30 e os 50 anos, que procura tanto experiências como um forte sentido de comunidade com pessoas da mesma idade.



As primeiras partidas direcionadas incluem destinos como Vietname, Gronelândia, Costa Rica, Itália, Nepal e Peru. Para já, estas viagens representam uma pequena parte da oferta total, mas a ambição é aumentar essa quota para cerca de 10%.

A Topas Travel já vendeu cerca de 80% das viagens deste ano e vê esta iniciativa como uma oportunidade para alargar a sua base de clientes e adaptar-se à evolução das necessidades do mercado.

Fonte: <https://standby.dk/rejsebureau-vil-tiltraekke-flere-yngre-til-grupperejser/>

JYSKE BANK: A GUERRA LEVA OS DINAMARQUESES A REPENSAR OS PLANOS DE FÉRIAS

Durante muitos anos, as férias no estrangeiro foram a escolha mais óbvia, mas novos dados mostram uma mudança clara: menos dinamarqueses viajam para fora e mais optam por passar férias na Dinamarca, segundo uma nova análise.

O dado mais surpreendente é, de acordo com o banco, que 48% dos dinamarqueses – quase metade – não planeiam sequer tirar férias nesta primavera. Trata-se de um aumento de 18,4% face a março do ano passado.

Segundo Bettina Brask, economista de finanças pessoais do Jyske Bank, estes números refletem claramente que a economia pesa mais nas decisões de férias – sem que a vontade de viajar tenha diminuído. Afirma: “Não estamos a assistir a uma tendência de abdicar das férias, mas sim de escolher de forma diferente, porque a economia e a incerteza global desempenham um papel maior. Muitos dão prioridade à segurança, flexibilidade e previsibilidade – o que torna as férias mais próximas de casa mais atrativas.”

Os dados indicam também que já não existe um modelo único de férias. Os dinamarqueses fazem escolhas mais diversificadas e conscientes. “Alguns sonham com sol e praia no estrangeiro, enquanto outros encontram maior valor na natureza, tranquilidade e experiências ativas na Dinamarca”, acrescenta. Independentemente do tipo de férias, há um fator comum: a necessidade de controlo financeiro.

Fonte: <https://standby.dk/jyske-bank-danskerne-gentaenker-deres-ferieplaner/>

OPERADORES TURÍSTICOS NÓRDICOS TRANQUILIZAM APESAR DA INCERTEZA NO COMBUSTÍVEL

As preocupações com a crise energética e uma possível escassez de combustível de aviação têm marcado os meios de comunicação nas últimas semanas, mas na Escandinávia as mensagens continuam, para já, tranquilizadoras.

Tanto a Norwegian como a Ving esperam uma época de verão normal, sem perturbações. A Norwegian aponta para uma forte procura e não antecipa problemas na disponibilidade de combustível, enquanto a Ving assegurou o abastecimento através de contratos a prazo e cadeias de fornecimento estáveis – nomeadamente com origem no Mar do Norte. Ainda assim, a Ving refere um aumento de contactos por parte de clientes preocupados com possíveis cancelamentos.

A nível europeu, o cenário é mais complexo. A ACI Europe alerta que os elevados preços do combustível poderão pressionar sobretudo os aeroportos regionais e as rotas de menor dimensão, caso a situação se prolongue.

Em suma, tudo indica um verão estável para os viajantes nórdicos – embora com uma incerteza latente na aviação europeia a médio prazo.

Fonte: <https://travelnews.no/nyheter/drivstoffuro-skaper-sporsmal-i-markedet-norwegian-og-ving-beroliger-for-sommeren/>



FUNDOS DE GARANTIA DE VIAGENS NA NORUEGA E NA SUÉCIA SOB PRESSÃO – OPERADORES OLHAM PARA A DINAMARCA

Os fundos de garantia de viagens são uma parte central da proteção do consumidor no setor das viagens. Garantem que os clientes recuperam o seu dinheiro e, se necessário, o repatriamento, caso um operador turístico entre em insolvência. Embora o enquadramento assente em regras comuns da UE, os países nórdicos adotaram modelos diferentes – e essas diferenças tornaram-se agora um fator de competitividade.

Na Dinamarca, o sistema baseia-se numa combinação de garantias individuais e de um fundo coletivo, que funciona como uma segurança adicional. O modelo é escalonado e relativamente flexível, tendo o Estado apoiado o fundo em situações de crise. Na Noruega, pelo contrário, o sistema assenta sobretudo em garantias individuais elevadas, sem uma verdadeira rede coletiva, o que imobiliza capital significativo nas empresas. A Suécia reformou recentemente o seu modelo, introduzindo um fundo coletivo, mas sem garantia estatal na fase de construção – o que tornou a solução mais onerosa para o setor no curto prazo.

Estas diferenças estão agora a ter consequências concretas. Vários operadores na Suécia e na Noruega já optam, ou ponderam, transferir as suas garantias para a Dinamarca, onde os custos são mais baixos. As regras da UE permitem que as empresas se estabeleçam noutro país com relativa facilidade, podendo assim escolher o regime mais vantajoso.

O setor na Noruega alerta que o modelo atual está a prejudicar a competitividade. Montantes elevados ficam bloqueados em garantias, reduzindo a capacidade de investimento e crescimento das empresas. Ao mesmo tempo, os operadores mais pequenos são particularmente afetados.



A experiência sueca reforça estas preocupações. A reforma mais cara levou vários operadores a transferirem já as suas garantias para a Dinamarca. O setor receia que o mesmo venha a acontecer na Noruega se não houver uma intervenção rápida.

Existe um amplo consenso quanto à necessidade de reformar o sistema norueguês, combinando garantias individuais mais baixas com um fundo coletivo – inspirado no modelo dinamarquês. Paralelamente, destaca-se a importância de uma garantia estatal temporária durante a fase de transição, para evitar um aumento significativo dos custos.

O problema é que o processo de reforma está parado desde 2021. Entretanto, cresce o risco de mais empresas transferirem as suas garantias – e, em última análise, parte da sua atividade – para fora da Noruega.

A consequência poderá ser um enfraquecimento do setor turístico norueguês e um sistema mais complexo para os consumidores, que passarão a lidar, em maior medida, com regimes de garantia estrangeiros.

Fonte: <https://travelnews.no/nyheter/norsk-reisegaranti-i-spill-aktorer-flytter-til-danmark-mens-reformen-star-stille/>



NORWEGIAN REDUZ SIGNIFICATIVAMENTE AS PERDAS TRIMESTRAIS ANTES DA ÉPOCA DE VERÃO

A Norwegian Air Shuttle apresentou uma melhoria significativa no primeiro trimestre de 2026, reduzindo consideravelmente o seu prejuízo operacional em comparação com o ano anterior (no primeiro trimestre é normal que as companhias aéreas nórdicas, como a Norwegian e a SAS, registem prejuízos operacionais, apesar de serem negócios saudáveis no conjunto do ano).

Ao mesmo tempo, a empresa entra na época de verão com uma forte procura e sólidos níveis de reservas – tendo vendido cerca de mais 300.000 bilhetes para o período de verão face ao ano passado.

A melhoria dos resultados deve-se tanto ao aumento dos preços dos bilhetes como a uma melhor gestão da capacidade e a ganhos de eficiência através do programa “Program X”. A Norwegian reduziu a capacidade durante o inverno, o que contribuiu para aumentar a taxa de ocupação e a rentabilidade.

A cooperação com a Widerøe também tem um impacto positivo, com melhores resultados e maiores sinergias entre as duas companhias.

Apesar da pressão contínua dos elevados preços do combustível e da incerteza geopolítica, a Norwegian considera a situação estável. A empresa assegurou uma parte significativa do seu consumo de combustível e não identifica problemas no abastecimento.

No geral, a Norwegian apresenta-se financeiramente mais sólida e entra no verão com perspectivas de elevada atividade e melhoria da rentabilidade.

Fonte: <https://travelnews.no/nyheter/norwegian-reduserer-kvartalstapet-kraftig-for-sommersesongen/>



ENTREVISTA A MAGNUS WIKNER: A ESSÊNCIA DO NOSSO MODELO DE NEGÓCIO É PRESERVAR A RELAÇÃO COM O CLIENTE

Magnus Wikner, CEO da Nordic Leisure Travel Group, revela como tudo começou e qual considera ter sido a sua pior decisão empresarial.

Magnus Wikner trabalha para a NLTG há 40 anos. O seu primeiro emprego foi como artista de espetáculos em Creta e é diretor-geral do grupo desde 2011.

TravelNews - Qual é a sua primeira recordação de um charter?

Magnus Wikner - Foi no início dos anos 70. Cresci na pequena Hoting e mudámo-nos para Östersund, que parecia uma grande cidade. Um colega de turma tinha estado numa viagem organizada às Ilhas Canárias e, para mim, parecia muito exótico.

A mãe do meu amigo visitou a escola depois e fez uma pequena palestra sobre as Ilhas Canárias e Espanha, mostrou algumas lembranças, incluindo bonecas de flamenco. Ah, como eu queria ter umas dessas...

TN- O charter já sobreviveu à sua própria morte há décadas; por que razão acha que isso acontece? Qual é a essência dessa vitalidade?

MW - Para mim, é simples e claro, como mencionou Christer Sandahl (antigo diretor executivo da Ving), devemos oferecer “as melhores semanas do ano” aos nossos clientes, esta é a nossa promessa. E ele também salientou que “não vendemos viagens, vendemos expectativas, experiências e memórias.”

TN - Depois de alguns anos difíceis, com ameaças de falência, pandemia e inflação, vocês conseguiram um resultado fantástico.

MW - É claro que nos sentimos bem, muito bem. Tem sido um verdadeiro desafio em termos de gestão de crises. Primeiro, com a falência do nosso proprietário, a Thomas Cook; depois, a pandemia; e, por fim, a guerra na Ucrânia e a recessão.

MW - Ao mesmo tempo, trabalhámos arduamente para construir um Nordic Leisure Travel Group totalmente independente. Anteriormente, fazíamos parte da Thomas Cook plc e beneficiávamos de algumas sinergias, por exemplo, no que diz respeito ao leasing e à manutenção da nossa frota de aviões.

TN - Já conseguiram juntar todas as peças?

MW - Sim, agora somos uma empresa nórdica, em primeiro lugar, temos dois principais acionistas nórdicos, nomeadamente a Strawberry e a Altor. Para nós, trata-se mais de, o que podemos fazer de forma mais inteligente e eficiente em conjunto, e o que é melhor fazer a nível totalmente local.

Neste momento, diria que estamos em 80% em conjunto e 20% a nível local.

TN - Que tipo de questões podem ser decididas a nível local?

MW - As nossas equipas locais na Noruega, Dinamarca, Finlândia e Suécia conhecem melhor o seu mercado local e tomam, por exemplo, as suas próprias decisões sobre as atividades de marketing locais.

TN - No que diz respeito aos vossos hóspedes, existem diferenças na forma como os noruegueses, finlandeses, suecos e dinamarqueses se comportam numa viagem charter?

MW - Não quando viajam connosco. Nesse caso, trata-se de diferenças subtis, todos gostam dos nossos diferentes hotéis temáticos, verdade seja dita, temos boas reservas em todos os países. Uma diferença, no entanto, é a época do ano em que se vai de férias. Na Finlândia, por exemplo, vemos uma procura constante ao longo do ano, e na Noruega todos querem ir para o “sul” no verão, tal como acontecia, antigamente, com os períodos de encerramento das fábricas, portanto as férias da indústria.

TN - Um público-alvo de que se fala pouco é o dos nórdicos com raízes estrangeiras. A primeira geração de imigrantes regressava aos seus países de origem durante os verões, como é a situação com a segunda e a terceira gerações?

MW - Eles descobriram os voos charter. Diria que atualmente temos um retrato representativo da nossa demografia na Suécia. Se se tem filhos, por exemplo, uma semana nos nossos hotéis familiares é apelativa, independentemente da origem de cada um, todas as crianças gostam das nossas mascotes Lollo & Bernie.

TN - Já tomaste alguma decisão empresarial da qual te arrependes?

MW - Sem dúvida, mas isso é um pouco ambíguo. Acho que a Expedia tem um bom lema: “celebramos os nossos sucessos e os nossos fracassos”, porque sem fracassos não se evolui, não se aprende nada.

TN - Então, conta-nos uma má decisão empresarial que vale a pena celebrar?

MW - No início dos anos 2000, lançámos a Ombro, uma agência de viagens low-cost totalmente digital que tinha um público-alvo mais jovem. Parecia ser impecável, naquela altura, toda a gente falava de dot.com, e a Ombro só ia existir na Internet.

Infelizmente, não teve muito sucesso. A nossa oferta era demasiado limitada, havia poucos destinos e hotéis por onde escolher. Mas o site tinha uma funcionalidade elevada e aprendemos muito sobre como um site de reservas deveria funcionar.

TN - Se olharmos para o futuro, onde estará a NLTG daqui a dez anos?

MW- Estaremos numa posição forte. A nossa promessa ao cliente continuará a ser relevante no futuro e o cerne do nosso modelo de negócio é preservar o contacto com o cliente, o que já fazemos em 90% . Os nossos hóspedes voam connosco e ficam nos nossos hotéis.

Se vamos desenvolver algo, será um novo conceito de hotel. Encontrar mais conceitos e torná-los mais adaptados ao público-alvo. Temos uma margem duas vezes superior nos nossos próprios hotéis, entre outros, através do aumento das vendas de comida, bebida e serviços no local.

TN - Podes dar algum exemplo?

MW - O nosso novo conceito de hotel, o LiveEz, é um bom exemplo. São hotéis mais pequenos, um pouco mais acolhedores, destinados a adultos sem filhos, estando frequentemente localizados perto do centro da cidade. O LiveEz distingue-se do Sunprime, o nosso outro conceito para adultos, cujos hotéis são maiores e oferecem mais atividades

São mais parecidos com um resort, o que talvez não seja do agrado de todos.

TN - Todos falam de pacotes dinâmicos para viagens com voos regulares, será esse o futuro?

MW - Já assistimos a um grande aumento dos pacotes dinâmicos e, no ano passado, o nosso negócio de pacotes dinâmicos atingiu um novo recorde histórico. Pode reservar viagens e hotéis em todo o mundo através de nós. Detemos 7 a 8% do mercado de voos de férias para o estrangeiro nos países nórdicos. E, claro, queremos aumentar essa quota de mercado.

TN - Como é que vão conseguir isso?

MW - Temos as marcas de viagens mais fortes da região nórdica e vemos claramente que elas têm potencial para muito mais do que apenas voos charter. Um bom exemplo são as Maldivas e as Maurícias, para onde oferecemos pacotes de férias regulares e onde somos atualmente os maiores na região nórdica.

Conseguimos alcançar essa posição porque oferecemos hotéis para todos os gostos e bolsos, funcionalidades web intuitivas e segurança caso algo aconteça, além da notoriedade das nossas marcas.

Agora, vamos tornar o processo de reserva ainda mais fluido através de grandes investimentos em TI e, com a ajuda da IA, vamos gerir a produção de conteúdos de forma ainda mais rápida e eficiente.

TN - Para onde costumava ir de férias? Qual é o teu destino preferido?

MW - Na verdade, sou um cliente fiel e volto todos os anos ao Sunwing Makrigialos, no sul de Creta, onde comecei a minha carreira na NLTG em 1985, como artista de espetáculos. Agora volto para lá com toda a família, filhos e netos.

TN - Harald Mix e Petter Stordalen são, afinal, duas figuras muito diferentes no que diz respeito ao empreendedorismo. Pode descrever como é que eles contribuem para o desenvolvimento da NLTG?

MW - A equipa da Strawberry tem um profundo conhecimento na área hoteleira e um forte foco no cliente. Com a Altor, temos um elevado conhecimento em gestão financeira, ESG e IA. Por isso, é uma honra ter dois proprietários tão bons, que nos apoiam e desafiam constantemente.

TN - Consideras que a NLTG vai ser cotada na bolsa?

MW - Esta é uma questão que diz respeito principalmente aos proprietários, mas é claro que a Altor tem um modelo de negócio em que, em algum momento, vai querer sair da empresa e, nessa altura, isso pode ser feito de várias formas, nomeadamente através de uma cotação. Estou totalmente confiante de que, independentemente do modelo, tudo correrá bem.

TN - Como é que é a concorrência entre a Ving e a TUI? O que é que vos diferencia?

MW - Tenho um grande respeito pela TUI enquanto concorrente e eles incentivam-nos a consolidar constantemente a nossa liderança de mercado. A grande diferença entre nós é que a NLTG é um grupo nórdico que se baseia inteiramente no que o consumidor nórdico deseja e onde a nossa organização e os nossos processos apoiam esse objetivo.

Nota 1 : As contas anuais da Nordic Travel Leisure Group para 2025 revelaram que o volume de negócios aumentou em 500 milhões de coroas suecas, para 16,8 mil milhões de coroas suecas. Ao mesmo tempo, o desempenho do grupo após os resultados financeiros ascendeu a 540 milhões de coroas suecas, o que representa uma melhoria significativa face aos anos anteriores.

Nota2 : A NLTG é um dos principais operadores da região nórdica e é composta pelas agências de viagens Ving (Suécia/Noruega), Globetrotter, Spies (Dinamarca) e Tjäreborg (Finlândia). O grupo inclui também a companhia aérea Sunclass Airlines e a empresa hoteleira Resorts &

Hotels, que gere os seus próprios conceitos, como Sunwing Family Resorts, Ocean Beach Club e Sunprime Hotels.

Fonte: Magnus Wikner: Kärnan i vår affärsmodell är att äga kundkontakten



POLÉMICA A PROPÓSITO DAS REGRAS DE CONSTITUIÇÃO DO FUNDO DE GARANTIA DE VIAGENS NA SUÉCIA

Contexto

O Governo apresentou uma proposta de lei que implica alterações profundas na Lei sueca de garantia de viagens. A proposta visa adaptar à regulamentação aos hábitos de viagem e às tecnologia atuais, enquanto pretende reduzir os custos e a carga administrativa para os operadores turísticos e agentes.

O cerne da proposta é a criação de um fundo coletivo, para o qual todos os operadores turísticos contribuem. As garantias individuais que cada operador turístico tem de providenciar no sistema atual serão reduzidas.

Por outro lado, o âmbito de aplicação da garantia é alargado, o que significa que mais tipos de pedidos de reembolso, por exemplo, em caso de viagens canceladas passam a ser abrangidos. Certos títulos de crédito também poderão ser reembolsados, o que se tornou uma questão controversa durante a pandemia, quando muitos viajantes receberam vouchers em vez de dinheiro de volta.

Outra novidade é que as empresas de cartões de crédito e outras pessoas coletivas que tenham indemnizado um viajante nomeadamente, em caso de reclamação relativa a um cartão, poderão, por sua vez, reclamar uma indemnização através da garantia de viagem, o que proporciona maior segurança jurídica e uma repartição de responsabilidades mais clara.



KAMMARKOLLEGIET

No ano passado, as garantias ascenderam a cerca de 7 mil milhões de coroas suecas, o que foi considerado excessivo pelo setor. O novo sistema constitui um fundo de 1,5 mil milhões de coroas suecas, através da retenção de 0,6% do preço da viagem pelas empresas, não se tendo os operadores oposto aquando da lei foi submetida a consulta.

O Secretário-geral da Associação Sueca do Setor de Viagens, Didrik von Seth, protestou em vão e receava que uma viagem em família ficasse mil coroas mais cara com garantias duplas. Ele também apontou o risco de os operadores turísticos transferirem as suas garantias para o estrangeiro, o que é viável se registarem apenas uma filial no país ou se estiverem aí estabelecidos de outra forma.

Uma proposta sem qualquer garantia estatal, implica que todo o sistema irá fracassar. Os grandes operadores irão transferir as suas garantias para outros países da UE e, no sistema sueco, restarão apenas os pequenos operadores. Previsivelmente aqueles que organizam viagens teatrais a Estocolmo ou excursões às montanhas em Jämtland, verão os seus custos praticamente duplicarem. É uma vergonha para a Suécia,

Panorama atual

A transferência (para a Dinamarca) do fundo de garantia das grandes agências de viagens exerce pressão, abrindo o ministro a possibilidade de reduzir o fundo

O ministro da Administração Pública, Erik Slottner, abre a possibilidade de reduzir o fundo de garantia de viagens, depois de grandes operadores terem transferido as garantias para a Dinamarca:

ES: Pode ponderar-se a redução do montante previsto para o fundo.

Vários dos maiores operadores turísticos estão a transferir as suas garantias de viagem do Kammarkollegiet para o Rejsegarantifonden dinamarquês, desde que a nova lei entrou em vigor a 1 de abril. Na Suécia, são obrigados tanto a manter a garantia como a contribuir para a constituição do fundo com 0,6% do preço da viagem.

Se os três grandes operadores turísticos, Ving, TUI e Apollo, se transferirem, demoraria cerca de 30 anos para financiar o fundo com os 1,5 mil milhões de coroas suecas estipulados, em vez dos cinco anos previstos na decisão do Parlamento.

Esta fuga é uma consequência das novas regras suecas relativas à garantia de viagem:

A 1 de abril, foram introduzidas as novas regras de garantia de viagens. E agora as empresas começaram, de facto, a transferir as suas garantias de viagens para a Dinamarca. As que até agora deram o salto são:

Grand Productions AB, Stena Line Travel Group AB, Äventyrsresor AB, Sydafrikaresor i Helsingborg AB, TUI Sverige AB e STS Alpresor AB.

A Ving continua, por enquanto, no sistema sueco.

Claes Pellvik, diretor de comunicação da Ving - Sim, continuamos no modelo sueco, mas é provável que isso mude num futuro próximo

Quando grandes empresas como a TUI deixarem de participar no sistema, Erik Slottnér:

O ministro responde o seguinte, via email:

TN - Como comenta o facto de os grandes operadores turísticos estarem a transferir as suas garantias para a Dinamarca?

O que é que isto significa para a constituição do fundo de garantia, que se previa que estivesse preenchido dentro de cinco anos, se os principais operadores saírem, como a NLTG anunciou que tenciona fazer?

ES - A pandemia revelou grandes problemas no sistema de garantia de viagens, em que os clientes cujas viagens foram canceladas ficaram numa situação difícil. Por isso, o Governo pretende reforçar o sistema de garantia de viagens para que os viajantes não tenham de ver o seu dinheiro ir por água abaixo, bem como facilitar a vida às empresas que fazem parte do sistema. É razoável que os clientes estejam economicamente protegidos, mesmo que a agência de viagens entre em falência algum tempo depois de a viagem ter sido reservada.

É verdade que, se vários grandes operadores abandonarem o sistema sueco de garantia de viagens, demorará mais tempo a constituir o fundo, o que é pena. Esta decisão afeta tanto os clientes como as empresas que permanecem na Suécia. Se for esse o caso, pode-se considerar a redução do montante do fundo, ou seja, a dimensão do mesmo, uma vez que este não terá de cobrir um número tão elevado de viagens. Assim, a constituição do fundo também não demorará tanto tempo.

Reação da Associação sueca dos operadores e agentes de viagens, na pessoa do seu Secretário-Geral :

Didrik von Seth, diretor-geral da Associação - Capitulação surpreendentemente rápida na questão da garantia de viagem

É surpreendente que, após apenas um mês, o governo já tenha percebido que o sistema de garantia de viagem tem de ser reformulado.

Didrik von Seth foi um dos muitos, entre os quais a Visita, as empresas autocarristas e várias entidades consultivas de peso, que tentaram alertar o governo de que os operadores turísticos transfeririam as suas garantias para o estrangeiro caso a proposta fosse implementada.

O governo não deu ouvidos e agora é obrigado a recuar. O ministro da Administração Pública, Erik Slottner, revelou ontem no Travel News que iria reduzir o fundo destinado a substituir o antigo sistema de garantias.

DS - Uma capitulação, o que mostra que o governo não se preocupou, nem com as empresas, nem com os consumidores suecos.

DS - Quando o ministro da Administração Pública diz que é uma pena que as empresas transfiram as garantias, vale a pena salientar que os consumidores têm uma melhor proteção na Dinamarca. Quando a empresa sueca Mixx faliu, as garantias não foram suficientes, o que não aconteceu na Dinamarca.

TN - Mas o que é que vai então acontecer agora?

DS - Nada antes das eleições, pois o orçamento de revisão da primavera já foi aprovado, penas mais empresas irão transferir as suas garantias.



TN - Qual deve ser a dimensão de um fundo de garantia?

DS - Será uma questão delicada para o Governo determinar, trata-se, afinal, de uma meta em constante mudança. Porque o que acontece, hipoteticamente, se as grandes empresas voltarem a transferir-se quando o fundo estiver preenchido? Nesse caso, o fundo poderá tornar-se demasiado pequeno.

TN - Como é que o governo deveria atuar, oferecer garantias durante a constituição do fundo, tal como aconteceu na Dinamarca e na Alemanha?

DS - Sim, seria o mais natural. Não haverá qualquer custo para o Estado, uma vez que este fica com um crédito nos casos em que as empresas entram em falência.

TN - Quais são as consequências desta indecisão?

DS- Receio que os pequenos operadores, que frequentemente organizam pacotes para turistas estrangeiros, considerem que o sistema sueco se torna demasiado caro e, por isso, deixem de oferecer pacotes de férias. Já hoje temos menos operadores deste tipo do que os nossos países vizinhos.

O contexto é que as empresas queriam que o Estado garantisse o fundo durante a sua constituição, para que elas só tivessem de contribuir com os seus 0,6% , mas o governo recusou após uma iniciativa do Partido dos Verdes , que, durante a apreciação em comissão, exigiu que o novo sistema não custasse nada aos contribuintes.

Fonte: [Resejättarnas flytt sätter press - ministern öppnar för sänkt fond](#)

BOM FIM DE SEMANA A TODOS

