



# MERCADOS NÓRDICOS

Importância de uma oferta sustentável



# Países Nórdicos





- **Primeira reunião como coordenador dos Países Nórdicos, janeiro 2019**
- **Sustentabilidade não era um tema**
- **Fui eu que trouxe as notícias da Suécia**

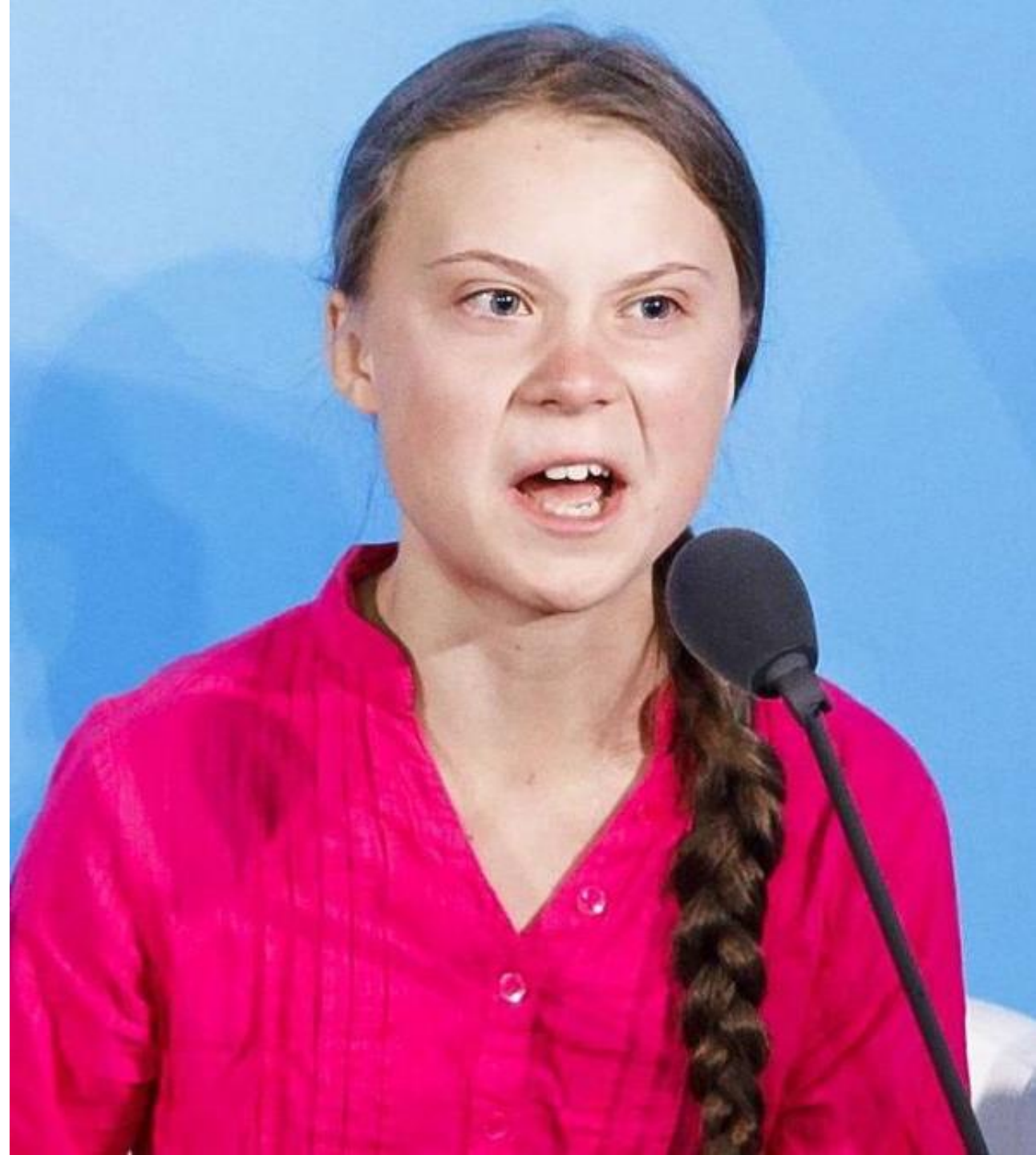




# “Flight Shame” nasceu na Suécia

(de uma forma geral os suecos são muito politicamente corretos 😊)...

Há 4 anos a minha previsão teria sido diferente...







**Mas nos Países Nórdicos, os aspetos mais importantes são aqueles que se relacionam com a redução de dióxido de carbono – aspetos sociais têm menor peso**

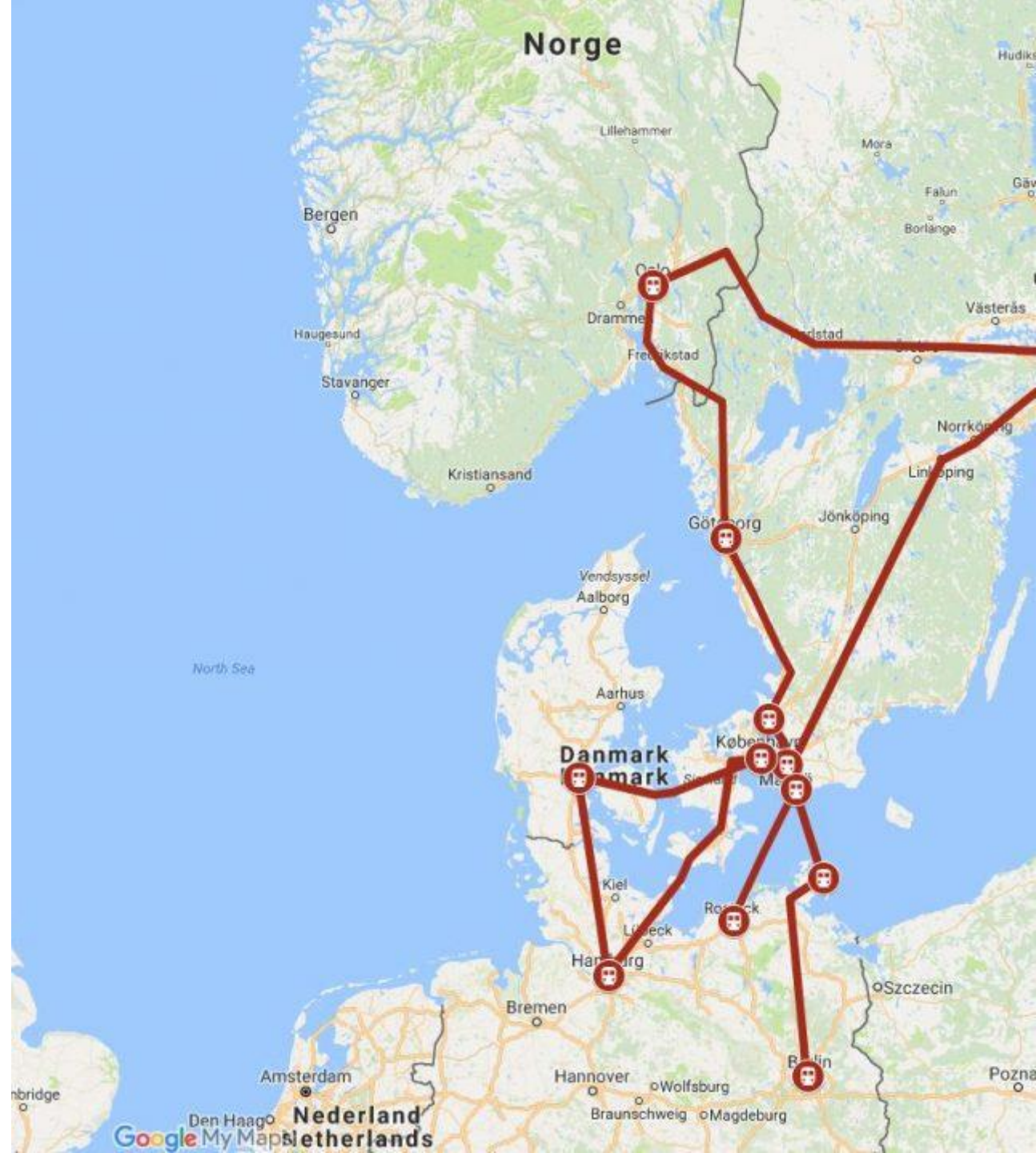




**“Há pessoas,  
principalmente  
jovens, que não  
viajam de avião**



# Viagens de comboio a aumentar







## Grande tema nas eleições mais recentes





“As possibilidades para uma empresa obter empréstimos bancários dependerá inteiramente do grau de sustentabilidade e quão longe chegou em termos de relatórios de sustentabilidade”

Niels Bang Hansen, responsável pelas contas comerciais do Danske Bank, revista Børsen, dia 9 de novembro 2022





# Os consumidores estão cansados de ambições, frases vagas e planos de longo prazo





# Querem iniciativas concretas – AGORA...





**Não basta dizer que “a nossa ambição é ser o destino mais sustentável no mundo”**





# É preciso apresentar ações/iniciativas concretas que os consumidores facilmente possam entender

The screenshot shows a web browser window with a PowerPoint presentation open. The browser tabs include 'rejsearrangøre', 'Nyt fra RID - R...', 'PowerPoint-pr...', 'PowerPoint-pr...', 'PowerPoint-pr...', 'climate change', and 'Climate Chang'. The address bar shows the file path: 'C:/Users/stigk/Downloads/RID-bæredygtighedsmanifest-nov-2019%20-%2015%20eksempler.pdf'. The PowerPoint interface shows 'PowerPoint-præsentation' with '1 / 14' slides and '100%' zoom. The slide content features a sunset image of people walking on a beach, with the text 'Bæredygtighedsmanifest' and 'OM ANSVARLIG TURISME' below it. The Windows taskbar at the bottom shows the search bar, taskbar icons, and system tray with the date '27/10/2022' and time '12:45'.




# Manifesto RID (APAVT da Dinamarca) – exemplo de relatório de 14 páginas

## 15 great tips for what you as a responsible traveller can do to contribute to sustainability

1. Avoid food waste - take only the food you can eat
2. Sort waste - ask about there is a recycling program at the hotel
3. Pack light - the less luggage, the less the aircraft weighs, and yes less fuel must be used
4. Recycle plastic water bottles (refill from water bottles - not from the tap)
5. Turn off lights, air conditioning and TV, when you leave the room
6. Reduce the use of plastic (bags, mugs, cutlery, etc.)
7. Use public transport, rent a bike or walk
8. Use towels for several days - hang them up after use
9. Do not take stones, plants, or other natural things to take home from the holiday
10. Save on water - water is one limited resource many places in the world. Save it when you can. Take a shower - not tub
11. Use the "Do not disturb" sign, if you want to save on materials and cleaning products
12. Keep a respectful distance for wild animals - enjoy them in their natural surroundings
13. Support the community. Buy locally produced souvenirs
14. Do not buy souvenirs produced of wild animals and endangered species
15. Show respect for local customs and culture



# Em muitos hotéis na Escandinávia, o cliente activamente tem de pedir limpeza



**IF YOU WOULD LIKE US TO CLEAN, SIMPLY LET US KNOW.**

By discontinuing to clean rooms that don't really need cleaning we will save up to 10 million liters of water. Per year! In addition, we will re-invest all the money saved in new climate smart initiatives. If you are staying with us for more than one night we will no longer automatically clean your room. If you would like us to clean, simply let our Front Desk know no later than 11PM the evening before. Of course, there is no extra charge for this.

**Scandic**





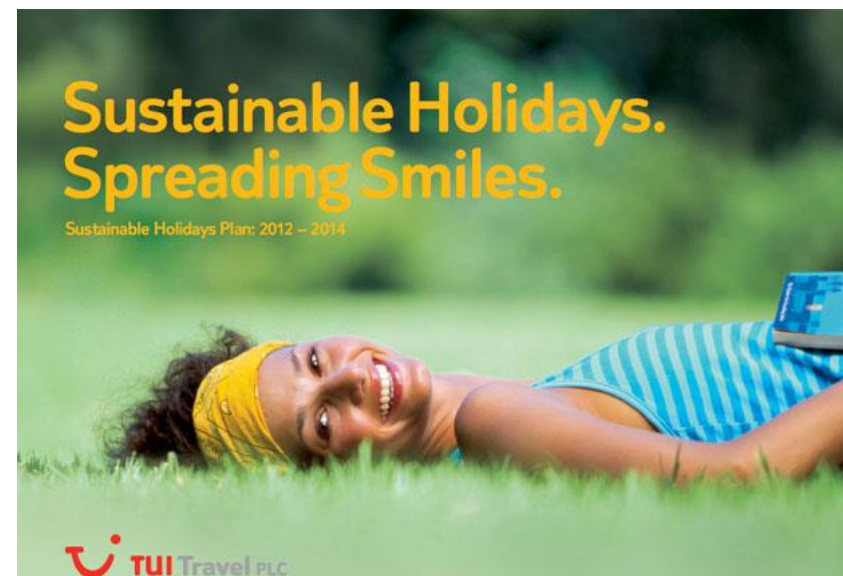
## Até pode haver formas mais eficientes...

Vouchers que podem ser utilizados para limpeza ou no bar do hotel ?





# Praticamente todos os atores nos mercados querem ser vistos como “a escolha mais sustentável”





# Empresas bem preparadas, mas muitas das grandes preferem não entrar em conversa sobre sustentabilidade

*“He, Who Lives Quiet, lives well”*

## TOGETHER TOWARDS ZERO & BEYOND



**ZERO**  
Carbon  
Footprint



**ZERO**  
Farming  
Footprint



**ZERO**  
Packaging  
Waste



**ZERO**  
Water  
Waste

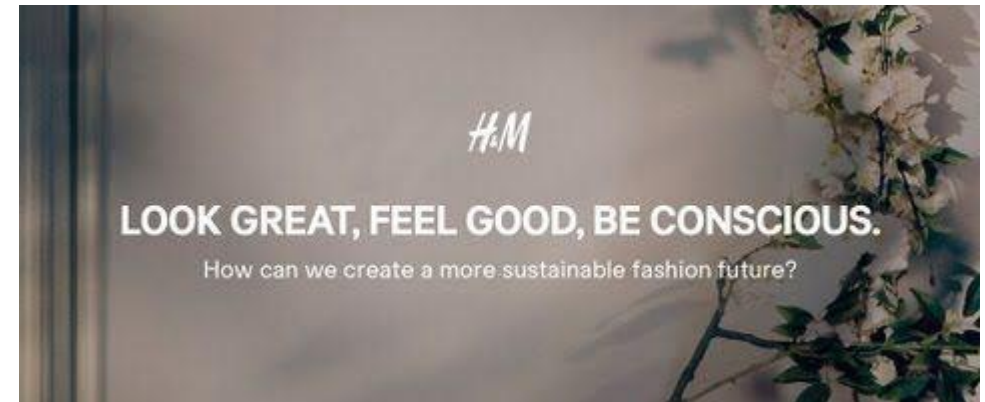


**ZERO**  
Irresponsible  
Drinking



**ZERO**  
Accidents  
Culture

social and governance topics





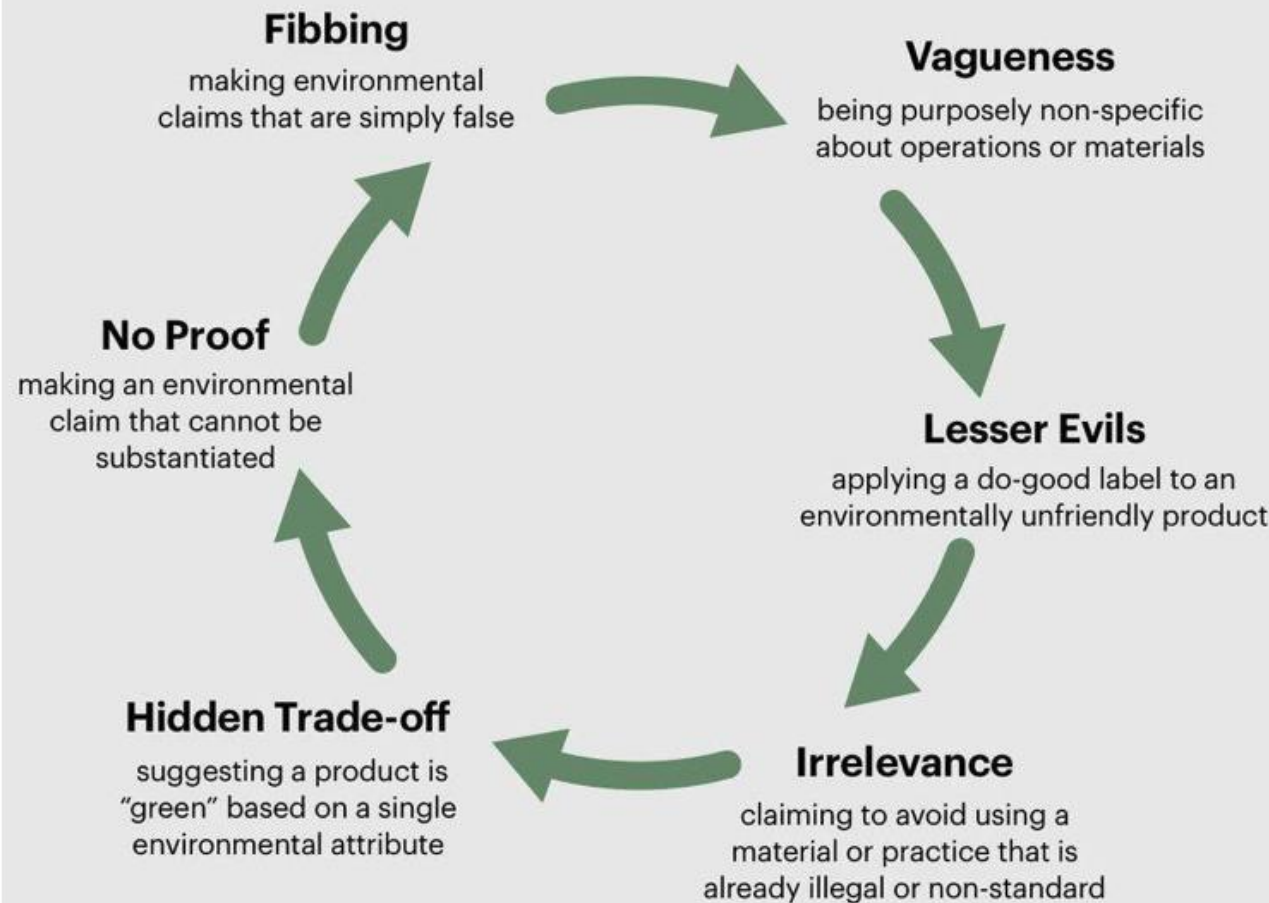
# Greenwashing Greenshaming

A comunicação de  
ser gerida com  
cuidado

## Scandic Hotels 2022:

Our vision today is a world-class Nordic hotel experience, where Scandic is the most sustainable place to Meet, Eat and Sleep away from home. Our ambition is to lead sustainability action, by focussing on three core parts of our business where we innovate to drive change in the hospitality industry and push for a more sustainable society.

## The Six Sins of Greenwashing





The  
Guardian

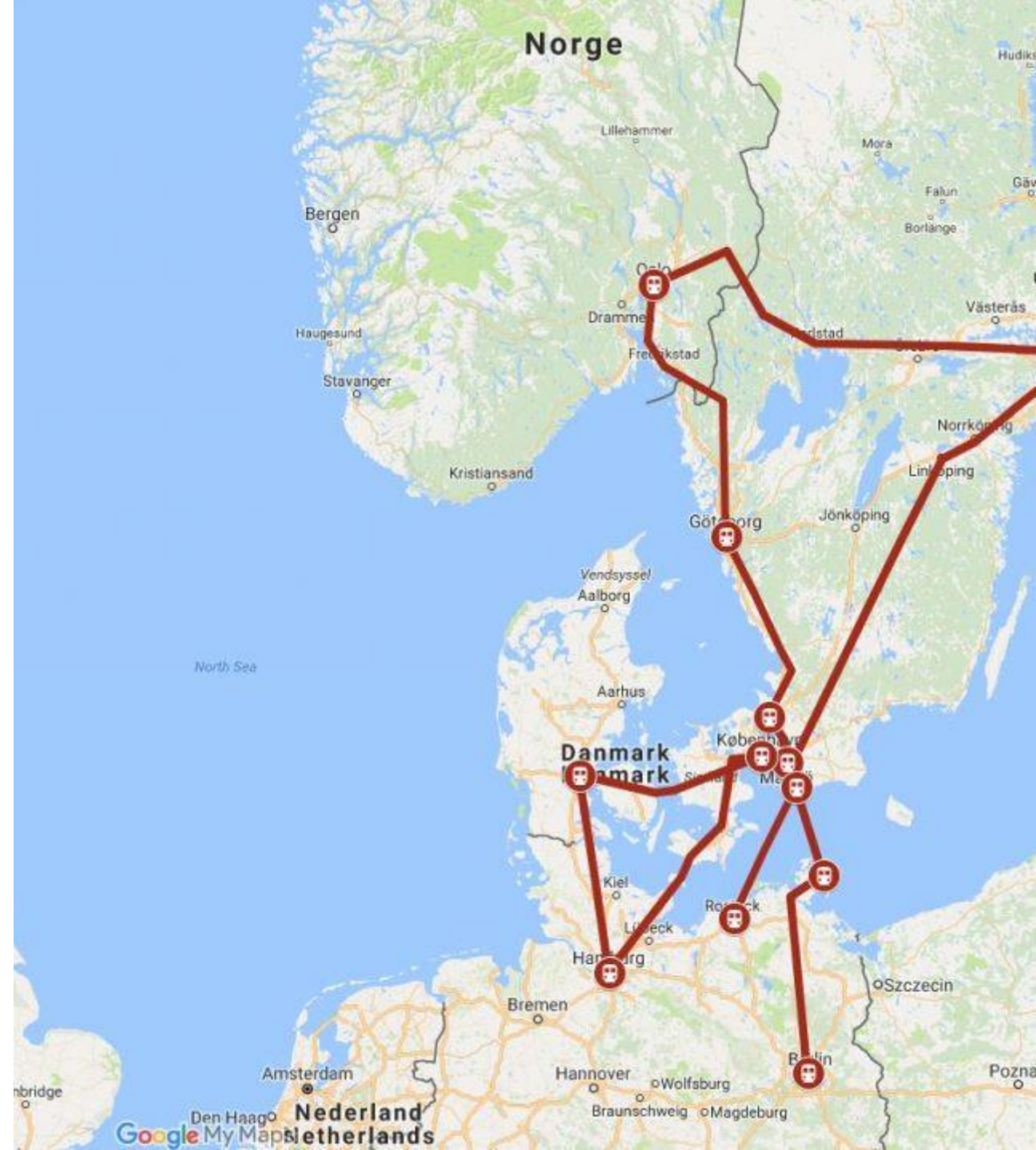
## Ryanair accused of greenwash over carbon emissions claim

UK watchdog bans advert claiming lowest  
CO<sub>2</sub> pollution of any major airline





# Viagens de comboio para viagens curtas





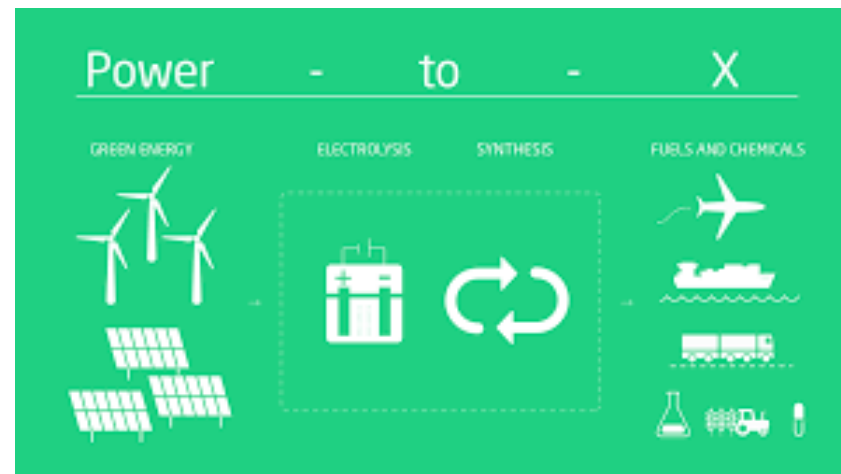
# O desafio geográfico não ajuda

# Não há muitas alternativas em relação ao meio de transporte





# Há soluções, mas o custo é alto







## Os consumidores querem pagar ?

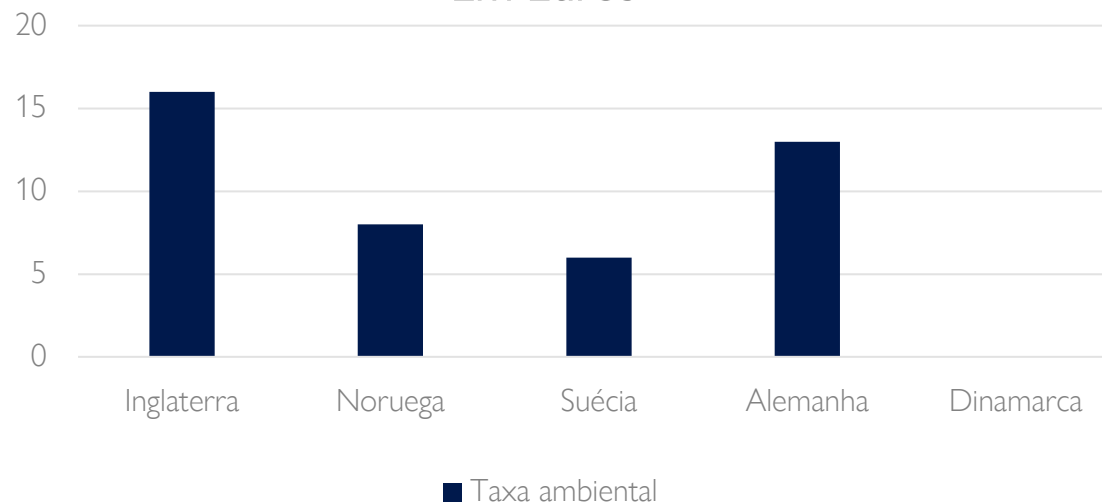




# Um exemplo interessante



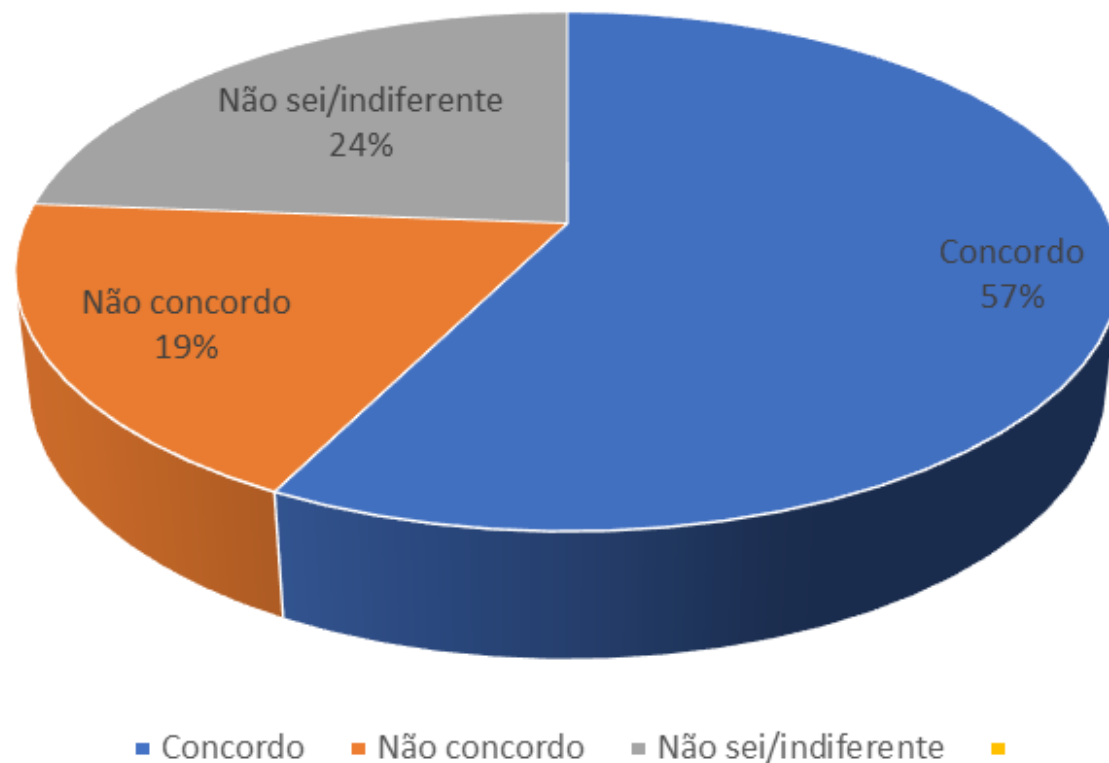
Taxa Ambiental /Taxa de Aeroporto  
Em Euros





## Sondagem na Dinamarca, efetuada no mês de outubro 2022

Viagens aéreas - introdução de taxa ambiental na Dinamarca ?





## Outra sondagem efetuada pelo portal MOMONDO no mês de maio 2022 (publicada em novembro)

1.020 nordicos entre 18 e 65 anos de idade:

- 27 dizem querer viajar duma forma menos confortável se for mais sustentável
- 26 dizem aceitar viagens de mais longa duração se forem mais sustentáveis
- 21 dizem que aceitarão pagar mais por uma viagem mais sustentável

Durante as férias os turistas levam consigo bons hábitos do país de residência.

- 50% desligam as luzes e aparelhos eletrónicos após o uso,
- 31% desligam o ar condicionado quando não é necessário
- 39% dos entrevistados tentarão evitar o desperdício de alimentação
- 31% dão prioridade a restaurantes locais em favor de redes internacionais de restaurantes.
- 35% dos inquiridos estão dispostos a reutilizar a sua toalha
- 34% por cento preferem continuar a separar o lixo





# Dizem, mas não fazem

**YOU ARE WHAT  
YOU DO,  
NOT WHAT  
YOU SAY YOU'LL DO.**

**C.G. JUNG**



# Defendem sustentabilidade, mas não querem pagar ?

Google Oversæt Additional Products | Norwegian

norwegian.com/en/ipc/resmake/nonair?rnd=41013&processid=59668

www.visitportugal... Instituto Português... Dicionário Priberam... Significado de Com... Images of Portugal Portugal Calling the... COVID-19 situation... take a quick look -...

## Carbon offset

### Compensate your carbon footprint


We have partnered with the climate company CHOOOSE to make it easy for you to offset your carbon footprint when flying with us.

Your contribution will be used to directly support CO<sub>2</sub>-reducing projects certified by the United Nations and the Gold Standard.

Offset your Carbon footprint by paying €5.26

[More about carbon footprint >>](#)


Powered by **CHOOOSE**



## UNICEF - For every child

### Donation to UNICEF

Through our collaboration with UNICEF, we contribute to giving children all over the world vital nourishment, clean water and



### Copenhagen - Algarve-Faro

Sat 15. Oct 2022 06:00  
Terminal: 2  
Flight D83620 - Flex  
Operated by Norwegian Air Sweden AOC

1 Adult **€572.07**

**Trip includes**

- 1 × 2 Checked baggage
- 1 × Fast Track
- 1 × Overhead cabin bag
- 1 × Seat reservation

**Hand Baggage: 1 cabin bag(s)** €0.00

**Priority Boarding** €0.00

1 Priority Boarding included

**Checked baggage: 2 bag(s)** €0.00

**Return**

### Algarve-Faro - Copenhagen

Sat 22. Oct 2022 09:35  
Flight D83621 - Flex  
Operated by Norwegian Air Sweden AOC

Windows taskbar: Type here to search, 15°C, 16:26, 08/10/2022



# Escolha de destino – apenas 3% procura ativamente destino com política sustentável

YouGov\_Nordic\_travel\_tourism\_webinar.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (64-bit)

Filer Rediger Vis Underskriv Vindue Hjælp

Startside Værktøjer

YouGov\_Nordic\_tra... x



Log på



16 / 33



67.2%

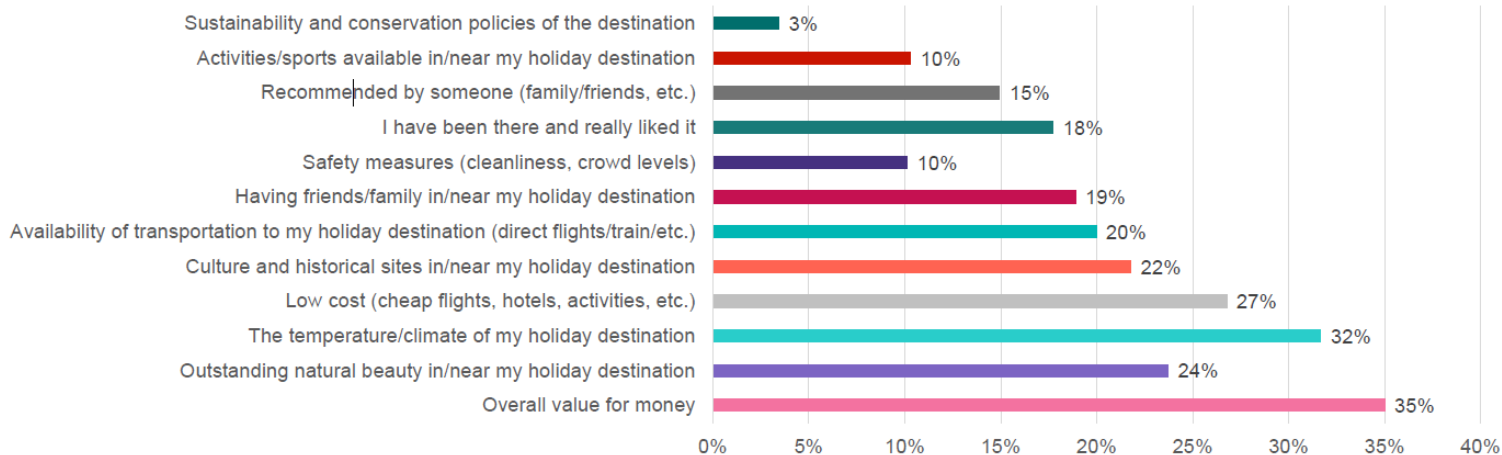


## Nordic consumers are seeking good climate and value for money, but sustainability considerations matter the least when it comes to travel

YouGov GlobalTravel Profiles

### Destination selection influence

Thinking of your most recent holiday, which, if any, of the following influenced your choice of holiday/holiday destination? Please choose all that apply



YouGov

Monthly filter : May 2021, June 2021, July 2021, August 2021; Country: Denmark, Finland, Norway, Sweden

16



Type here to search



15°C



ENG

16:52

DA

08/10/2022

21



# Preço ou sustentabilidade ?

YouGov\_Nordic\_travel\_tourism\_webinar.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (64-bit)

Filer Rediger Vis Underskriv Vindue Hjælp

Startside

Værktøjer

YouGov\_Nordic\_tra... x



Log på



17 / 33



67.2%



## Despite long sustainability traditions in the region, when it comes to travel – price wins over green credentials



Which, if any, of the following statements comes closest to you when thinking about your own travel and sustainability behavior?

Country

	DK	SE	NO	FI
When selecting flights, price, is more important to me than sustainability considerations	23%	26%	34%	27%
I have never considered sustainability when booking a flight	27%	21%	28%	19%
I find it hard to find / understand information about sustainable air travel options	16%	19%	20%	17%
I would like to travel more sustainably but I don't know how to	15%	18%	16%	14%
Sustainable travel options come with higher costs	10%	17%	14%	15%
When it comes to travel, I have no interest in sustainability	10%	12%	16%	12%
There aren't enough sustainable travel options	9%	14%	14%	13%
I am loyal to brands who commit to sustainability goals	5%	7%	8%	7%
I actively look to book a sustainable accommodation when I travel	3%	10%	5%	7%
I actively seek out travel providers (e.g., airlines, travel agencies, etc.) that are committed to sustainability	5%	7%	5%	7%
I actively seek out travel destinations that are committed to sustainability	4%	5%	4%	5%
I actively look for flights with lower carbon emissions	3%	4%	4%	5%

YouGov™

Source: YouGov omnibus survey, N= 4,046, 1000+ per country; Fieldwork Dates: 08 - 12-09-2021

17



Type here to search



15°C



ENG  
DA

16:52  
08/10/2022



21





# Consumidores focados no orçamento

YouGov\_Nordic\_travel\_tourism\_webinar.pdf - Adobe Acrobat Reader DC (64-bit)

Filer Rediger Vis Underskriv Vindue Hjælp

Startside

Værktøjer

YouGov\_Nordic\_tra... x



Log på



18 / 33



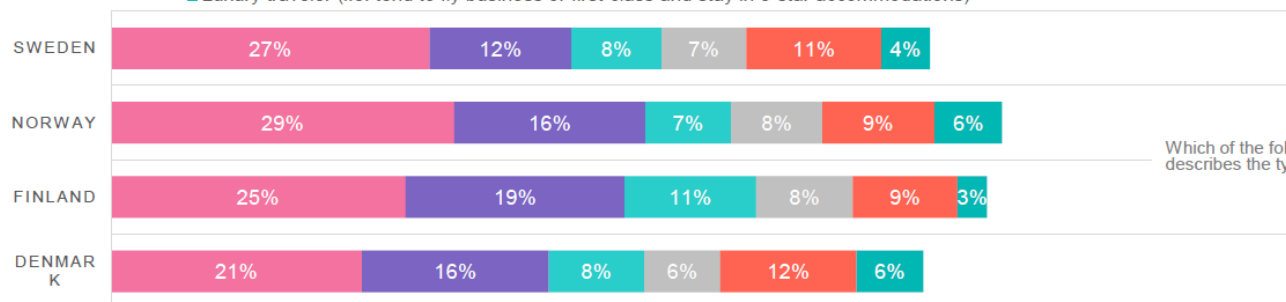
67.2%



## Lack of focus on sustainability in travel can be explained by how consumers identify themselves as: budget-focused, adventurous, all-inclusive

YouGov GlobalTravel Profiles

- Budget/Value traveler (i.e. I set a budget and do my best not to go over the budget)
- Adventurous traveler (i.e. my main priority in traveling is exploring the destination, outdoors focused activities)
- Weekend traveler (i.e. 3-day weekend trips)
- Responsible traveler (i.e. wellness focused, environmental impact, culturally minded)
- All-inclusive/package traveler (i.e. cruises or other all-inclusive travel packages)
- Luxury traveler (i.e. tend to fly business or first-class and stay in 5-star accommodations)



Which of the following, if any, BEST describes the type of traveller you are?

YouGov

18



Type here to search



15°C



ENG  
DA

16:52  
08/10/2022



21



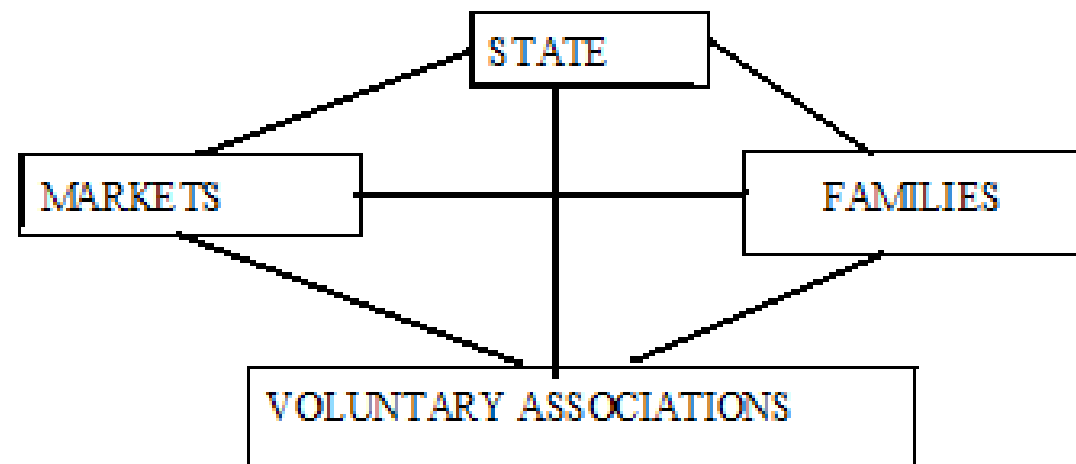
## Possível explicação

Os Nórdicos estão habituados a pagar impostos e taxas muito altas e a maioria das pessoas prefere que a sociedade funcione assim.

Têm confiança de que a sociedade funciona duma forma eficiente

Mas muitas pessoas, por já pagarem impostos altos, não estão dispostas a pagar taxas voluntárias. Consideram que o estado deve assumir essa responsabilidade

Ou seja, aceitam contribuir para o financiamento, mas como um todo para que todos contribuam





**Mas então, vale a pena apostar tanto em sustentabilidade ???**



**WHY  
INVEST?**



**Absolutamente que vale a pena  
Quem não investe em sustentabilidade,  
desaparece...**





Esse será brevemente o novo padrão e talvez até venha a ser regulamentado pela UE



Empresas, e os seus fornecedores, tem de cumprir com certos padrões para obter este certificado importante



# Produtos sustentáveis passam a ser “the new normal”

Mas muitas outras coisas também mudaram durante os últimos 20 anos...





## Exemplo 1:

Há 20 anos era normal pagar, mas, hoje em dia, quem é que quer ficar num hotel sem WIFI gratuito ???



“Serviço de Internet de alta velocidade Wi-Fi **gratuito**, 24 horas. Cobertura de rede sem fios em todo o Hotel”



## Exemplo 2:

# Ou pagar o estacionamento no hotel?







## Exemplo 3:

**Quem é que considera normal fumar no lugar de trabalho ?**



**É proibido fumar neste local.**



Para informar o descumprimento da lei, ligue 0800 771 3541 ou acesse [www.leiantifumo.sp.gov.br](http://www.leiantifumo.sp.gov.br)  
Lei Estadual 13.541 de 07 de maio de 2009.



## Exemplo 4:

**Passou a ser praticamente impensável conduzir sem cinto**



## Exemplo 5:

Hoje em dia é normal utilizar assento infantil



## Exemplo 5:

Se conduzir, não beba



Se fores conduzir  
não bebas .

Se fores beber ...  
chama-me !!!





# Conclusões

- No “mindset” dos nórdicos, sustentabilidade é importantíssima
- Não existe nenhum partido político que não tenha o clima/a sustentabilidade na agenda
- A maioria dos consumidores quer contribuir para um mundo mais sustentável, mas não considera que isso seja sua responsabilidade pessoal
- Muitas pessoas não estão ativamente a procurar destinos sustentáveis, mas por outro lado, também não querem visitar destinos que não sejam sustentáveis
- É muito importante fazer uma promoção como destino/fornecedor sustentável, mas é essencial apresentar ações/iniciativas concretas que os consumidores facilmente possam entender
- Apesar de muitos consumidores não quererem pagar extra, quem não tiver uma imagem sustentável acaba perdendo






# OBRIGADO

©2022 Turismo de Portugal | All Rights Reserved



 **Stig Sommerfeldt Kaspersen**

 0045 33 13 12 00

 [stig.kaspersen@turismodeportugal.pt](mailto:stig.kaspersen@turismodeportugal.pt)