



RELATÓRIO

GUIA DE MERCADO

Dinamarca



agosto de 2022

ÍNDICE

FICHA TÉCNICA

1	SÍNTESE DE PAÍS	4
2	SITUAÇÃO ECONÓMICA	5
2.1	Breve Caracterização	5
2.2	Previsões Económicas	6
2.2.1	Para a União Europeia	6
2.2.2	Para a Dinamarca	7
3	COMÉRCIO INTERNACIONAL	8
3.1	Exportações e Importações de Bens da Dinamarca	8
3.2	Comércio Bilateral de Bens Portugal – Dinamarca	8
3.3	Comércio Bilateral de Produtos Agroalimentares	9
4	AMBIENTE DE NEGÓCIOS	10
5	BENS DE CONSUMO ALIMENTAR – UMA OPORTUNIDADE DE MERCADO	11
6	RETALHO ALIMENTAR	12
6.1	Introdução	12
6.2	Perfil do Consumidor	13
6.3	Retalhistas	14
6.4	Produtos Alimentares Biológicos	15
6.5	Comércio Online	17
7	TURISMO GASTRONÓMICO	18
8	CULTURA DE NEGÓCIOS	19
9	CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO	20
10	PRINCIPAIS FEIRAS DO SETOR AGROALIMENTAR	22
11	CONTACTOS ÚTEIS	23

FICHA TÉCNICA

Título: Guia de Mercado - Dinamarca

Edição: NERA – Associação Empresarial da Região do Algarve

Responsabilidade Técnica: INNOVATIO SENSUM, Lda

Agosto de 2022

As opiniões expressas no conteúdo deste documento são da exclusiva responsabilidade da equipa técnica que o elaborou e não refletem, necessariamente, as posições da entidade promotora, responsável pela sua edição.

1 SÍNTESE DE PAÍS

REINO DA DINAMARCA

O Reino da Dinamarca é o mais meridional dos países nórdicos, a sudoeste da Suécia e ao sul da Noruega, delimitado no sul pela Alemanha. As demais fronteiras da Dinamarca são marítimas, ao norte e leste com o Mar Báltico e ao oeste com o Mar do Norte. O país é composto por uma grande península, a Jutlândia, e 443 ilhas, das quais 78 habitadas. A Dinamarca controla a entrada e a saída do mar Báltico, já que isso só pode acontecer por meio de três canais, que também são conhecidos como os "Estreitos Dinamarqueses".

A Dinamarca compartilha fortes laços históricos e culturais com a Suécia e com a Noruega.

O país é uma monarquia constitucional com um sistema parlamentar de governo. Possui um governo central e outros locais em 98 municípios.

A Dinamarca é membro da União Europeia desde 1973, embora não tenha aderido ao euro, e um dos membros fundadores da Organização do Tratado do Atlântico Norte e da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico.

- Área: 43 094 Km²
- População: 5,83 milhões habitantes (hab)
- Densidade populacional: 135 hab/km²
- Capital: Copenhaga (644 mil hab)
- Outras cidades importantes: Aarhus (337 mil hab), Odense (181 mil hab), Aalborg (212 mil hab), Esbjerg (73 mil hab)
- Religião: cristãos (84%), agnósticos (9%), islâmicos (3%), ateus (1%)
- Língua: dinamarquês
- Unidade monetária: Coroa Dinamarquesa – DKK; (1 DKK = 0,13 €, agosto de 2022)
- Risco país:
 - Risco geral – AA
 - Risco económico – AA

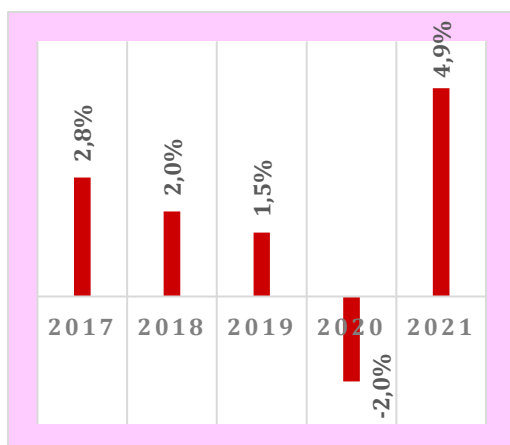


Fonte: Google

2 SITUAÇÃO ECONÓMICA

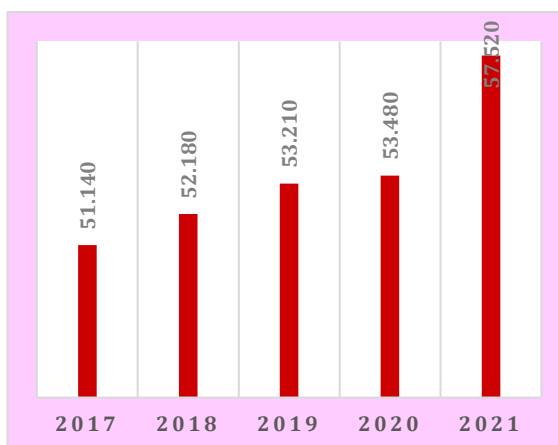
2.1 Breve Caracterização

Em 2021 o PIB da Dinamarca foi de 336,7 mil milhões €. Entre 2017 e 2021, foi a seguinte a variação do PIB da Dinamarca:



Unidade: %
Fonte: countryeconomy.com

Entre 2017 e 2021, foi a seguinte a evolução do PIB *per capita* da Dinamarca:



Unidade: euro
Fonte: countryeconomy.com

A economia da Dinamarca é pequena e aberta, altamente dependente do comércio com outros países e sem possibilidade de influenciar as condições do comércio internacional ou os principais fatores económicos, como as taxas de juros.

Cerca de 2/3 do comércio exterior é feito com outros países da União Europeia. A Alemanha é o parceiro comercial de maior relevância, seguida em importância por Suécia e o Reino Unido. Fora da União Europeia, a Dinamarca possui fortes vínculos comerciais com a Noruega, Estados Unidos e Japão.

Devido à importância do comércio exterior para sua economia, a Dinamarca predispõe-se a negociar abertamente sobre produtos e prestação de serviços com outros países. Em decorrência disso, o país juntou-se a organização, tais como a União Europeia, a OCDE e o GATT, conhecido por OMC desde 1995.

Desde a II Guerra Mundial, a composição das exportações passou por uma mudança radical. A exportação de produtos industriais tornou-se maior que a exportação de produtos agrícolas, a qual vem desempenhando um papel cada vez mais proeminente no portfólio das exportações dinamarquesas. No final dos anos 90, a exportação industrial já correspondia quase a 80% do valor total das exportações, enquanto as exportações agrícolas estavam em cerca de 11%. Mais de 26% das

exportações industriais correspondiam a máquinas e instrumentos, enquanto os produtos químicos e manufaturados agrícolas industriais correspondiam a 12% e 4%, respetivamente. Após considerável crescimento observado no período compreendido entre meados de 1970 e fins de 1980, a exportação de serviços estagnou-se em 1990 e em 1999 correspondia a aproximadamente 22% do total das exportações.

As importações industriais de matérias-primas e semi-manufaturados, incluindo energia, e de máquinas e outros equipamentos de capital ativo correspondiam a 70% do total das importações. Nos anos 80, a produção de petróleo na Dinamarca cresceu consideravelmente, o que causou uma queda acentuada das importações de energia. O restante das importações corresponde a menos de 30%, abrangendo os produtos aos consumidores, incluindo carros. A Dinamarca também importa uma considerável quantidade de serviços estrangeiros.

2.2 Previsões Económicas

2.2.1 Para a União Europeia

A guerra de agressão da Rússia contra a Ucrânia continua a afetar negativamente a economia da UE, colocando-a numa trajetória de crescimento mais comedido e de inflação mais elevada em comparação com as previsões da primavera. As previsões económicas (intercalares) do verão de 2022 apontam para uma expansão da economia da UE de 2,7 % em 2022 e de 1,5 % em 2023. O crescimento da área do euro deverá atingir 2,6 % em 2022, registando uma moderação para 1,4 % em 2023. Prevê-se que a inflação média anual atinja um pico histórico em 2022, situando-se em 7,6 % na área do euro e 8,3 % na UE, antes de abrandar em 2023 para 4,0 % e 4,6 %, respetivamente.

Muitos dos riscos negativos em torno das previsões da primavera de 2022 concretizaram-se. A invasão da Ucrânia pela Rússia exerceu pressões ascendentes adicionais sobre os preços dos produtos energéticos e das matérias-primas alimentares. Estes preços estão a alimentar as pressões inflacionistas mundiais, reduzindo o poder de compra das famílias e desencadeando uma resposta de política monetária mais rápida do que anteriormente previsto. A atual desaceleração do crescimento nos EUA vem agravar o impacto económico negativo da política de «zero Covid» aplicada pela China.

A economia da UE continua a ser particularmente vulnerável à evolução dos mercados da energia devido à sua elevada dependência dos combustíveis fósseis russos, sendo que a desaceleração do crescimento mundial prejudica a procura externa. O dinamismo obtido com a recuperação do ano passado e os valores do primeiro trimestre, ligeiramente superiores ao anteriormente estimado, deverão sustentar a taxa de crescimento anual no que respeita a 2022. No entanto, apesar de uma época turística de verão promissora, prevê-se que a

atividade económica no resto do ano seja moderada. Em 2023, o crescimento económico trimestral deverá ganhar dinamismo, graças a um mercado de trabalho resiliente, à moderação da inflação, ao apoio do Mecanismo de Recuperação e Resiliência e ao ainda elevado volume de poupanças excedentárias.

De um modo geral, a economia da UE deverá continuar a expandir-se, mas a um ritmo significativamente mais lento do que o previsto na primavera de 2022.

Fonte: Comissão Europeia; Previsões económicas (intercalares) de verão; 14.07.2022

2.2.2 Para a Dinamarca

Nas suas Previsões económicas (intercalares) de verão, de 14.07.2022, a Comissão Europeia apresentou para a Dinamarca o seguinte cenário:

	2020	2021	2022	2023
	%			
Crescimento do PIB	-2,0	4,9	3,0	1,2
Inflação	0,3	1,9	7,5	3,4

3 COMÉRCIO INTERNACIONAL

3.1 Exportações e Importações de Bens da Dinamarca

	2018	2019	2020	2021
Milhar €				
Exportações	91 891 294	98 464 277	93 942 825	105 833 422
Importações	86 114 878	87 067 713	84 873 369	102 814 119
Saldo	5 776 416	11 396 564	9 069 457	3 019 303

Fonte: International Trade Centre

3.2 Comércio Bilateral de Bens Portugal – Dinamarca

	2019	2020	2021
Milhar €			
Total Exportações de Bens de Portugal	59 905 602	53 875 233	63 461 759
Exportações de Bens para a Dinamarca	460 132	482 217	508 844
	0,8%	0,9%	0,8%

Fonte: International Trade Centre

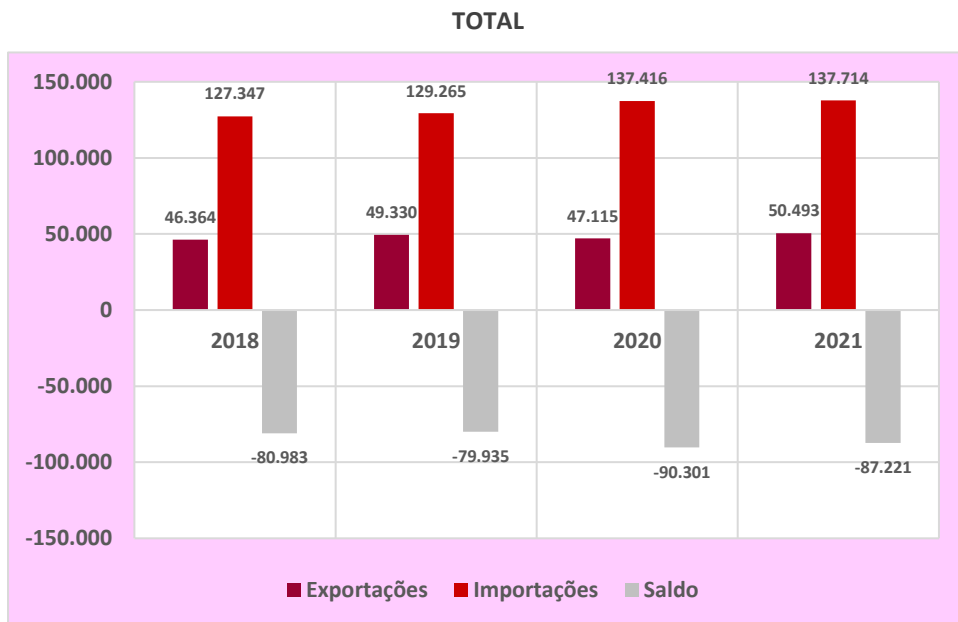
	2019	2020	2021
Milhar €			
Total Importações de Bens de Portugal	79 983 663	68 236 530	82 498 236
Importações de Bens da Dinamarca	399 133	465 070	427 128
	0,5%	0,7%	0,5%

Fonte: International Trade Centre

A Dinamarca é um parceiro comercial de Portugal; em 2021 foi o décimo sétimo cliente das exportações de bens (0,8%) e o vigésimo sexto fornecedor (0,5%), segundo o ITC.

3.3 Comércio Bilateral de Produtos Agroalimentares

Exportações, importações e saldo de Produtos Agroalimentares



Unidade: Milhar €

Fonte: Gabinete de Estratégia e Estudos (GEE) – Ministério da Economia e Transição Digital (METD) a partir de dados de base estimados do INE

Por grupos e subgrupos de produtos agroalimentares, em 2021, foi a seguinte a composição das nossas exportações para a Dinamarca e das nossas importações da Dinamarca:

	Exportações	Importações
Valor (Milhar €)	50 493	137 714
Bebidas alcoólicas	46%	0,3%
Conservas e preparações alimentares	12%	11%
Produtos da pesca	3%	51%
Carnes e lacticínios	6%	12%
Frutas e hortícolas	6%	1%
Oleaginosas, gorduras e óleos	1%	2%
Outros produtos agroalimentares	26%	23%

Fonte: GEE – METD a partir de dados de base estimados do INE

4 AMBIENTE DE NEGÓCIOS

- Competitividad
 - 1º em 63 países
- Facilidad
 - 10º em 177 países
- Transparência
 - 1º em 180 países
- *Ranking* Global
 - 5º em 82 países

Fonte: AICEP

5 BENS DE CONSUMO ALIMENTAR – UMA OPORTUNIDADE DE MERCADO

Com uma longa tradição histórica, Portugal e a Dinamarca são dois países europeus marítimos que pertencem às mesmas organizações regionais e internacionais, regem-se pelos mesmos princípios de respeito pelo Estado de Direito e acreditam nos mesmos valores universais. Apesar de não serem potências regionais e de terem vizinhos de maior dimensão e peso económico, gozam de grande estabilidade política e afirmam-se na cena internacional como parceiros fiáveis com imagens consolidadas de disponibilidade para o diálogo e com uma capacidade de intervenção para além do seu mero peso demográfico, político ou económico. São por isso, países com muito mais similitudes do que à partida parecem ter, por se encontrarem em pontos distintos da Europa e as suas histórias não se terem cruzado amiúde.

Fonte: Rita Laranjinha, ex-Embaixadora de Portugal na Dinamarca

A imagem de Portugal tem registado uma crescente notoriedade e reconhecimento no mercado dinamarquês nos últimos anos, o que é visível no aumento das exportações e no número de empresas portuguesas exportadoras para a Dinamarca. Esta evolução globalmente positiva tem permitido diversas oportunidades de negócio para as empresas portuguesas em diferentes indústrias: Tecnologias Limpas, Tecnologias da Informação e Comunicação, Ciências da Vida, Indústria Alimentar, Design e Inovação, assim como a Construção, a Engenharia e os Transportes.

A indústria agroalimentar dinamarquesa é altamente avançada a nível tecnológico, caracterizando-se por soluções inovadoras, eficientes e sustentáveis. A Dinamarca é pioneira mundial no que respeita à produção e consumo de alimentos biológicos, bem como nas áreas de ingredientes alimentares (enzimas, culturas, corantes naturais, entre outros) e tecnologia alimentar. No que respeita a oportunidades para empresas portuguesas neste setor, destacam-se o fornecimento de produtos frescos e processados, nomeadamente produtos biológicos e com a certificação Fairtrade, assim como produtos gourmet. A presença de produtos alimentares portugueses neste mercado é ainda bastante reduzida, existindo oportunidades para a exportação de frutas, vegetais, vinhos, azeite, entre outros. O mercado dinamarquês de vinhos é maduro e sofisticado, com uma oferta variada. Contudo, existem nichos de mercado que podem representar oportunidades para as empresas portuguesas. As perspetivas do setor dos vinhos na Dinamarca apontam para um aumento na procura por vinhos de consumo fácil, modernos, jovens e frutados, prevendo-se um crescimento do consumo dos vinhos branco, rosé e espumantes. ~

Os dinamarqueses estão cada vez mais interessados em produtos sustentáveis e éticos, o que se reflete no aumento da procura de vinhos ecológicos, uma oportunidade para as empresas produtoras de vinho portuguesas. O mercado da Dinamarca é ainda um dos principais mercados para vinho do Porto, tendo evoluído muito positivamente, em termos de quantidade e preço médio, nos últimos anos.

Fonte: AICEP

6 RETALHO ALIMENTAR

6.1 Introdução

A Dinamarca será o primeiro país do mundo a desenvolver um rótulo climático para os alimentos, que seja fiável e ajude os consumidores a tomar decisões de compra mais amigas do ambiente. Este rótulo será gerido pelo próprio governo dinamarquês.

Os planos foram anunciados há poucos dias pelo ministro da Alimentação, Agricultura e Pescas da Dinamarca, numa primeira fase, de 1,2 milhões de euros, para o desenvolvimento da nova rotulagem, cujas propostas serão apresentadas no final deste ano. A ideia é ter um rótulo climático unificado, que seja controlado pelo Estado, e em que os consumidores possam confiar.

Neste momento, a utilização deste tipo de rotulagem não pode ser obrigatoriamente exigida, uma vez que a Comissão Europeia considera que é voluntária, pelo que a Dinamarca não poderá exigir que todos os produtos alimentares carreguem o rótulo climático.

A Dinamarca trabalha há anos para integrar a sustentabilidade ambiental em iniciativas governamentais. No ano passado, incluiu as emissões de CO₂ nas orientações alimentares, pelo que foi recomendado consumir menos carne e aumentar o consumo de leguminosas e legumes.

O conjunto de iniciativas visa reduzir a pegada climática em 70%, até 2030, mas também respondem ao desejo dos consumidores de fazer uma diferença, uma vez que a maioria da sociedade dinamarquesa acredita que é importante combater as alterações climáticas através da alimentação. Pelo menos seis em cada 10 dinamarqueses querem comer de uma forma mais respeitosa com o ambiente.

De acordo com a Agência Dinamarquesa de Energia, das sete toneladas de CO₂ emitidas pelos dinamarqueses no consumo privado, cerca de duas toneladas provêm das bebidas e alimentos.

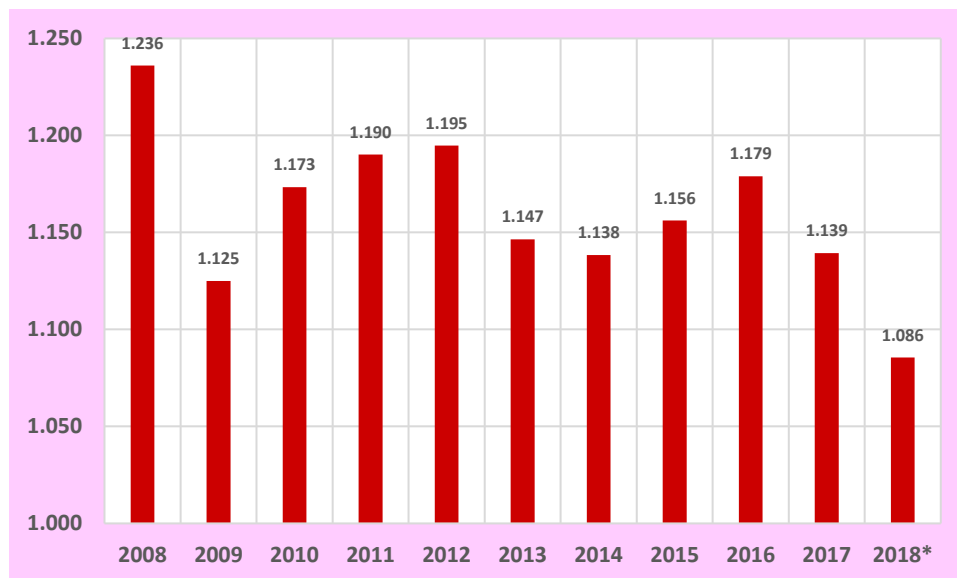
Fonte: Grande Consumo

O volume de comércio a retalho caiu 3,7% em junho do ano em curso na zona euro e 2,8% na União Europeia, com destaque para os produtos não alimentares registando-se subidas nos combustíveis. Uma das maiores reduções mensais no volume total do comércio a retalho foi registada na Dinamarca (-3,8%).

Fonte: Eurostat

Em 2020, a Dinamarca importou 72,4 milhar de milhão de DKK de alimentos e animais vivos e 8,7 milhar de milhão DKK de bebidas e tabaco. Neste mesmo ano, 2020, exportou 116,5 milhar de milhão DKK de alimentos e animais vivos e 7,6 milhar de milhão de bebidas e tabaco.

Volume de negócios da venda a retalho de alimentos, bebidas e tabaco em lojas especializadas na Dinamarca de 2008 a 2018 (em milhões de euros):



Unidade: milhão €

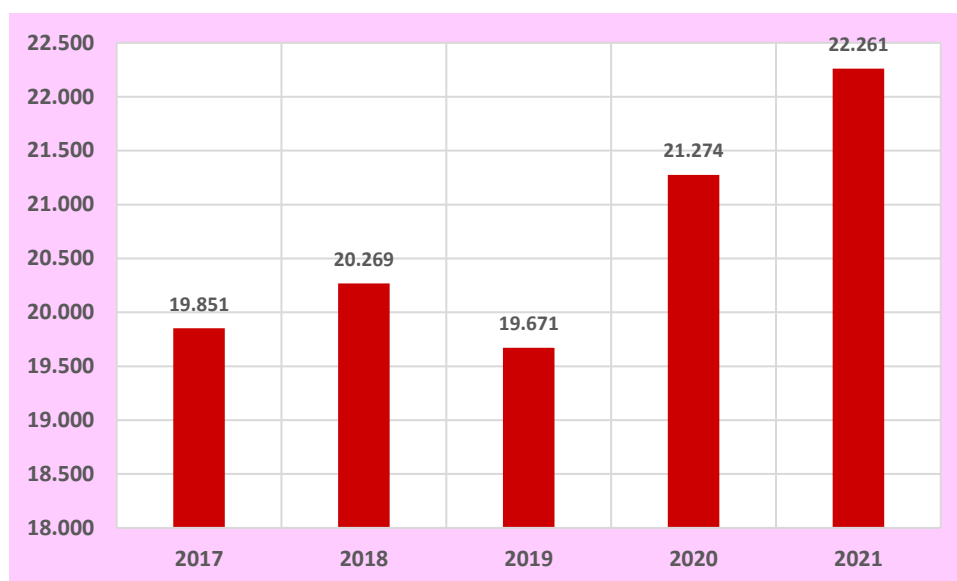
Fonte: Eurostat

6.2 Perfil do Consumidor

O consumidor dinamarquês tem demonstrado cada vez mais interesse por produtos biológicos, azeite e produtos gourmet (principalmente produtos de charcutaria e queijos regionais).

Com uma paisagem gastronómica diversificada e sofisticada, o país nórdico conta com diversos produtos importados, especialmente produtos frescos e frutas, e é um campeão das tendências de vida saudável que estão presentes no Norte da Europa. Além disso, os consumidores privilegiam a comida e vinho de qualidade e os restaurantes de prestígio do país são uma prova disso.

Relativamente aos vinhos de mesa, regista-se o aumento do volume vendido:



Unidade: milhar litro

Fonte: Statistics Denmark

6.3 Retalhistas

Estamos perante um mercado muito avançado dentro de uma das economias mais desenvolvidas do mundo, caracterizada pelo alto nível de informação que empresários e profissionais geralmente possuem. Por estas razões, é fácil intuir que os canais de distribuição são geralmente curtos, de modo que a figura do agente é em muitos casos inexistente. As relações comerciais costumam ser diretas entre o produtor e o importador, que em muitas ocasiões também é quem comercializa diretamente o produto. Canais mais complexos são a exceção.

A crescente importância do comércio online é relevante. Não se deve esquecer que a Dinamarca tem uma das maiores taxas de penetração de internet do mundo e que é um país pequeno e com boas comunicações, por isso este tipo de comércio torna-se cada vez mais importante. A economia de tempo, a facilidade do processo, a possibilidade de poder comparar preços e características de forma simples e poder adquirir produtos que não se encontram no mercado físico são os principais argumentos que normalmente são apresentados para utilização deste sistema de compras, ao qual o dinamarquês médio gasta atualmente cerca de 350 euros por mês.

No que diz respeito ao quadro jurídico da distribuição, incluindo neste conceito os procedimentos necessários para a introdução de mercadorias no seu território e a sua posterior comercialização, deve ter-se em conta que é um país membro da UE e que, portanto, se rege pelos regulamentos da comunidade. No entanto, é aconselhável informar-se com antecedência quando pretende introduzir produtos sobre os quais possam existir dúvidas relativas, especialmente aditivos neles presentes, uma vez que poderá haver critérios mais rigorosos para a sua aceitação.

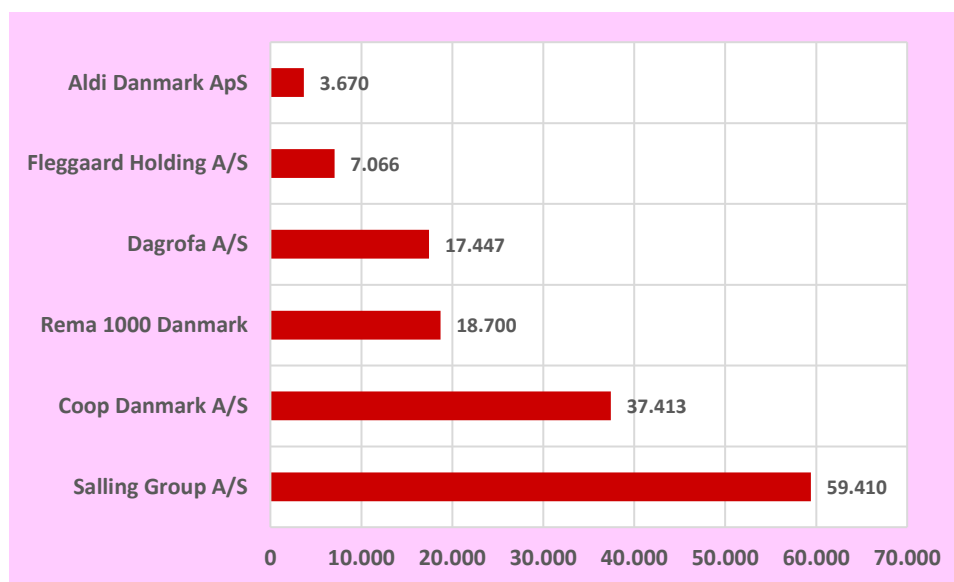
O setor do retalho da Dinamarca está altamente consolidado, uma vez que os 3 principais grupos do país Coop, Dansk Supermarket e Dagrofa, detêm cerca de 85% do mercado.

Entre as empresas que operam no setor de alimentos na Dinamarca, o Salling Group alcançou a maior receita com aproximadamente 59 milhares de milhão de coroas dinamarquesas em junho de 2019. Esta cadeia de lojas de retalho oferece produtos alimentícios e não alimentícios na Dinamarca, Suécia, Alemanha e Polónia.

A Coop Danmark ficou em segundo lugar com uma receita de aproximadamente 37 milhares de milhão de coroas dinamarquesas.

As lojas de descontos também lidam com grandes volumes, enquanto as mercearias independentes estão quase totalmente ausentes.

Empresas líderes no setor de alimentos na Dinamarca em junho de 2019, por receita:

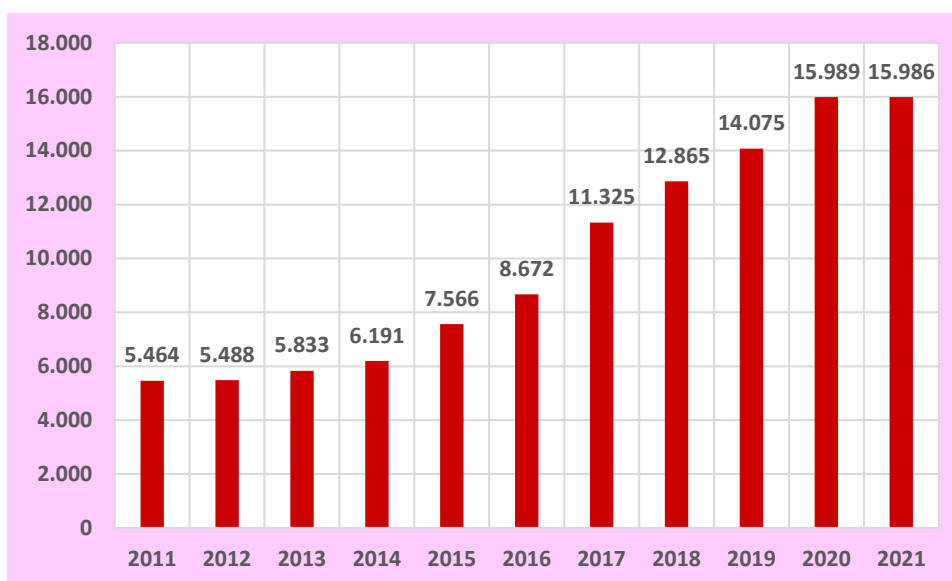


Unidade: milhão DKK

Fonte: BiQ

6.4 Produtos Alimentares Biológicos

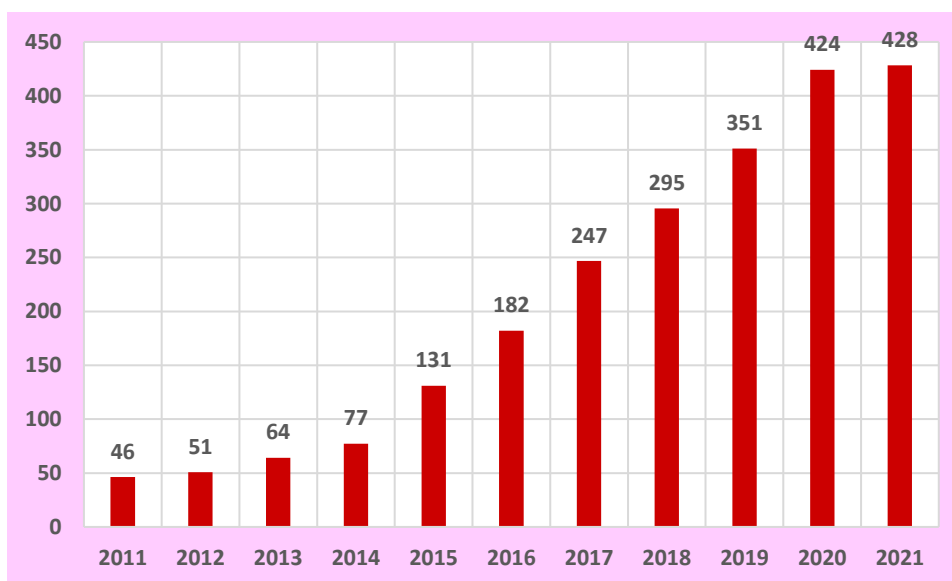
Volume de negócios anual de alimentos orgânicos em lojas de retalho na Dinamarca de 2010 a 2021 evidencia um crescimento de 214%:



Unidade: milhão de DKK

Fonte: Statistics Denmark

Concomitantemente, mas numa escala significativamente maior, é crescente o volume de negócios anual de vinho orgânico, cidra e bebidas espirituosas em lojas de retalho na Dinamarca de 2010 a 2021, + 865%:



Unidade: milhão de DKK

Fonte: Statistics Denmark

6.5 Comércio Online

Com uma população de 5,8 milhões de habitantes, a Dinamarca é um mercado com infraestruturas tecnológicas muito desenvolvidas, elevadas competências digitais e uma forte apetência para o *e-commerce*.

Existem boas razões para as empresas portuguesas exportarem para este mercado através do canal *online*:

- O recurso ao *e-commerce* tem vindo a aumentar, bem como o gasto médio dos consumidores;
- A Dinamarca é o segundo país do mundo com o maior índice de maturidade digital, depois dos Estados Unidos;
- Cerca de 1/3 das empresas dinamarquesas vendem *online*;
- É o 9º país do mundo com maior taxa de inovação, segundo o *ranking Global Innovation Index 2021*;
- Cerca de metade dos consumidores *online* compra em sites estrangeiros;
- Importantes iniciativas governamentais (plano estratégico de digitalização do sector público) para a promoção do crescimento digital.

O *e-commerce* inclui a venda direta ao consumidor (B2C) e transações entre empresas (B2B). Porém, a análise efetuada recai apenas na vertente B2C dada a sua maior relevância junto do consumidor final.

Com uma previsão de crescimento médio anual de 6,3% entre 2021 e 2025, as compras *online* na Dinamarca atingirão nessa altura 8 562 milhões de USD. Este ritmo de crescimento será igual à média mundial (6,3%) superior à média europeia (5,3%).

A Dinamarca é um mercado tecnologicamente avançado, com excelentes condições para os negócios digitais sobretudo nos indicadores de conectividade (100/100) e no ambiente de negócios (97/100). As taxas de penetração da Internet e dos *smartphones* ultrapassam largamente a média mundial (65,1% e 62,2%, respetivamente). Em 2025 estas deverão atingir na Dinamarca 95,7% e 95,6%, respetivamente.

Fonte: AICEP

7 TURISMO GASTRONÓMICO

A culinária dinamarquesa é composta principalmente de alimentos saudáveis.

Nos últimos anos, Copenhaga se tornou uma referência gastronómica no mundo culinário. O restaurante Noma, foi escolhido como o melhor restaurante do mundo em várias ocasiões e, em 2022, o restaurante Geranium, obteve o primeiro lugar do *The World's 50 Best Restaurants* e o *Alchemist* o 18º lugar, além de que, há vários restaurantes com estrela Michellin na cidade e diversos *chefs* reconhecidos no mundo inteiro são dinamarqueses.

A gastronomia de Copenhaga tem influência francesa, alemã e escandinava, tratando-se, assim, duma gastronomia de fusão.

Pratos típicos da Dinamarca

- Smørrebrød: é o almoço típico de Copenhaga e de toda a Dinamarca. Trata-se de uma fatia de pão (normalmente integral) untada com manteiga e acompanhada com salmão fumado, carne, ovos cozidos e pickles. Os ingredientes variam em função de cada estabelecimento;
- Sild: arenque; é o peixe por excelência da Dinamarca. Em Copenhaga, encontra-se fumado, guisado, marinado com vinagre, etc;
- Frikadeller: almôndegas recheadas de porco ou peixe e acompanhadas por molho de batata e pickles. É um dos pratos dinamarqueses que se encontra com facilidade na *street food*;
- Krebnetter: é uma empada de porco parecida ao prato anterior, também bastante comum em restaurantes ou na *street food*;
- Cachorro-quentes vermelhos: o produto mais popular da *street food* de Copenhaga é, sem dúvida, o cachorro-quentes de salsicha vermelha;
- Wienerbrød: é uma massa folhada com forma de espiral e sabor a canela e chocolate. É o doce mais típico de Copenhaga
- Flæsketeg: fatias finas de porco assado. Na Dinamarca, os porcos são o dobro das pessoas, por isso, o porco é um ingrediente base na gastronomia do país;
- Bacon: é muito frequente encontrá-lo acompanhado por molho de salsa e batatas cozidas;
- Queijo dinamarquês: os queijos dinamarqueses são famosos mundialmente e são servidos ao pequeno-almoço, almoço e jantar. Há muitos tipos de queijo, mas os mais famosos são Havarti, Samsøe e Danablu;
- Salmão fumado: assim como em outras capitais escandinavas, como Oslo, o salmão fumado é um prato típico de Copenhaga;
- Doces dinamarqueses: são famosos os doces dinamarqueses de manteiga.

8 CULTURA DE NEGÓCIOS

- Atenção permanente aos parceiros comerciais;
- Boa preparação para reuniões sobre produto, preços, quantidades, condições de pagamento e prazos de entrega;
- Pontualidade e cumprimento escrupuloso de prazos de entrega e pagamento, entre outras obrigações contratuais, fundamental para o sucesso dos negócios;
- Reuniões marcadas com antecedência mínima de um mês e contactos elaborados em língua inglesa, embora o alemão seja falado na região sul do país;
- Postura profissional, atitude comercial confiante e agressiva, bons catálogos e amostras são muito importantes;
- Evitar agendar reuniões e eventos depois das 16h e nos períodos de férias escolares;
- As pausas para chá e café durante o dia de trabalho não devem ser desvalorizadas nas relações comerciais.

Fonte: AICEP

9 CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO

Direitos Aduaneiros:

- Para efeitos alfandegários a UE é considerada um território único, ou seja, não são aplicados direitos aduaneiros (ou medidas de efeito equivalente) no comércio intracomunitário.

IVA (Imposto sobre o Valor Acrescentado):

- Apesar de alguma uniformização, nomeadamente ao nível da taxa normal e das taxas reduzidas, os Estados-Membros são soberanos na sua fixação. A Dinamarca aplica uma taxa única de 25%.

IEC (Impostos Especiais de Consumo):

- As taxas fixadas pela UE são taxas mínimas, sendo que os países da UE podem fixar taxas superiores, variáveis (Search Tool) de acordo com o produto (ex.: óleos minerais; tabaco manufacturado; álcool; bebidas alcoólicas) – IEC's na UE.

Fatura Comercial:

- Não estando os bens sujeitos a documentação aduaneira, a fatura comercial assume uma importância vital; esta deverá indicar sempre n.ºs de registo em IVA das partes, precedido do código do país – Dinamarca/DK | Sistema VIES | Perguntas Frequentes | Contacto: Autoridade Tributária e Aduaneira (AT).

Controlo Estatístico das Trocas Intracomunitárias (Sistema Intrastat):

- Na ausência de fiscalização alfandegária que disponibilize esta informação, cabe aos operadores económicos apresentar a Declaração Intrastat junto do INE apenas nas expedições anuais $\geq 250\,000\text{€}$.

Cumprimento do Acervo Legislativo Comunitário:

- A adoção de legislação de harmonização permite a eliminação de obstáculos e o estabelecimento de regras comuns destinadas a garantir a livre circulação de mercadorias/produtos na UE – Acquis/acervo comunitário | Requisitos aplicáveis aos produtos.

Resíduos de Embalagens:

- Ao nível do mercado interno da UE, o fluxo das embalagens e resíduos de embalagens encontra-se regulado na Diretiva n.º 94/62/CE, que estabelece como regra comum a todos os EM o princípio da responsabilidade alargada do produtor. O princípio da responsabilidade alargada do produtor consiste na responsabilidade financeira ou financeira e organizacional do produtor relativamente à gestão dos resíduos provenientes dos seus próprios produtos, sendo que esta responsabilidade pode ser assumida a título individual ou transferida para um sistema integrado (ex em Portugal – Sociedade Ponto Verde, Novo Verde, Eletrão, Valormed e SIGERU). Cabe, no entanto, a cada EM definir o seu modelo de gestão.

- A marca “Ponto Verde” é um dos sistemas adotado na maioria dos EM para gestão dos resíduos de embalagens (ver aqui), existindo outros sistemas na Dinamarca, Finlândia e Itália. Nos EM onde existe “Ponto Verde” o uso do logo na embalagem é voluntário, com exceção do Chipre e Espanha onde é obrigatório.
- Para apurar se existem e quais as obrigações a cumprir pelo produtor/vendedor português nesta matéria é particularmente importante contactar o distribuidor no país de destino ou os organismos de gestão localizados no mercado (ex.: Ministry of Environment of Denmark).

Rede SOLVIT:

- Resolução informal de litígios resultantes da aplicação incorreta das regras do Mercado Único (SOLVIT).

Entraves:

- Não obstante a criação do Mercado Único sem fronteiras, com as quatro liberdades asseguradas e os constantes progressos registados (em termos de aprofundamento e reforço), e tendo em conta que se trata de um processo dinâmico, existem, ainda, lacunas em áreas onde a integração tem avançado mais lentamente, assim como vários entraves que se traduzem em obstáculos, que dificultam o bom funcionamento do Mercado Único. A implementação e aplicação do mercado único pelos EM foi especialmente afetada durante a pandemia COVID 19, o que levou a várias reações da Comissão Europeia – The Single Market Scoreboard | Plano de Ação de longo prazo para melhorar a implementação e aplicação das regras do mercado único (atualização em maio de 2021).

Fonte: AICEP

10 PRINCIPAIS FEIRAS DO SETOR AGROALIMENTAR



- <https://uk.foodtech.dk/>
- Produtos alimentares, bebidas, tecnologia
- Herning
- Próxima data: 2022 – 1 a 3 de novembro



- <https://www.foodexpo.dk/>
- Alimentação
- Herning
- Próxima data: 2024, em data a anunciar

11 CONTACTOS ÚTEIS

AICEP



aicep Portugal Global

- W: <http://www.portugalglobal.pt/>
- Avenida 5 de Outubro, 101; 1050-051 Lisboa
- E: aicep@portugalglobal.pt
- T: 217 909 500

AIP



- W: www.aip.pt
- Praça das Indústrias; 1300-307 Lisboa
- E: geral@aip.pt

T: 213 601 021

EMBAIXADA DE PORTUGAL NA DINAMARCA



- W: <https://copenhaga.embaixadaportugal.mne.gov.pt/>
- Toldbodgade 31, 1.sal; 1253 Copenhagen K
- E: copenhaga@mne.pt
- T: + 45 33 13 13 01

DELEGAÇÃO AICEP COPENHAGA



aicep Portugal Global

- Delegado não residente: CARLOS MOURA
- Toldbodgade 31, 1.sal; 1253 Copenhagen K
- E: carlos.moura@portugalglobal.pt

T: + 46 8 5800 2900

EMBAIXADA DA DINAMARCA EM PORTUGAL



- W: <https://portugal.um.dk/en>
- Rua Castilho 14 C, 3º; 1269-077 Lisboa
- E: lisamb@um.dk
- T: 213 512 960

OPERADORES LOGÍSTICOS

A AICEP disponibiliza no seu site uma longa lista de Operadores Logísticos habilitados para as exportações, em:

- <https://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/logistica/global/Europa/Dinamarca/Paginas/Dinamarca.aspx>