



# INTER PYME

RELATÓRIO

## GUIA DE MERCADO

Irlanda



agosto de 2022

## ÍNDICE

### FICHA TÉCNICA

1	SÍNTESE DE PAÍS	4
2	SITUAÇÃO ECONÓMICA	5
2.1	Breve Caracterização	5
2.2	Previsões Económicas	7
2.2.1	Para a União Europeia	7
2.2.2	Para a Irlanda	8
3	COMÉRCIO INTERNACIONAL	9
3.1	Exportações e Importações de Bens da Irlanda	9
3.2	Comércio Bilateral de Bens Portugal – Irlanda	9
3.3	Comércio Bilateral de Produtos Agroalimentares	10
4	AMBIENTE DE NEGÓCIOS	11
5	BENS DE CONSUMO ALIMENTAR – UMA OPORTUNIDADE DE MERCADO	12
6	RETALHO ALIMENTAR	15
6.1	Introdução	15
6.2	Perfil do Consumidor	16
6.3	Retalhistas	17
6.4	Produtos Alimentares Biológicos	18
6.5	Comércio Online	20
7	TURISMO GASTRONÓMICO	22
8	CULTURA DE NEGÓCIOS	23
9	CONDIÇÕES LEGAIS DE ACESSO AO MERCADO	24
10	PRINCIPAIS FEIRAS DO SETOR AGROALIMENTAR	26
11	CONTACTOS ÚTEIS	27

## FICHA TÉCNICA

**Título:** Guia de Mercado - Irlanda

**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

### REPÚBLICA DA IRLANDA

A República da Irlanda é uma república constitucional governada como uma democracia parlamentar, com um presidente eleito como chefe de Estado. É um país desenvolvido e é membro da União Europeia, da OCDE, da OMC e da ONU.

Com 5 milhões de habitantes, a Irlanda é a 10ª maior economia da União Europeia e a 28ª do mundo, registando um dos mais elevados PIB *per capita* do mundo. Nos últimos anos, tornou-se um país aberto, exportador e moderno, sendo um dos principais destinos do investimento direto estrangeiro. A balança comercial entre Portugal e a Irlanda é favorável a Portugal, sendo de destacar o considerável crescimento das exportações portuguesas de bens e serviços para o mercado irlandês ao longo dos últimos anos. O mercado irlandês apresenta oportunidades de forma transversal em diversos setores, com destaque para a construção, materiais e equipamentos para a ferrovia, energia e ambiente.

- Área: 70 273 Km<sup>2</sup>
- População: 5,0 milhões habitantes (hab)
- Densidade populacional: 71 hab/km<sup>2</sup>
- Capital: Dublin (1,05 milhões hab)
- Outras cidades importantes: Cork (190 mil hab), Limerick (91 mil hab), Galway (73 mil hab), Waterford (49 mil hab)
- Religião: católicos (78%), sem religião (10%), protestantes (4%), islâmicos (1%), outras religiões (6%)
- Língua: inglês, irlandês
- Unidade monetária: euro
- Risco país:
  - Risco geral – A
  - Risco económico – BB



Fonte: Google

## 2 SITUAÇÃO ECONÓMICA

### 2.1 Breve Caracterização

Entre 2017 e 2021, o PIB da Irlanda cresceu 43%:



Unidade: milhar de milhão €  
Fonte: countryeconomy.com

Entre 2017 e 2021, o PIB *per capita* da Irlanda cresceu 37%:



Unidade: euro  
Fonte: countryeconomy.com

Com apenas 1,1% do total da população europeia, a Irlanda afirmou-se em 2021 como a décima maior economia da União e vigésima oitava do mundo, representando cinco por cento do total das exportações industriais da União Europeia, um PIB *per capita* dos mais elevados do globo, superior a 84 mil dólares, e posicionando-se ainda em segundo lugar, entre 189 países, no mais recente relatório sobre desenvolvimento humano das Nações Unidas: o *Human Development Index (HDI) Ranking*.

O desempenho económico Irlandês resulta, em grande parte, da circunstância de o país ter sido nas últimas décadas um dos principais destinos mundiais de investimento direto estrangeiro, com destaque para os que foram realizados pelas multinacionais dos setores farmacêutico e equipamentos médicos, assim como no setor das tecnologias da informação, entre outros fortemente inovadores, graças aos quais foi possível a uma pequena e estagnada economia, com elevados fluxos de imigração, transformar-se num país exportador, aberto, moderno e com uma balança comercial positiva.

Esta mudança no modelo de desenvolvimento teve igualmente um impacto fortíssimo ao nível social, ao estancar a sangria populacional que se verificava desde o século XIX, onde a população atingiu o pico de mais de 6,5 milhões, continuamente reduzida até os 2,8 milhões na década de 1960. Hoje em dia a Irlanda

aproxima-se dos cinco milhões de habitantes, apresentando uma das mais elevadas taxas de natalidade e a população mais jovem da União Europeia.

O impacto desta alteração económica, que emergiu com a capacidade de atração de investimento estrangeiro em setores de atividade de grande intensidade de inovação, posicionou a Irlanda como um *player* estratégico nas cadeias de fornecimento globais, para as quais ao nível industrial se destinam mais de 60% do total das exportações do país. Além disso, o setor industrial emprega atualmente mais de 260 mil pessoas, representando 12% do total nacional e sendo responsável por contribuir anualmente com mais de 15 mil milhões de euros em impostos e contribuições para a segurança social.

Demonstrador objetivo dos resultados alcançados com esta estratégia de posicionamento internacional, é a constatação de que pelo menos um terço das multinacionais mantém uma presença contínua de operações produtivas, de investigação e de desenvolvimento tecnológico há mais de 20 anos na Irlanda, onde, de acordo com o IDA *Ireland*, se incluem as 10 maiores do mundo do setor farmacêutico, 14 das 15 maiores do setor dos equipamentos médicos, nove das 10 maiores empresas de tecnologias de informação dos EUA e oito das 10 maiores de automação industrial, como destaque dos setores com maior impacto económico e social.

Mas para além deste impressionante *track record* de investimento, especialmente na atual situação pandémica, a especialização na atração de projetos produtivos de bens e serviços internacionalmente transacionáveis refletiu-se num crescimento económico sem paralelo noutros países desenvolvidos, com a Irlanda a reforçar a sua posição global como fornecedora de bens e serviços com uma procura crescente para fazer face às questões de melhoria do bem-estar, da saúde e de adaptação a uma mudança do paradigma laboral mais rápida e urgente do que qualquer projeção antecipava.

Esta forte integração nas cadeias globais de fornecimento reforçou a capacidade de inovação tecnológica da Irlanda. Contudo, comporta obviamente desafios permanentes de adaptação, de modo a manter o mesmo nível de competitividade, designadamente numa conjuntura internacional marcada pelo aumento dos custos nas áreas da energia, transportes e logística internacional, a eficácia de retenção do talento, a adoção de novos modelos de trabalho híbrido, a gestão de emissões de carbono e as alterações nos custos e acesso às matérias-primas essenciais para a manutenção da capacidade produtiva, nomeadamente em setores em que a Irlanda se especializou, como a indústria farmacêutica, os equipamentos médicos e outras atividades tecnológicas.

Outra área crítica que poderá afetar a competitividade da Irlanda na manutenção dos elevados níveis de atração de investimento estrangeiro num futuro muito próximo decorre da alteração “forçada” dos impostos corporativos praticados no país e que advêm da aplicação do acordo de reforma fiscal aprovado no âmbito da OCDE, aumentando de 12,5% para 15% o IRC para as empresas com um volume de negócios superior a 750 milhões de euros.

Quando este acordo entrar em vigor em 2023 é expectável que afete diretamente, no mínimo, 56 multinacionais irlandesas, que empregam aproximadamente 100 mil pessoas, e 1 500 multinacionais estrangeiras, que empregam mais de 400 mil pessoas. De fora do novo regime mantêm-se aproximadamente 160 mil empresas, que empregam cerca de 1,8 milhões de pessoas e às quais continuará a ser aplicada a atual taxa de 12,5%.

Por último, importa também referir que ainda persistem para o setor exportador desafios e incertezas decorrentes da saída do Reino Unido da União Europeia, naturalmente um dos principais parceiros económicos da Irlanda e onde setores mais expostos, como as pescas e o agroalimentar, mas todo o setor exportador de um modo geral, tiveram de se preparar, nomeadamente para um aumento da carga administrativa e dos custos logísticos.

Fonte: AICEP

## 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 Irlanda

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

	2020	2021	2022	2023
			%	
Crescimento do PIB	5,9	13,5	5,3	4,0
Inflação	-0,5	2,4	7,3	3,3

### 3 COMÉRCIO INTERNACIONAL

#### 3.1 Exportações e Importações de Bens da Irlanda

	2018	2019	2020	2021
	Milhar €			
Exportações	139 697 865	151 529 413	157 816 557	160 606 425
Importações	91 449 634	90 336 465	87 194 219	101 021 170
Saldo	48 248 230	61 192 948	70 622 339	59 585 255

Fonte: International Trade Centre

#### 3.2 Comércio Bilateral de Bens Portugal – Irlanda

	2019	2020	2021
	Milhar €		
Total Exportações de Bens de Portugal	59 905 602	53 875 233	63 461 759
Exportações de Bens para a Irlanda	413 965	490 335	413 504
	0,7%	0,9%	0,7%

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 Irlanda	524 057	468 264	787 903
	0,7%	0,7%	1,0%

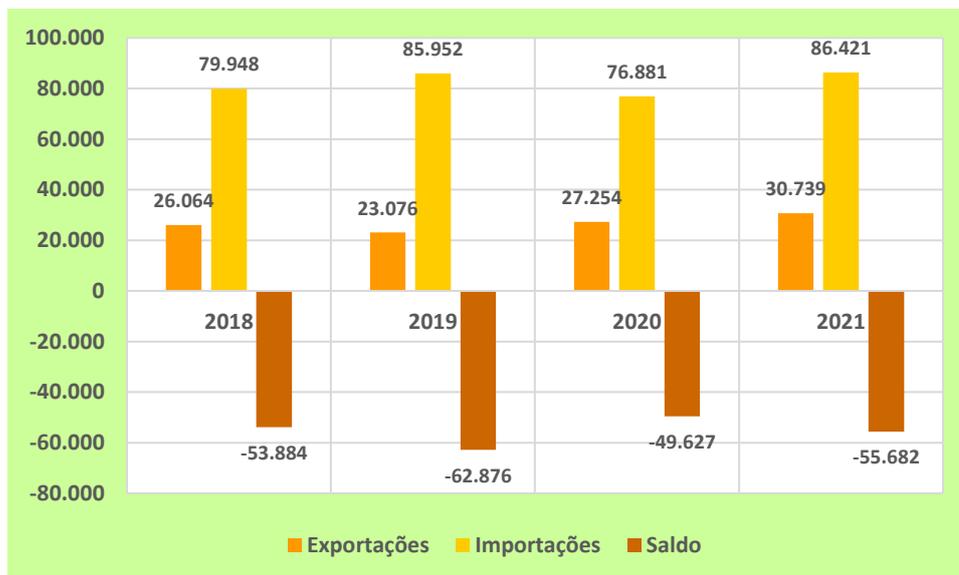
Fonte: International Trade Centre

A Irlanda é um parceiro comercial de Portugal; em 2021 foi o vigésimo segundo cliente das exportações de bens (0,7%) e o décimo sétimo fornecedor (1%), segundo o ITC.

### 3.3 Comércio Bilateral de Produtos Agroalimentares

Exportações, importações e saldo de Produtos Agroalimentares

TOTAL



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 Irlanda e das nossas importações da Irlanda:

	Exportações	Importações
Valor (Milhar €)	30 739	86 421
Bebidas alcoólicas	21%	5%
Conservas e preparações alimentares	45%	58%
Produtos da pesca	2%	7%
Carnes e lacticínios	3%	27%
Frutas e hortícolas	16%	0,1%
Oleaginosas, gorduras e óleos	0,6%	0,4%
Outros produtos agroalimentares	13%	3%

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

## 4 AMBIENTE DE NEGÓCIOS

- Competitividad
  - 13º em 64 países
- Facilidade
  - 3º em 177 países
- Transparência
  - 13º em 179 países
- *Ranking* Global
  - 15º em 82 países

Fonte: AICEP

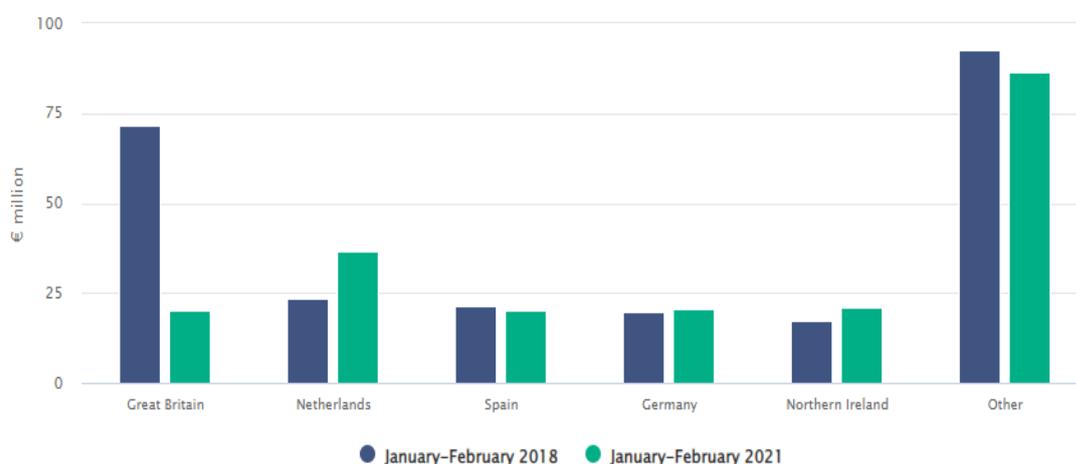
## 5 BENS DE CONSUMO ALIMENTAR – UMA OPORTUNIDADE DE MERCADO

Em 1 de janeiro de 2021, o período de transição do Brexit entre o Reino Unido e a União Europeia terminou oficialmente, o que significa que o Reino Unido não é mais membro do mercado único europeu e que o futuro comércio de bens ou serviços com o Reino Unido será pautado em conformidade com o Acordo de Comércio e Cooperação UE-Reino Unido.

Usando dados de preços de janeiro a fevereiro de 2018 e de janeiro a fevereiro de 2021, ilustra-se a mudança no comércio de produtos agrícolas e alimentos e bebidas da Irlanda desde que o Brexit se tornou uma realidade económica.

Faz-se notar que existem limitações significativas associadas à análise neste capítulo. Em primeiro lugar, é importante notar que a pandemia de COVID-19 ainda estava em curso durante o ano de 2021, pelo que os números apresentados devem ser interpretados neste contexto. Também se deve ter em mente que se trata de dados mensais que podem ser muito mais voláteis do que os dados anuais. Por fim, também é provável que muitas empresas irlandesas tenham realizado um volume maior de comércio com a Grã-Bretanha nos meses que antecederam o Brexit, antecipando possíveis problemas legais e administrativos que interrompem o comércio entre os dois países. O armazenamento de produtos nos meses que antecederam o Brexit provavelmente levaria a uma redução significativa no comércio irlandês com a Grã-Bretanha em janeiro-fevereiro de 2021. Apesar dessas limitações, fornece-se uma indicação oportuna do impacto do Brexit no comércio irlandês de produtos agrícolas, alimentos e bebidas usando os dados mais recentes disponíveis.

Fonte: Central Statistics Office Ireland



Source: CSO Ireland

Fonte: Central Statistics Office Ireland

Isto é, um significativo decréscimo das importações oriundas do Reino Unido e, concomitantemente, a abertura do mercado irlandês a outros países, enquanto fornecedores de produtos agroalimentares e de bebidas.

O mercado irlandês ainda não está consolidado no radar dos exportadores portugueses. E o potencial que encerra é grande, principalmente com o fator do BREXIT, que abre mais oportunidades do que ameaças. A abordagem deve sempre ser personalizada e cada caso é um caso.

Salienta-se que, em termos de PIB foi a única economia que cresceu na Europa em 2020 (+ 6,2%) e com um PIB *per capita* em 2021 de 84 940 euros, um dos maiores do mundo.

Ainda que as exportações de bens agroalimentares de Portugal para a Irlanda tenham crescido 27% entre 2017 e 2021, existe ainda um razoável potencial de crescimento, já que, se trata de uma importante economia da União Europeia e do mundo, com um elevado PIB *per capita*, muito aberta e dependente da produção das empresas multinacionais e do comportamento da procura global, com uma recuperação económica relevante em 2021 (+ 13,6%).

Por outro lado, o BREXIT gera e gerará abertura a oportunidades comerciais a outros países europeus que não o parceiro de longa data que foi o Reino Unido, Portugal incluído.

Presença da AICEP em Dublin, apoiando os exportadores portugueses para um melhor aproveitamento das oportunidades em diferentes setores de atividade, nomeadamente no setor dos vinhos.

De acordo com os dados publicados pelo INE, o número de empresas portuguesas exportadoras para a Irlanda foi de 972 em 2020.

As empresas portuguesas são também um parceiro importante para a entrada no mercado africano – as empresas irlandesas necessitam de uma porta de entrada e de uma *ponte* para o mercado africano, pois necessitam da experiência e facilidade de comunicação das empresas portuguesas, em países como Angola, Moçambique, Cabo Verde e São Tomé, estabelecendo parcerias importantes com as mesmas.

Em abril do ano em curso, o ministro da Promoção Comercial irlandês, Robert Troy, classificou, em entrevista à Lusa, a relação entre Portugal e Irlanda de  *muito boa* e disse ver *oportunidade* de aumentar as exportações entre os dois países.

Entre outros, referiu ainda *dado o seu clima e localização, Portugal é capaz de produzir coisas que nós não somos capazes de produzir* na área alimentar e *essa é uma oportunidade clara onde poderíamos procurar*

*aumentar o comércio* e questionado sobre que oportunidades é que Portugal pode beneficiar da estratégia irlandesa, Robert Troy destaca a *produção agroalimentar*.

Fonte: AICEP, Lusa, LinkedIn

## 6 RETALHO ALIMENTAR

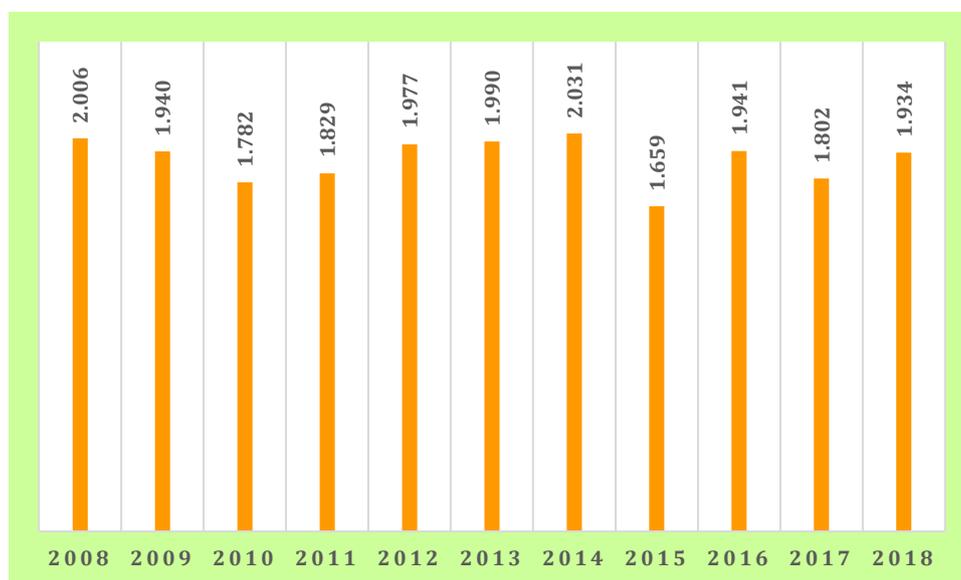
### 6.1 Introdução

O mercado irlandês de produtos alimentares tem crescido.

O retalho alimentar é altamente concentrado.

Por outro lado, a grande tendência consiste no aumento das unidades de retalho de conveniência, devido essencialmente ao estilo de vida urbano e moderno dos consumidores irlandeses.

Foram os seguintes os volumes de negócios da venda a retalho de alimentos, bebidas e tabaco em lojas especializadas na Irlanda de 2008 a 2018:



Fonte: Eurostat

O valor da produção anual da indústria de atividades de serviços de alimentação e bebidas na Irlanda de 2010 a 2019 cresceu 35% e assim representada:



Fonte: Eurostat

Representando um crescimento de 35%.

## 6.2 Perfil do Consumidor

Em relação ao perfil do consumidor irlandês, podemos afirmar que o consumo de produtos alimentares tem vindo a sofrer alterações profundas na última década, sobretudo devido à evolução demográfica e social verificada.

Ocorrem as seguintes tendências:

- Um aumento da procura por produtos de conveniência (*ready meals*), com tempos de preparação reduzidos;
- O aumento do consumo fora de casa;
- O aumento do consumo de produtos equilibrados nutricionalmente;
- O aumento do consumo de produtos de comida especializada (*Delicatessen/Gourmet*), ou seja, que contenham um valor acrescentado relativamente aos produtos normais, quer seja segurança, sabor ou exclusividade.

Constata-se a disposição do consumidor irlandês para pagar mais, por produtos de qualidade, seja esta percebida ou intrínseca.

A popularidade da comida especializada entre os consumidores está crescer devido a uma mudança nos gostos dos consumidores, a um maior rendimento disponível e devido às preocupações com os perigos relacionados com algumas comidas. As viagens ao estrangeiro e o jantar fora tiveram uma grande influência nos hábitos alimentares irlandeses e alguns consumidores estão a afastar-se da comida produzida em massa, preferindo antes comida de melhor qualidade e melhor sabor.

Os consumidores irlandeses estão também a mudar para as comidas especializadas mais saudáveis, devido ao aumento da cobertura dos *media* sobre os níveis de obesidade.

Os consumidores modernos, em especial nos sectores socioeconómicos mais altos, procuram uma maior diversidade de alimentos. Estes preferem ainda um serviço personalizado, ou uma maior compreensão das suas necessidades e exigências. Estes consumidores também estão preparados para gastar mais quando procuram comida mais saudável, mais natural e mais saborosa. Ultimamente existem muitos consumidores que preferem a conveniência de comprar todos os seus bens alimentares na mesma loja. Ou seja, um segmento dos consumidores irlandeses quer comprar comida especializada nos supermercados onde se deslocam habitualmente para fazer as suas compras.

A evolução do mercado dos produtos alimentares irlandês tem apontado no sentido de uma maior apetência por produtos não tradicionais na gastronomia local.

O mercado de produtos alimentares estrangeiros, é de de salientar a elevada quota de mercado que os produtos de origem italiana representam.

O vinho que a Irlanda importou de Portugal em 2021, cerca de 4 milhões de €, correspondeu a uma quota de mercado de apenas 1,4%; ainda assim, com um crescimento de 18% relativamente a 2020 e de 62% relativamente a 2017.

Já a França foi o maior fornecedor de vinho à Irlanda, detendo neste mesmo ano uma quota de mercado de 21%.

Embora com um valor muito limitado (140 mil € em 2021), são crescentes as importações irlandesas de azeite português, mercado que é dominado por Espanha com vendas superiores a 8, 3 milhões de €, configurando uma quota de mercado de 58%.

### 6.3 Retalhistas

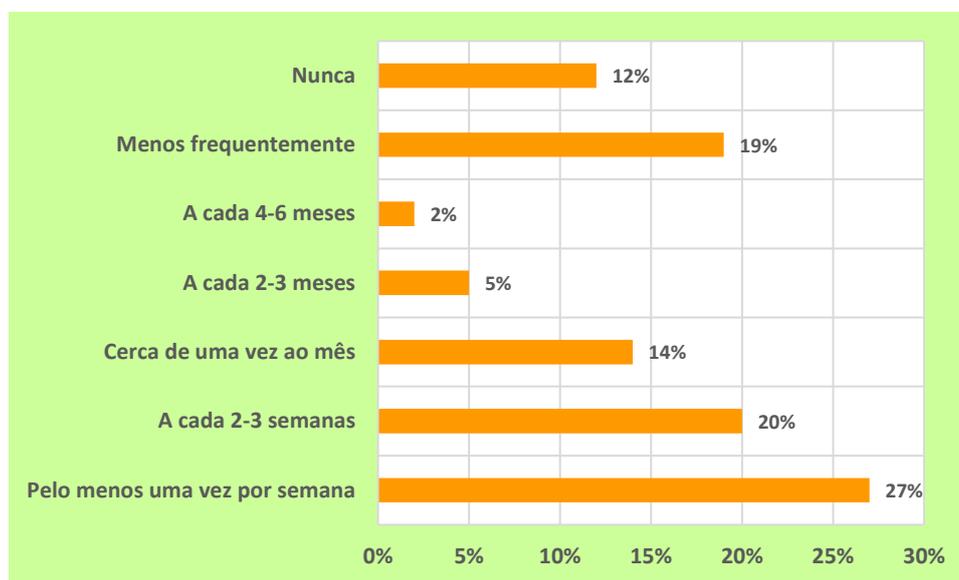
São as seguintes as maiores cadeias de retalho alimentar a operar na Irlanda:

- Tesco

- Dunnes Stores
- SuperValu
- Lidl
  - principal retalhista no segmento *discount*
- Aldi
- Spar

## 6.4 Produtos Alimentares Biológicos

A frequência de compra de alimentos orgânicos na Irlanda em 2020 foi a seguinte:

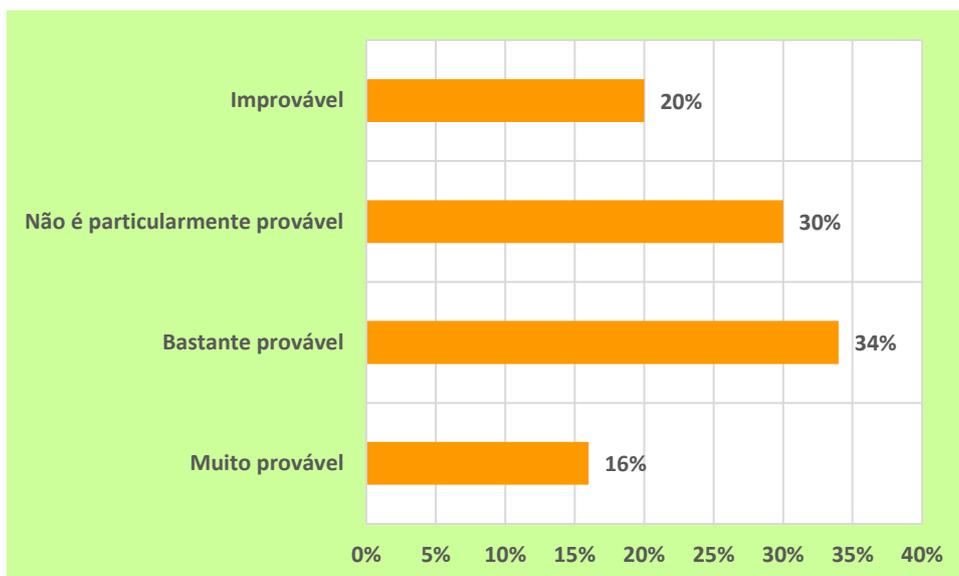


Unidade: %

Fonte: Bord Bia; Statista

Em 2020, os compradores dos supermercados irlandeses estavam um pouco divididos sobre a questão de gastar mais 10% de dinheiro para comprar alimentos orgânicos em vez de alimentos não orgânicos. Um total de 50% afirma que é muito provável ou bastante provável que o faça, enquanto os outros 50% afirmam que não é particularmente provável ou não é provável que o faça.

Probabilidade dos consumidores de gastar 10% a mais para comprar alimentos orgânicos em vez de alimentos não orgânicos na Irlanda em 2020:

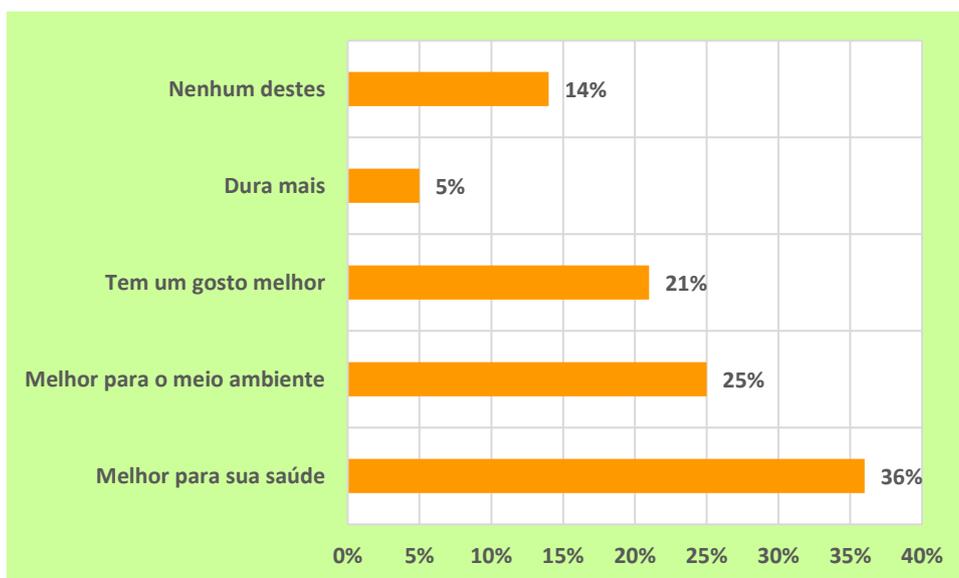


Unidade: %

Fonte: Bord Bia; Statista

Em 2020, uns quartos dos compradores dos supermercados na Irlanda afirmaram que o principal motivo para comprar alimentos orgânicos é que é melhor para o meio ambiente. O motivo mais frequentemente declarado foi, no entanto, que os compradores dos supermercados acham que é melhor para sua saúde, com aproximadamente 36% dos participantes afirmando que isso é o principal motivo para comprar alimentos orgânicos.

Principais razões para comprar alimentos orgânicos na Irlanda em 2020:



Unidade: %

Fonte: Bord Bia; Statista

Em 2020, a Irlanda importou 61 779 toneladas métricas de produtos agroalimentares orgânicos.

## 6.5 Comércio Online

A Irlanda destaca-se dos restantes países da UE em termos de integração da tecnologia digital, fruto do elevado número de PME que utilizam o comércio eletrónico, bem como do número de habitantes com elevadas qualificações digitais. A nível mundial, o país posiciona-se como um dos maiores mercados de *e-commerce*, situando-se em 41º lugar em termos de volume de vendas *online*.

Para além destas, existem outras razões para as empresas portuguesas exportarem para este mercado via comércio eletrónico:

- Grande popularidade das compras *online*;
- Mercado de *e-commerce* com crescimento significativo ao longo dos próximos anos;
- Elevado nível de concentração, com os cinco principais *players* a representarem mais de um terço das vendas;
- Contexto regulamentar muito favorável à iniciativa empresarial;
- Mercado competitivo, com muitos vendedores e ampla variedade de produtos;
- Serviços de logística desenvolvidos, variados e a preços competitivos;
- Grande popularidade dos *smartphones*;
- Presença de reconhecidos *marketplaces*, nomeadamente a *amazon.co.uk*.

O *e-commerce* inclui a venda direta ao consumidor (B2C) e transações entre empresas (B2B). Este último está a tornar-se mais expressivo em termos dos montantes envolvidos, existindo diversas plataformas B2B, como a DoneDeal. Porém, a análise efetuada recai apenas na vertente B2C dada a sua maior relevância junto do consumidor final.

Prevê-se que, em 2025, as compras de *e-commerce* dos irlandeses atinjam 12,2 mil milhões de USD, o que representa um crescimento médio anual de 14,9% entre 2022 e 2025. Este ritmo é superior às médias mundial (11,6%) e europeia (13,9%). Os preços competitivos e descontos, a segurança, a variedade de produtos e serviços, a disponibilidade e entregas ao domicílio, contribuem para que cada vez mais pessoas optem por compras *online*. Esta evolução global encerra, porém, dinâmicas próprias em termos setoriais.

De acordo com o Índice de Digitalização, a Irlanda representa um mercado digital de elevado potencial, tendo como principal ponto forte o ambiente propício aos negócios digitais (87/100) e, como ponto fraco, a dimensão do mercado (1/100). As taxas de penetração da internet e dos *smartphones* superam em 24,15pp e 23,3pp a média mundial, respetivamente. Espera-se que, em 2025, estas atinjam os 90,7%, no caso da internet e os 90,6%, no caso dos *smartphones*.

Fonte: AICEP

Segundo a PwC, em junho de 2022, foi de 51% a parcela de compradores online da Irlanda que não conseguiram comprar produtos devido à falta de stocks.

## 7 TURISMO GASTRONÓMICO

A comida irlandesa pode conter a sua tradicional cerveja Guinness na receita. É importante saber também que os irlandeses têm uma paixão por batatas. É por isso que se encontram estes ingredientes em muitos pratos típicos da Irlanda.

Cabe aqui uma explicação histórica e cultural: o cultivo de batata podia ser feito em espaços pequenos e, aos poucos, a batata tornou-se o principal alimento da população mais pobre. Porém, na década de 1840 um fungo tomou conta das plantações acabando com cerca de 3/4 dos produtos. Mais de 3 milhões de pessoas passaram fome por conta disso.

Não se sabe ao certo se foi a falta do tubérculo durante a peste que o fez ficar mais famoso depois que tudo passou ou se realmente ele já era uma estrela antes disso. O que importa é que a batata é um produto indispensável numa refeição na Irlanda, seja ela cozida, frita, assada ou em forma de puré.

Os irlandeses não vivem apenas de batata e cerveja, há pratos bem tradicionais com diversos tipos de carnes, legumes e frutas, sobretudo as da família de *berries* (frutos vermelhos).

Pratos típicos da Irlanda:

- Irish Stew
- Guinness Stew
- Coddle
- Boxy ou Potato Cake
- Colcannon
- Champ
- Fish & Chips
- Irish Breakfast
- Soda Bread
- Cerveja
- Irish Cider
- Irish Coffee

Sobremesas típicas da Irlanda:

- Mince Pies
- Gur Cake
- Bolo Porter
- Scones
- Trufas irlandesas

## 8 CULTURA DE NEGÓCIOS

- Na abordagem ao mercado irlandês, contratualizar a representação no mercado apresenta vantagens. Para isso, é importante uma abordagem assente em três etapas: seleção, preparação de acordo e apoio promocional.
- Numa primeira fase de identificação e seleção, antes de se comprometer com um acordo, são definidos as características e o perfil que se pretendem e é realizada a avaliação da experiência e reputação do parceiro. Nesta fase deve-se compreender, numa ótica a longo prazo, a cobertura geográfica que o parceiro oferece, bem como validar o seu nível de conhecimento e as empresas e produtos que representa. Posteriormente, é possível elaborar uma *short-list* dos potenciais parceiros.
- Após selecionar o parceiro, a segunda etapa é redigir um acordo escrito, ou seja, um contrato. Neste contrato, é importante que haja uma definição clara das responsabilidades, condições de pagamento e comissões. Neste passo é uma mais-valia ter apoio jurídico local, para a inclusão de cláusulas de âmbito geográfico, duração, produtos e serviços incluídos, exclusividade ou não, utilização de nome e logo, local para resolução de disputas e detenção de propriedade intelectual em caso de rutura contratual. A preparação com antecedência de uma estratégia para a eventualidade de saída do mercado ou da parceria é uma boa prática.
- Por fim, e de modo a potenciar a abordagem, deve-se perceber como acrescentar valor a esta parceria e prestar apoio promocional e na resolução de problemas, com o devido envolvimento e contacto regular com o agente ou distribuidor. Para um melhor apoio promocional e comercial, é sugerido que seja solicitada a visão do parceiro sobre a segmentação e distribuição, bem como uma monitorização e avaliação dos resultados.

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. Na Irlanda, a taxa normal é de 23%, a reduzida entre 13,5% e 9% e a super reduzida entre 4,8% e 0%.

### 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 – Irlanda/IE | 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,. Repak).

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

### TASTE OF DUBLIN



- <https://tasteofdublin.ie/>
- Restaurantes, bares, chefs
- Dublin
- Próxima data: 2023, em data a anunciar

### CATEX



- <https://www.catexexhibition.com/>
- Alimentação
- Dublin
- Próxima data: 2023, 21 a 23 de fevereiro

### OYSTER AND SEAFOOD FESTIVAL



- <https://www.galwayoysterfestival.com/>
- Marisco
- Galway
- Próxima data: 2022, 23 a 25 de setembro

## 11 CONTACTOS ÚTEIS

### AICEP



aicep Portugal Global

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

### AIP



- W: [www.aip.pt](http://www.aip.pt)
- Praça das Indústrias; 1300-307 Lisboa
- E: [geral@aip.pt](mailto:geral@aip.pt)
- T: 213 601 021

### EMBAIXADA DE PORTUGAL NA IRLANDA



- W: <https://dublin.embaixadaportugal.mne.gov.pt/>
- 70 Upper Leeson Street; Dublin 4
- E: [dublin@mne.pt](mailto:dublin@mne.pt)
- T: + 353 1 669 9100

### DELEGAÇÃO AICEP DUBLIN



aicep Portugal Global

- Delegado: LUÍS REIS
- 70 Upper Leeson Street; Dublin 4
- E: [aicep.dublin@portugalglobal.pt](mailto:aicep.dublin@portugalglobal.pt)
- T: + 353 0 1 631 63 09

### EMBAIXADA DA IRLANDA EM PORTUGAL



An Roinn Gnóthaí Eachtracha  
Department of Foreign Affairs

- W: <https://www.dfa.ie/irish-embassy/portugal/>
- Avenida da Liberdade, 200, 4º; 1250-147 Lisboa
- T: 213 308 200

### OPERADORES LOGÍSTICOS

A AICEP disponibiliza no seu site uma longa lista de Operadores Logísticos habilitados para as exportações para a Irlanda, que pode ser consultada em:

- <https://www.portugalglobal.pt/PT/Internacionalizar/logisticaglobal/Europa/Irlanda/Paginas/Irlanda.aspx>