Noruega

Não obstante uma população de apenas 5,5 milhões de habitantes, a Noruega é um mercado muito interessante e um dos mais digitalizados da Europa, sendo dotado de infraestruturas de excelência, ocupando lugares de topo nos *rankings* internacionais de TIC e onde as empresas operam através de páginas *web* próprias (90%). Existem, ainda, outras boas razões para as empresas portuguesas exportarem via *e-commerce* para este mercado:

- Período de forte crescimento deste setor, fomentado pela pandemia COVID-19
- Ecossistema seguro e estável, e boa proteção intelectual
- Excelentes competências digitais dos noruegueses
- Integra o Espaço Económico Europeu, pelo que muitos produtos se encontram isentos de impostos alfandegários
- Sociedade de consumo recetiva a novos dispositivos, plataformas e meios de pagamento
- Consumidores com elevado poder de compra
- Mercado competitivo, com muitos vendedores e ampla variedade de produtos
- Serviços logísticos desenvolvidos e eficientes
- Elevadas taxas de penetração de Internet e *smartphones*
- As restrições às importações levam a que a maioria das compras *online* recaia em *players* locais (83%)

O *e-commerce* inclui a venda direta ao consumidor (B2C) e as transações entre empresas (B2B). Este último regista um forte crescimento, representando uma parte considerável do *e-commerce* a nível mundial. Na Noruega identificam-se portais B2B como Big Buy, Alibaba e Offshore Norway, encontrando-se os segmentos B2C e B2B em expansão no país. Porém, a análise efetuada recai apenas na vertente B2C, dada a sua maior relevância junto do consumidor final.

(01/2024)

Perfil de Mercado E-commerce

Índice

1. Posicionamento do País no e-Commerce Global 3
2. Maturidade Digital 3
3. Indicadores de Compras Online 3
4. Perfil do Consumidor e-Commerce 5
5. Logística e Distribuição 6
6. Marketplaces e Retalhistas Online. 6
7. Meios de Pagamento 6
8. Quadro Legal e Regulamentar. 7
9. Recomendações para Exportar Online 10



1. Posicionamento do País no e-Commerce Global

Prevê-se que, em 2028, as compras de *e-commerce* dos noruegueses atinjam 12,75 mil milhões de USD, um crescimento médio anual de 7,1% desde 2024. Este ritmo é inferior à média mundial (9,0%) e às da Europa do Norte e da Europa como um todo (ambas 7,4%), dado o grau de maturidade do comércio eletrónico do mercado. Em termos de volume de compras *e-commerce*, o mercado da Noruega ocupa as 15.ª e 2.ª posições na Europa e na região da Europa do Norte, respetivamente. Esta evolução global encerra, porém, dinâmicas próprias em termos setoriais.

(01/2024)

1.1. Top Países

Posição	Mercado	Compras e-commerce (milhões de USD)
1	China	935 100
2	Estados Unidos América	910 400
3	Japão	134 300
4	Reino Unido	133 500
5	Alemanha	104 500
30	Noruega	8 560

Fonte(s): Statista, outubro 2023. Dados referentes a 2023

2. Maturidade Digital

Segundo o Índice de Resiliência Digital, a Noruega tem um ambiente propício aos negócios digitais, sendo a sua componente mais forte o ambiente de negócios (93/100) e a mais fraca a dimensão do mercado (2/100). Em 2023, as taxas de penetração de Internet e *smartphones* superaram em 17,5 pp e 41,7 pp as correspondentes médias mundiais. Espera-se que em 2028 as mesmas atinjam 96,8% da população e 97,0% dos utilizadores de Internet, respetivamente.

- **22** / 115 - **Digitalização** *Fonte(s): Resilience Digital, 2021. Dados referentes a final de 2019*
- **5,1** milhões - **Utilizadores de internet** *Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023*
- **93,3** % - **Taxa de penetração de internet** *Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023*
- **97** % - **Taxa de penetração de smartphones** *Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023*

(01/2024)

3. Indicadores de Compras Online

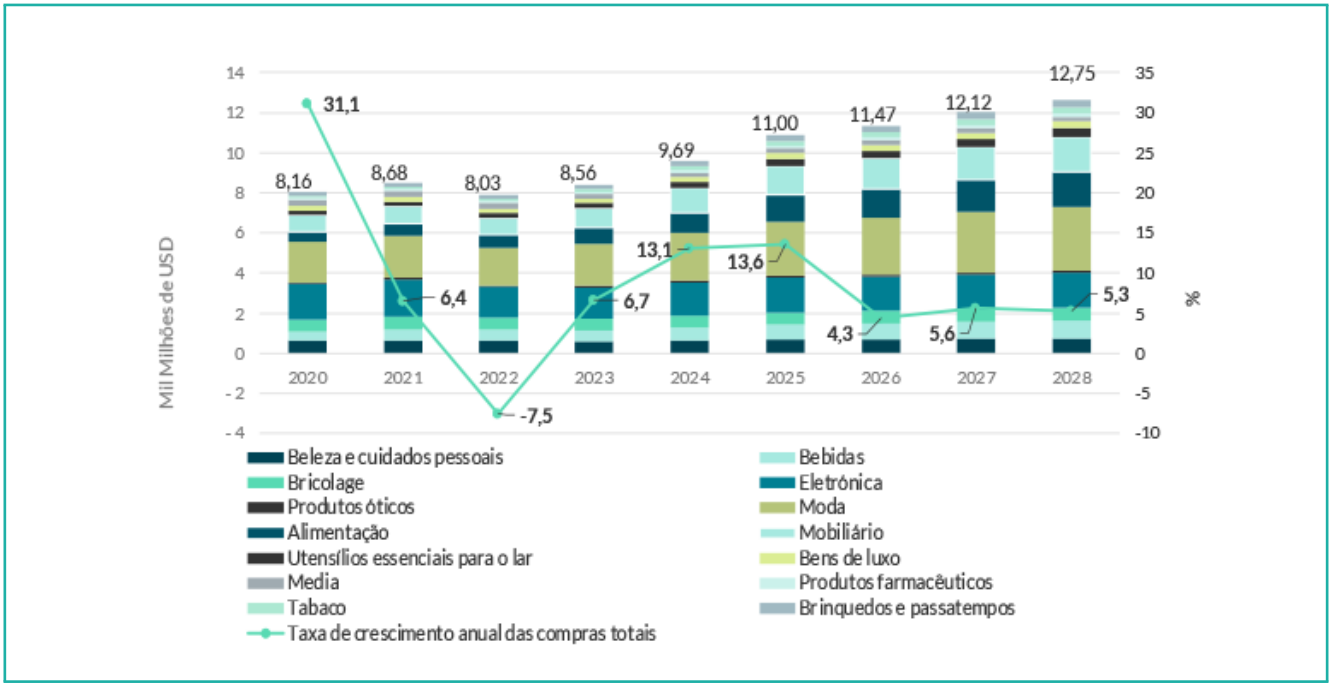
A Noruega é um mercado muito maduro no que respeita ao *e-commerce*. Os indicadores refletem um potencial de crescimento, com o valor de compras e o gasto médio por comprador a continuarem a aumentar. A percentagem de e-consumidores deverá atingir 93,0% em 2028, acima da média mundial (63,2%), da portuguesa (56,2%), da europeia (57,8%) e da relativa à Europa Setentrional (86,9%).

- **3,8** milhões - **Compradores online** *Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023*
- **75,1** % - **Compradores online no total da população** *Fonte(s): Statista Digital Market Outlook, 2023*

(01/2024)

3.1. Compras em e-Commerce

As compras dos noruegueses via *e-commerce* deverão continuar a crescer, mas de forma ligeiramente mais acentuada. Prevê-se que o seu crescimento médio anual em 2024-2028 (7,1%) se situe 2,7 pp acima do registado em 2020-2024 (4,4%). Entre 2024 e 2028, as rubricas "Alimentação" e "Tabaco" deverão observar os ritmos de crescimento mais acelerados (14,7% e 14,6%, respetivamente), enquanto a de Media deverá contrair-se em 1,1%.

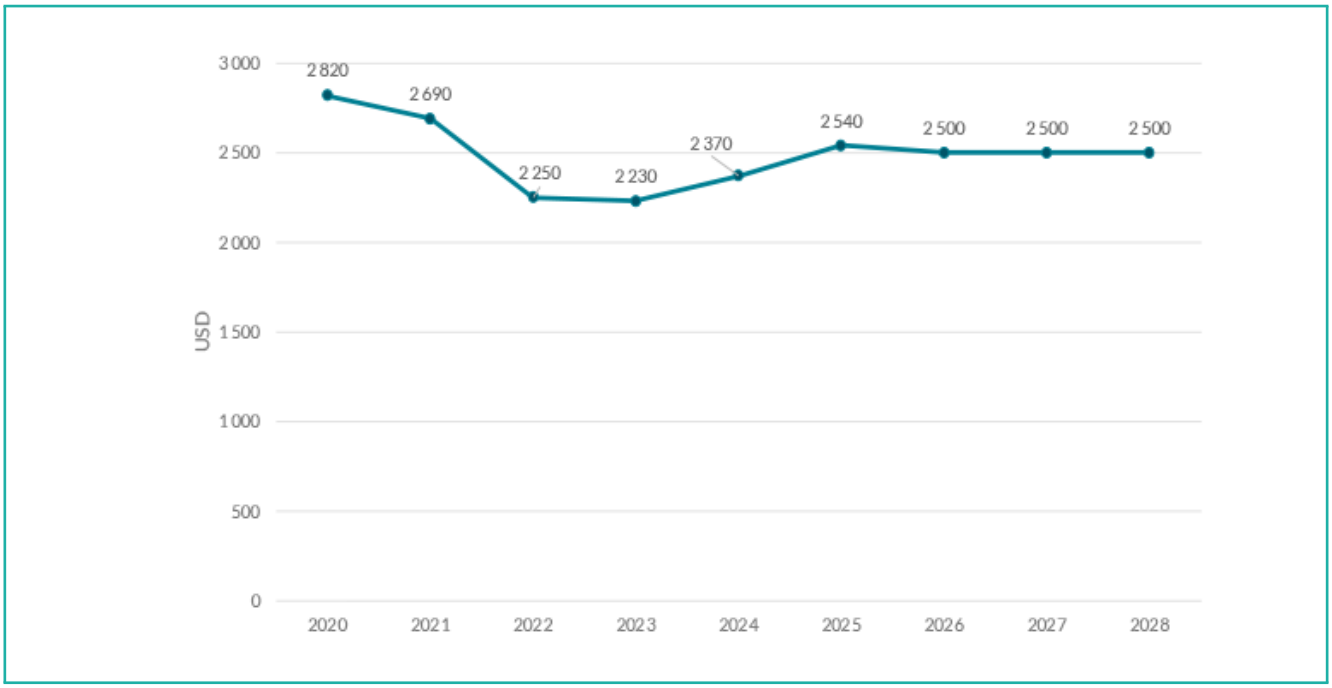


Fonte(s): *Statista*, outubro 2023

(01/2024)

3.2. Gasto Médio por Comprador e-Commerce

Prevê-se que o gasto médio anual dos noruegueses em compras *online* seja de 2 370 USD em 2024 e que, em média, cresça anualmente 1,3% até 2028. Trata-se de um valor bastante superior à despesa média mundial (1 901 USD) e à portuguesa (1 281 USD), mas inferior à da China (3 723 USD), maior mercado mundial de *e-commerce*, para o mesmo ano de 2024.



Fonte(s): *Statista*, outubro 2023

(01/2024)

4. Perfil do Consumidor e-Commerce

Os noruegueses utilizam, mormente, o computador para comprar *online*. Os e-consumidores concentram-se, sobretudo, entre os 25 e 54 anos (67,4%), predominando os do escalão de rendimento elevado (41,8%). As mulheres (51,5%) compram ligeiramente mais do que os homens (48,5%). Além disso, o e-consumidor norueguês:

- Demonstra grande apetência em comprar *online*
- É qualificado e experiente a nível tecnológico
- Prefere informação clara sobre preços e custos de envio
- Domina o inglês
- Informa-se sobre os produtos a adquirir
- Valoriza muito as condições de entrega, política de devoluções, disponibilidade e diversidade de oferta, e ofertas especiais
- Tem em consideração a avaliação dos restantes consumidores
- Adquire *online*, mormente, bens de moda e eletrónica
- É utilizador de redes sociais (84,7% da população, em janeiro de 2023, segundo o DataReportal)
- Privilegia o *e-commerce* móvel
- É recetivo a *websites* externos, porém recorre, sobretudo, a lojas domésticas [83% dos e-consumidores (Statista, 2022)]
- Tende a definir um tempo de entrega adequado como 3-5 dias

- Recorre frequentemente a *Click & Collect*
- Preocupa-se com a sustentabilidade (disposto a pagar ligeiramente mais para assegurar uma entrega ecológica)

(01/2024)

5. Logística e Distribuição

As infraestruturas e os serviços de logística caracterizam-se por:

- Serem abrangentes, eficientes e modernos
- Oferecerem múltiplas opções de entrega
- Uma rede postal desenvolvida, rápida e altamente conectada
- Operarem em infraestruturas terrestres que carecem de algumas reformas qualitativas
- Concentrarem-se na Região Metropolitana de Oslo
- Terem como principais operadores logísticos: PostNord, Posten e Bring
- **19** / 139 - **Desempenho Logístico Internacional** *Fonte(s): World Bank, 2023. Dados referentes a 2022*
- **67** / 172 - **Desenvolvimento Postal** *Fonte(s): Universal Postal Union, 2023. Dados referentes a 2022*

(01/2024)

6. Marketplaces e Retalhistas Online

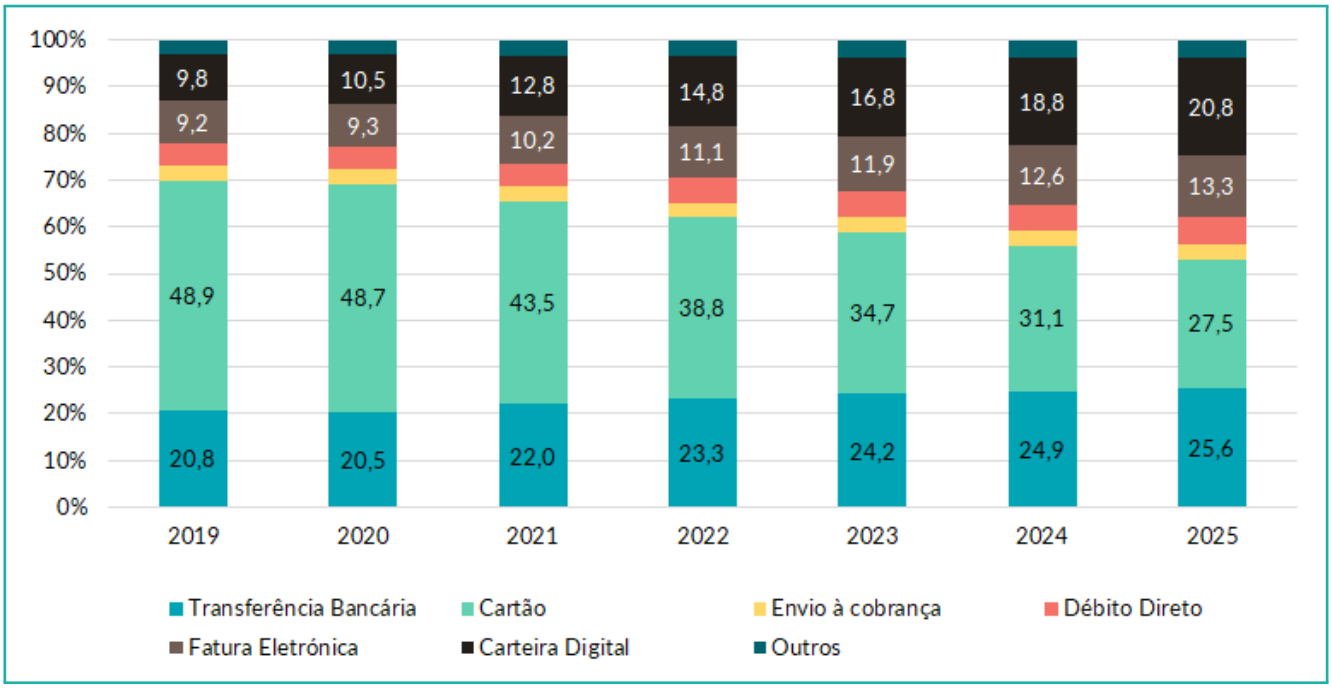
Principais *marketplaces* e retalhistas *de e-commerce* em termos de vendas líquidas (2022):

- Os 5 primeiros são: *komplett.no* (402 milhões USD); *elkjop.no* (384 milhões USD); *apple.com* (301 milhões USD); *oda.com* (288 milhões USD); *zalando.no* (238 milhões USD)
- Os três principais *players* representam, em conjunto, 22,8% do total de receitas no país dos 100 maiores *marketplaces* e retalhistas *online*
- Dos 20 principais *players*, um dos que mais cresceram, entre 2021 e 2022, foi *jysk.no* (27,1%)

(01/2024)

7. Meios de Pagamento

- Os pagamentos por cartão (sobretudo de débito, Visa e MasterCard) deverão manter-se predominantes, embora decrescentes (em prol de transferência bancária, *E-wallet* e *E-invoice*)
- Os principais serviços de pagamento digital correspondem à aplicação de pagamento móvel norueguesa *VIPPS*, à *Apple Pay* e à *PayPal*
- Os pagamentos via *smartphone* efetuam-se, sobretudo, via cartão ou transferência
- Os noruegueses confiam nos meios de pagamento digital



Fonte(s): *Statista*, junho 2022

(01/2024)

8. Quadro Legal e Regulamentar

8.1. Introdução

O comércio internacional *online B2C* acarreta algumas dificuldades extra, para além das já complexas regras do comércio internacional que se aplicam/usam em qualquer negócio *B2B* (*INCOTERMS*, formalidades alfandegárias, regulamentação dos produtos, etc).

Devido ao relacionamento direto com o consumidor final, é aconselhável conhecer as regras (caso existam) que protegem o consumidor e regulam as vendas à distância do mercado de destino (algumas podem ter natureza imperativa como, por exemplo, as relativas à privacidade e proteção de dados).

(09/2026)

8.2. E-Commerce na Noruega

Quem vende à distância *B2C* para um país terceiro ou crie uma loja *online* nesse mesmo mercado deve acautelar-se e procurar conhecer o respetivo enquadramento legal.

A nível nacional, de acordo com a *Global Cyberlaw Tracker* da *UNCTAD* (*The case of Norway*), o comércio eletrónico na Noruega encontra-se devidamente regulado ao nível da proteção do consumidor, cibercrime, transações eletrónicas, privacidade e proteção de dados, impostos indiretos.

(09/2026)

8.3. Normas e-Commerce

Na Noruega, o Governo reconhece a *Internet* como parte integrante e natural da sociedade norueguesa e da sua comunidade empresarial. Os negócios *online* são regidos principalmente pela legislação geral, como a Lei de Contratos e a Lei de Venda de Mercadorias, sendo que foi dada especial atenção legislativa às vendas entre empresas e consumidores (*B2C*), com a publicação de vários atos legislativos que concedem direitos aos consumidores e impõem obrigações aos comerciantes, incluindo em sede de vendas *online*.

De particular importância são a *Consumer Purchases Act*, a *Cancellation Act* (cancelamento de contratos à distância) e a *e-Commerce* Act. Também o processamento de dados pessoais encontra-se exaustivamente regulado, bem como as comunicações eletrónicas.

Dado a Noruega integrar o Espaço Económico Europeu (EEE), grande parte da legislação norueguesa que regula o comércio eletrónico deriva da incorporação no ordenamento jurídico nacional de Diretivas e Regulamentos da União Europeia sobre esta temática como, por exemplo, a Diretiva *e-Commerce*, a Diretiva que regula as vendas à distância e o Regulamento *eIDAS*, relativo à identificação eletrónica e aos serviços de confiança para as transações eletrónicas no mercado interno (EEA-Lex).

O artigo *e-Commerce in Norway*, do escritório de advogados norueguês *Schjødt*, disponibiliza informação sobre as regras norueguesas em áreas específicas relevantes para o comércio eletrónico, como, por exemplo, a celebração de contratos na *Internet*, segurança nas transações eletrónicas, pagamentos *online*, registos de domínios, publicidade, entre outras.

Por sua vez, no *site International Comparative Legal Guides* (*ICLG*) também é possível consultar o artigo *Digital Business Laws and Regulations 2026 - Norway* com informação sobre o quadro legal norueguês relativo ao comércio eletrónico, proteção de dados, cibersegurança e muito mais.

(09/2026)

8.4. Entidades Responsáveis

Existem várias entidades públicas que atuam no âmbito do comércio *online* ou matérias relacionadas, como, por exemplo, o *Ministry of Children and Families*, a *Consumer Authority*, a *Nkom* (Autoridade das Comunicações) e a *Datatilsynet* (Autoridade da Proteção de Dados).

A entidade responsável pela administração/registo do *Top Level Domain ".NO"* é a *Norid S/A* (*IANA ccTLD database*).

(09/2026)

8.5. Importação de Produtos Online

Tal como acontece no comércio *offline*, é o mercado de destino que estabelece as formalidades e os direitos aduaneiros ou outros impostos/taxas aplicadas à importação do produto.

No que se refere à Noruega, é possível obter essa informação no *site Access2Markets (A2M)*, selecionando o produto a exportar (VIDEO).

Nos procedimentos e formalidades, para além da documentação exigida para a importação do produto, é ainda disponibilizada informação sobre as regras norueguesas de rotulagem/embalagem e o sistema de qualidade aplicado nos produtos industriais (normas técnicas ou *standards*).

Em virtude da pertença da Noruega ao Espaço Económico Europeu (EEE), a legislação comunitária reguladora do Mercado Único da União Europeia também se aplica à Noruega. Nesta sequência, se os bens já são comercializados em Portugal e cumprirem as regras comunitárias, não há, em princípio, dificuldade na sua venda no restante território do EEE.

Podem, no entanto, existir algumas especificidades, nomeadamente no comércio *B2C*/envios expresso, que não são referidas no *A2M*.

Com efeito, nos envios expresso (*express shipments*) de pequenas remessas, muito utilizados do comércio *B2C*, pode ser fixado um valor abaixo do qual não são cobrados direitos aduaneiros e/ou outras taxas (*De Minimis Thresholds by Country 2025* | *Alvalara*).

No entanto, desde 1 de janeiro de 2024 que a Noruega deixou de aplicar qualquer limiar (anteriormente existia um limiar de 350 NOK por declaração aduaneira), sendo cobrados direitos aduaneiros, quando aplicável, e IVA na importação de pequenas remessas (*Import calculator*).

Independentemente do valor da importação ou o tipo de destinatário (*B2B* ou *B2C*) é, ainda, de referir que a importação de produtos industriais está isenta de direitos aduaneiros em virtude da aplicação do Acordo sobre o Espaço Económico Europeu (Acordo EEE ou *EEA Agreement*). O mesmo não acontece com os produtos agrícolas e da pesca, não cobertos pelo referido Acordo.

Para que possa ser aplicada a isenção é necessário que as mercadorias sejam consideradas comunitárias de acordo com as regras de origem definidas no Acordo EEE ou na Convenção PEM ("Regras Transitórias") e no desalfandegamento seja apresentada uma das seguintes provas de origem:

- Certificado de Circulação de Mercadorias EUR. 1, emitido pelas alfândegas portuguesas
- Declaração de origem na fatura, emitida por qualquer exportador nas remessas ocasionais de valor igual ou inferior a 6 000 euros ou por um Exportador Autorizado nos demais casos

O estatuto de Exportador Autorizado deve ser solicito junto da Direção de Serviços de Tributação Aduaneira da AT, através de formulário próprio enviado via *E-Balcão* no Portal das Finanças, escolhendo as opções: Origem Mercadoria | Estatuto Exp | REX/Exportador Autorizado.

Na Noruega são aplicadas as seguintes taxas de IVA na importação de mercadorias (*VAT Taxes*):

- Taxa Normal – 25%, que incide sobre a maioria dos bens
- Taxa Reduzida – 15%, que incide sobre os produtos alimentares para consumo humano (incluindo bebidas)

Os fornecedores estrangeiros podem estar obrigados a registarem-se para efeitos de IVA na Noruega se atingirem um volume de negócios anual neste país superior a NOK 50.000 (*Do I register the enterprise in the Value Added Tax Register?*).

Nas vendas *online* a consumidores finais (*B2C*) de bens não alimentares ou bens não sujeitos a impostos especiais sobre o consumo (IEC), os fornecedores estrangeiros que vendam bens de reduzido valor (valor inferior a NOK 3.000 por *item*) e serviços para a Noruega, têm a possibilidade de se registarem na aplicação *VOEC*, em alternativa ao registo tradicional para efeitos de IVA, caso estejam obrigados a cobrar o IVA norueguês (volume de negócios superior a NOK 50.000) ou, não estando, pretendam que o cliente não seja confrontado com custos adicionais aquando da receção da mercadoria.

O esquema VOEC é equivalente ao esquema *One-Stop Shop (OSS)* do IVA na UE. Mais informação em:

- *VAT On E-Commerce* (*Guidelines*)
- *Shopping from foreign online stores*
- *Sending goods under the VOEC scheme*
- *Sending goods to Norway in the VOEC scheme - what to do*
- *Online shops and e-marketplaces registered in the VOEC register*

Caso os consumidores noruegueses comprem bens alimentares ou bens sujeitos a IEC em lojas *online* estrangeiras, ou qualquer outro bem numa loja *online* estrangeira não registada no *VOEC* ou que não cobra IVA norueguês no momento da compra, são obrigados a pagar o IVA e quaisquer direitos aduaneiros aplicáveis no desalfandegamento dos bens na Noruega (*Import calculator*).

Sendo o produto estrangeiro vendido através do *INCOTERM DDP - Delivery Duty Paid*, por regra, o transportador expresso (*courrier*), que transporta a mercadoria, pode tratar do desembaraço aduaneiro no destino e liquidar todos os impostos em nome do vendedor, cobrando uma taxa adicional pelo serviço.

Por último, no *site* dos correios noruegueses (*Posten*) também é possível consultar diversas informações e alertas para os consumidores finais no âmbito das compras *online* efetuadas no estrangeiro: *customs clearance of consignments from abroad*.

(09/2026)

8.6. Propriedade Industrial (marca, patente e design)

O registo de uma marca, patente ou *design* efetuado em Portugal apenas produz efeitos em território nacional.

É possível alargar a proteção legal a outros países através de registo internacional (procedimentos: marcas; patentes; *design*) ou efetuar o registo diretamente no mercado pretendido, junto do organismo responsável pela proteção da propriedade industrial, que no caso da Noruega é o *Norwegian Industrial Property Office*.

A Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) disponibiliza uma ferramenta gratuita de autoavaliação de propriedade intelectual (PI = direitos de autor + propriedade industrial), que auxilia as empresas a identificar e realizar uma avaliação de seus ativos de PI: Diagnóstico de PI.

(09/2026)

9. Recomendações para Exportar Online

- Ter em conta que todos os produtos exportados para a Noruega estão sujeitos ao pagamento de taxas, a cargo do *e-Marketplace*
- Ter em consideração que a indicação e o cumprimento do prazo de entrega são decisivos na escolha do consumidor
- Atender a que o norueguês é mais recetivo a comprar em *e-Marketplaces* com selos de qualidade
- Oferecer várias opções de envio e diferentes vias de contacto
- Agilizar o processo de devolução e, de preferência, torná-lo gratuito
- Disponibilizar a página *web* no idioma local, otimizada e de fácil navegação
- Ponderar a contratação de um sócio comercial local
- Recorrer a redes sociais
- Promover o *e-commerce* omnicanal e O2O (TOPO/ROPO)

(01/2024)