



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

Raport Sektorowy
**Sektor meblarski
w Holandii**



SEKTOR MEBLARSKI
W HOLANDII

© PAIH S.A.

Niniejsza publikacja ma charakter informacyjny.
Została opracowana na podstawie informacji uznanych za wiarygodne
i nie stanowi wykładni ani opinii prawnej.

PAIH S.A. nie ponosi odpowiedzialności za sposób wykorzystania
zamieszczonych w niniejszej publikacji informacji oraz za możliwe
konsekwencje jakichkolwiek działań podjętych w oparciu o te informacje.

Wydawca: Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

Warszawa, październik 2018 r.

Spis treści

1.	Branża meblowa w Królestwie Niderlandów. Informacje podstawowe	5
2.	Charakterystyka sektora	7
3.	Eksport/Import.	10
4.	Przedsiębiorstwa i rynek pracy	13
5.	Inwestycje zagraniczne.	16
6.	Perspektywa rozwoju branży	17
7.	Formalno–prawne uwarunkowania wejścia na rynek	19
8.	Aktualne formy pomocy publicznej	21
9.	Instytucje wsparcia i organizacje branżowe	22



1. Branża meblowa w Królestwie Niderlandów. Informacje podstawowe

Wartość produkcji holenderskiej branży meblowej oscyluje w okolicy 2 mld euro rocznie. Stanowi to ok. 3% produkcji tego sektora w całej Unii Europejskiej¹. Po załamaniu jakie nastąpiło w 2008 roku, sektor od 2013 roku sukcesywnie odbudowuje swój potencjał.

W 2017 wartość obrotów w sektorze meblowym wzrosła o 7,9%².

Holenderski sektor meblarski tradycyjnie charakteryzuje się dużą intensywnością wymiany handlowej. Popyt krajowy zaspokajany jest w 70% poprzez import, podczas gdy ponad 50% produkcji rodzimej jest eksportowane³. Największym partnerem handlowym Holandii w branży meblowej od 2010 roku są Chiny. Niemcy pozostają jednak wiodącym dostawcą w niektórych segmentach takich jak:

- meble do sypialni,
- meble kuchenne,
- meble biurowe.

Holandia jest jednocześnie, obok Wielkiej Brytanii, krajem z największym udziałem importu spoza krajów europejskich. Holenderscy konsumenci są wrażliwi na cenę i bardzo chętnie korzystają z promocji i obniżek cen.

¹ A. Renda, J. Pelkmans, L. Schrefler, Luchetta, F. Simonelli, F. Mustilli, J. Wiczorkiewicz, M. Busse, A.R. Tomaselli, A. Tracogna, R. Zavatta, A. Bologinini, „THE EU FURNITURE MARKET SITUATION AND A POSSIBLE FURNITURE PRODUCTS INITIATIVE”, Bruksela 2014, s. 46.

² <https://www.statista.com>, 15.07.2018.

³ C. Pisa, G. Taveggia, „Furniture distribution in the Netherlands”, s. 5.

Podstawowe walory holenderskiego rynku meblowego:

- otwartość,
- brak istotnych barier wejścia,
- łatwość nawiązania kontaktów handlowych w języku angielskim,
- potencjał wzrostu branży,
- wrażliwość konsumentów holenderskich na ceny.



2. Charakterystyka sektora

Holenderskie meble charakteryzują się odrębnym i rozpoznawalnym stylem. Od zawsze tamtejsze projekty mebli odznaczały się lekkością i prostotą formy. Holenderski styl projektowania odcisnął swoje piętno także na designie mebli kolonialnych, od kiedy mieszkańcy kolonii angielskich w obu Amerykach nawiązywali ścisłe relacje handlowe z koloniami holenderskimi. Wpływ ten został jeszcze spotęgowany w XVII wieku.

Wpływy holenderskie były jednym z powodów, dla których ciężkie średniowieczne meble w Anglii zostały zastąpione przez bardziej dostępne, wygodniejsze i wszechstronne meble.

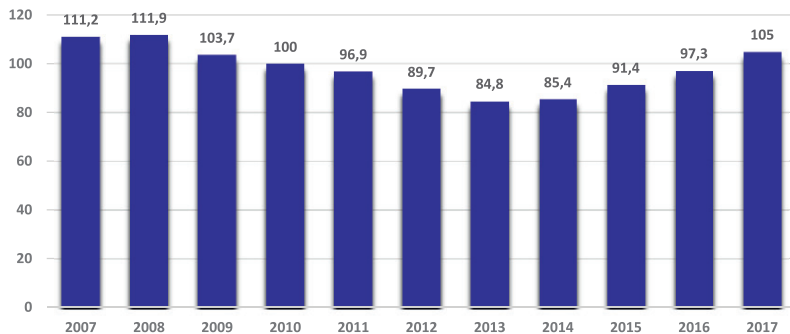
W czasach współczesnych istotny wpływ na branżę meblową wywarł kryzys lat 70. XX wieku. Wiele firm zniknęło wtedy z holenderskiego rynku ze względu na panujące w branży nastawienie na krótkoterminowy zysk. Kryzys wpłynął również na holenderski design, powodując, że na rynku pozostały firmy skupiające się na nowoczesnym i lekkim wzornictwie. Pozostałą część rynku przejęła zagraniczna konkurencja⁴.

Ostatni kryzys, po którym branża nie do końca jeszcze odbudowała swój potencjał, nastąpił w 2008 roku. Poprawa sytuacji w branży rozpoczęła się w 2013 roku i trwa do dziś. Dopiero w 2017 roku wartość obrotów punktów handlowych przekroczyła kwotę osiągniętą w 2010 roku⁵. Natomiast do dzisiaj nie udało się wrócić do obrotów z lat przed kryzysem. Poniższe diagramy prezentują najistotniejsze dane dotyczące sytuacji sektora meblowego w ostatnich latach:

⁴ M.S. Thomas, *Dutch Design: A History*, Londyn 2008, s. 115.

⁵ <https://study.com/academy/lesson/dutch-furniture-history-characteristics.html>, 7.07.2018.

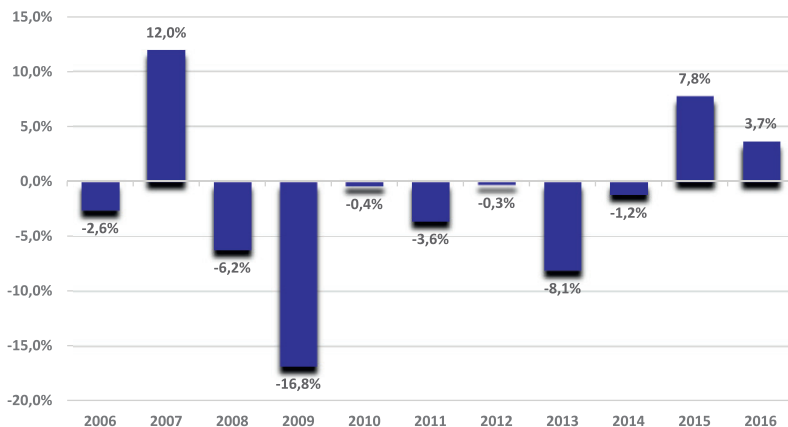
Indeks wartości obrotów punktów handlowych działających w branży meblowej



Źródło: <https://www.statista.com>, 10.07.2018.

Kolejny wykres prezentuje zmiany obrotów firm produkcyjnych działających w branży meblowej w ujęciu rok do roku.

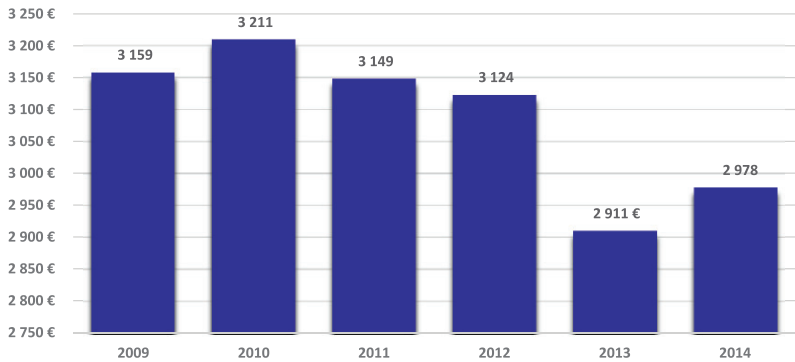
Obroty firm produkcyjnych działających w branży meblowej w ujęciu rok do roku.



Źródło: <https://www.statista.com>, 10.07.2018.

Na uwagę zasługuje również zmiana wartości produkcji mebli w Królestwie Niderlandów.

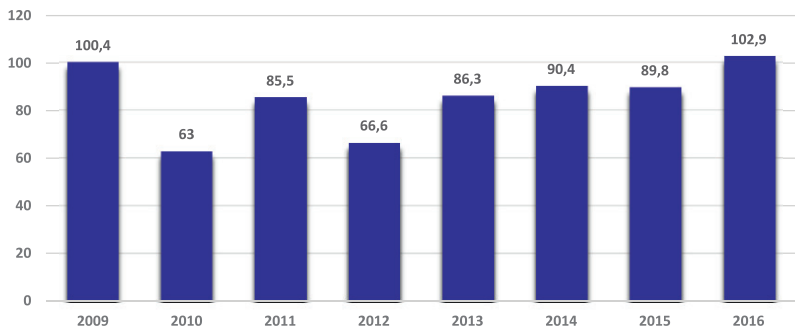
Wartość produkcji sektora meblowego w Królestwie Niderlandów w mln euro



Źródło: <https://www.statista.com>, 11.07.2018.

Poniższy wykres prezentuje wartość inwestycji w sektorze meblowym. Jak widać, również poziom inwestycji dopiero w 2016 roku przewyższył ten z 2009 roku. Może to wskazywać na fakt, że po kryzysie 2008 roku inwestorzy z branży meblowej zaczynają patrzeć w przyszłość z większym optymizmem.

Wartość inwestycji w branży meblowej w mln euro



Źródło: <http://statline.cbs.nl>, 10.07.2018



3. Eksport/Import

Holenderski popyt w branży meblowej jest w większości zaspokajany przez import. Holandia obok Wielkiej Brytanii jest krajem z największym udziałem azjatyckich dostawców w strukturze importu. Import z Azji wzrósł w latach 2011–2016 o 7 pp. Udział Chin w wartości holenderskiego importu wzrósł z ok. 30% w 2011 do 36% obecnie. W tym samym okresie udział krajów Europy Zachodniej spadł z 39% do 27%⁶.

Na szczególną uwagę zasługuje fakt, że najszybciej udział w imporcie zwiększają kraje centralnej i wschodniej Europy. W latach 2011–2016 wzrost ich udziału w imporcie wyniósł ponad 30%⁷.

Poniższa tabela prezentuje listę najistotniejszych kierunków importu wraz z wartością importowanych produktów w cenach producenta:

Wartość importu 10 największych partnerów w cenach produkcji

Kraj	2011 (w mln euro)	2016 (w mln euro)	Udział 2011	Udział 2016	Śr. zmiana w latach 2011–2016 (w %)
Chiny	544,2	673,6	29,6	35,6	4,4
Polska	157,8	246,5	8,6	13,0	9,3
Niemcy	345,8	220,6	18,8	11,7	-8,6
Belgia	233,1	175,5	12,7	9,3	-5,5
Wietnam	66,8	78,9	3,6	4,2	3,4
Indonezja	88,1	71,3	4,8	3,8	-4,2
Rumunia	50,7	54,5	2,8	2,9	1,5
Dania	46,2	46,3	2,5	2,4	0,0
Litwa	37,9	35,0	2,1	1,8	-1,6
Indie	15,1	35,0	0,8	1,8	18,2

Źródło: C. Pisa, G. Taveggia, „Furniture distribution in the Netherlands”, s.5.

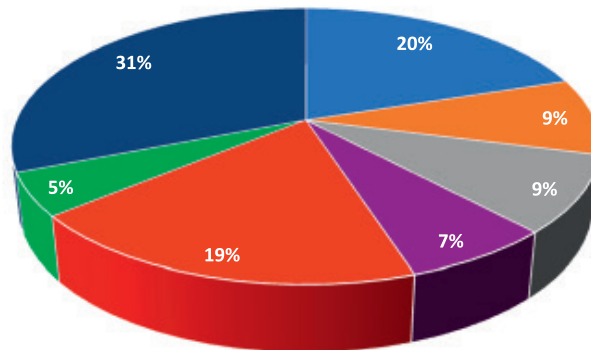
⁶ C. Pisa, G. Taveggia, Furniture distribution in the Netherlands, s. 4.

⁷ C. Pisa, G. Taveggia, Furniture distribution in the Netherlands, s. 5.

Jak pokazują powyższe dane, Polska jest importerem, który całkowicie deklasuje wszystkich pozostałych dostawców pod względem tempa wzrostu wymiany handlowej. W latach 2011–2016 tempo wzrostu importu wyniosło średnio 9%⁸.

Największy udział w imporcie stanowią meble tapicerowane. Szczegółowy udział poszczególnych rodzajów mebli w strukturze importu prezentuje poniższy wykres:

Udział poszczególnych kategorii mebli w strukturze importu



- Meble tapicerowane
- Meble do sypialni
- Meble do jadalni i sypiani
- Materace
- Meble do siedzenia (nietapicerowane)
- Meble kuchenne
- Inne

Źródło: C. Pisa, G. Taveggia, *Furniture distribution in the Netherlands*, s. 7.

Największy udział importu występuje w przypadku nietapicerowanych mebli do siedzenia, mebli do jadalni oraz pokoju dziennego oraz mebli tapicerowanych. Praktycznie 100% popytu na nietapicerowane meble do siedzenia zaspokajanych jest przez import. Część importu jest jednak dalej reeksportowana do sąsiednich krajów UE⁹.

Na uwagę zasługuje fakt, że polscy producenci wypracowali bardzo mocną pozycję w segmencie mebli tapicerowanych, z udziałem aż 28%

⁸ C. Pisa, G. Taveggia, *Furniture distribution in the Netherlands*, s. 5.

⁹ C. Pisa, G. Taveggia, *Furniture distribution in the Netherlands*, s. 7.

w 2016 roku (21% w 2011). W kategorii tej największą konkurencją dla polskich produktów stanowią meble chińskie (z udziałem 44%). Chińscy producenci konkurują jednak głównie ceną oferując produkty bez własnej marki¹⁰.

Znacznie większym rozdrobnieniem struktury importu charakteryzuje się kategoria mebli do jadalni i salonu, gdzie 19% przypada na Chiny, po 12% na Belgię, Wietnam i Indonezję, 11% importu pochodzi z Indii a 8% z Rumunii¹¹.

Najważniejszymi partnerami eksportowymi są dla holenderskich firm są Belgia, Niemcy i Wielka Brytania.

¹⁰ C. Pisa, G. Taveggia, *Furniture distribution in the Netherlands*, s. 7.

¹¹ C. Pisa, G. Taveggia, *Furniture distribution in the Netherlands*, s. 7.



4. Przedsiębiorstwa i rynek pracy

Holenderski sektor meblowy wciąż odbudowuje się po latach kryzysu spowodowanego załamaniem rynku mieszkaniowego. Cały przemysł wyposażenia wnętrz i mebli od 2000 r. zmniejszył się o połowę, podobnie jak liczba miejsc pracy w sektorze. W wyniku kryzysu, który spowodował również wzrost wrażliwości cenowej konsumentów, wzrósł popyt na produkty z Europy Wschodniej oraz Azji. W wyniku zawirowań spowodowanych kryzysem fabryki takie jak Teurlincx i Meijers oraz Bijlsma zostały zmuszone do zakończenia działalności. Mniej wrażliwe na skutki kryzysu okazały się firmy eksportujące za granicę¹².

Holenderski rynek meblowy charakteryzuje się dużym rozdrobnieniem podmiotów produkcyjnych. Prawie 80 procent ogólnej liczby firm można scharakteryzować jako firmy jednoosobowe. Rozdrobnienie nie jest jednak zjawiskiem jednoznacznie negatywnym, sytuacja finansowa przedsiębiorstw działających w sektorze jest stosunkowo dobra. Średnia marża netto wynosi 2,4% (dane za okres 2011-2015). Z drugiej jednak strony osłabienie koniunktury w branży wiąże się zwykle z wysoką stopą bankructw.

Holandia jest jednym z krajów Europy Zachodniej, gdzie wyspecjalizowani sprzedawcy detaliczni mają największy udział w rynku, ok. 90% w 2017 r. W kanale specjalistycznym udział zorganizowanych sieci wzrósł z 54% do prawie 57%, zmniejszając udział dystrybutorów niezależnych. Dystrybutorzy detaliczni działający na rynku holenderskim podjęli znaczne inwestycje w rozwój internetowych kanałów sprzedaży¹³.

Po zmianie siedziby największym przedsiębiorstwem w holenderskiej branży meblowej jest IKEA. Sieć sklepów światowego giganta w branży

¹² <https://fd.nl/frontpage/ondernemen/902469/hollandse-meubelfabrieken-snakken-naar-herstel-van-de-markt>, 8.07.2018.

¹³ C. Pisa, G. Taveggia, *Furniture distribution in the Netherlands*, s. 8.

meblowej liczy 13 punktów. IKEA zatrudnia w Holandii ok. 5 500 osób, a jej obroty sięgają 1 200 mln euro (2017).

Drugim co do wielkości obrotów przedsiębiorstwem w holenderskim sektorze meblowym jest firma De Mandemakers Netherland. Sieć posiada 325 punktów handlowych w Holandii. De Mandemakers specjalizuje się w sprzedaży mebli oraz dodatków. Obroty sieci w Holandii sięgają 731 mln euro (2016). Produkty oferowane przez De Mandemakers plasują się w wyższej średniej grupie cenowej. Sieć obecna jest również w Belgii oraz Niemczech.

Kolejnym dużym graczem w branży meblowej jest firma Leen Bakker. Zajmuje ona trzecie miejsce pod względem obrotów, które w 2017 sięgnęły 259 mln euro. Leen Bakker specjalizuje się w sprzedaży: mebli tapicerowanych, mebli do jadalni i salonu, nietapicerowanych mebli do siedzenia, mebli do sypialni i łazienek, a także wyposażenia biur, mebli ogrodowych oraz materaców.

Czwartą co do wielkości pod względem przychodów siecią jest Beter Bed specjalizująca się w sprzedaży materacy oraz łóżek. Firma posiada 90 sklepów i w 2017 roku wygenerowała obroty na poziomie 125 mln euro. Sieć obecna jest również na rynku belgijskim.

Poniżej znajduje się lista pozostałych dużych graczy działających w branży meblowej:

- Kwantum Netherlands – sieć zajmująca się sprzedażą mebli, sprzętu AGD, dodatków, posiadająca 100 sklepów o obrotach 203 mln euro (2016). Sieć obecna również w Belgii.
- Goossens Wonen&slapen – sieć zajmująca się sprzedażą mebli tapicerowanych, mebli do salonu i jadalni, mebli do sypialni oraz materacy posiadająca 13 sklepów. Obroty 76 mln euro (2014).
- Swiss sense – sieć dystrybuująca materace oraz łóżka, posiadająca 36 sklepów o obrotach 68 mln euro (2014). Sieć posiada również sklepy w Belgii oraz Niemczech.
- Jysk – sieć dystrybuująca meble do kuchni, meble tapicerowane, meble do salonu i jadalni, nietapicerowane meble do siedzenia, meble do sypialni, łazienek, biur oraz materace.

- BeddenREUS – sieć oferuje materace i posiada 33 sklepy i obroty około 12 mln EUR (2016).

W Holandii w branży meblowej funkcjonują również grupy zakupowe. Do największych należą:

- De Internationale Meubelgroep (IMG) – <http://www.i-m-g.nl>
- Der Kreis Netherland – <http://www.derkreis.nl>
- Euretco Wonen – <http://www.euretco.com>
- Garant-Möbel gruppe – <http://www.garant-nederland.nl>
- MHK Netherlands – <http://www.mhk.nl>
- VME Nederland – <http://www.vmeretail.nl>¹⁴

¹⁴ C. Pisa, G. Taveggia, Furniture distribution in the Netherlands, s. 9–20.



5. Inwestycje zagraniczne

Największą Polską spółką z branży meblarskiej obecną na rynku holenderskim jest Nowy Styl. Drożą na rynek holenderski, jaką wybrał Nowy Styl, był zakup niemieckiej spółki Rohde & Grahl, posiadającej oddziały zarówno w Niemczech, jak i Holandii. Rohde & Grahl to marka znana i ceniona na rynku europejskim, w szczególności niemieckim i holenderskim. Oddziały spółki ulokowane na terenie Holandii zajmują się dystrybucją produktów. Od czasu wejścia na rynek holenderski polska spółka z powodzeniem konkuruje z miejscowymi podmiotami. W Holandii będzie jednym z dwóch wyłącznych dostawców umeblowania dla holenderskich ministerstw i agend¹⁵.

¹⁵ <https://www.forbes.pl>, 01.07.2018.



6. Perspektywa rozwoju branży

Czynniki makroekonomiczne nie wywrą w najbliższej przyszłości znacznego pozytywnego wpływu na rozwój branży meblowej. Konsumpcja gospodarstw domowych ma się nieco ożywić po kilku latach stagnacji. Inwestycje w nieruchomości mieszkalne, które po kryzysie roku 2008 notowały nieprzerwane spadki wrócą w 2019 do poziomu z 2007 roku. Dynamika wzrostu wyżej wymienionych inwestycji nieco jednak osłabnie. W 2016 roku liczba wydanych pozwoleń na budowę nieruchomości mieszkalnych wzrosła jedynie o 2,1 %¹⁶.

Mimo że populacja Holandii utrzymuje się na wyrównanym poziomie, odnotować należy wzrost jednoosobowych gospodarstw domowych z 15,4% w 2006 do 18% w 2016. Zjawisko to powinno wywierać wpływ na wzrost popytu na rynku meblowym¹⁷.

Wzrost sektora meblowego prognozuje się w latach 2018 i 2019 na 1%¹⁸.

Część analiz wskazuje, że spadek sprzedaży i przychodów w ostatnich latach może zwiększyć wśród dystrybutorów detalicznych zainteresowanie rynkami wschodnioeuropejskim i azjatyckim. Producenci natomiast zainteresowani będą outsourcingiem, skupiając się na projektowaniu, marketingu i sprzedaży. Podejście to okazało się w przeszłości skuteczne na rynku mebli biurowych.

W poszukiwaniu innowacji producenci mebli starają się również nawiązać współpracę ze start-upami. Wielu młodym firmom udało się wypracować innowacje, które zostały potem wdrożone do produkcji. Dobrym przykładem jest wydrukowane w 3D krzesło Makerchair Hexagon, autorstwa projektanta Jorisa Laarmana.

¹⁶ C. Pisa, G. Taveggia, Furniture distribution in the Netherlands, s. 22.

¹⁷ C. Pisa, G. Taveggia, Furniture distribution in the Netherlands, s. 21.

¹⁸ C. Pisa, G. Taveggia, Furniture distribution in the Netherlands, s. 22.

Trendem wywierającym wpływ na przedsiębiorstwa w branży meblowej jest Quick Response Manufacturing. Metoda produkcji zdobywa coraz większą popularność w dobie rosnącej presji na obniżkę cen. QRM czerpie z Lean, ale metoda ta jest znacznie bardziej nastawiona na dostosowanie do wymagań klienta. QRM skupia się wyłącznie na skróceniu czasu realizacji. Zmienność procesu produkcji może również zapewnić szybkość i bardzo potrzebną adaptację. Pozwala to holenderskim przedsiębiorstwom konkurować elastycznością i większym dostosowaniem do potrzeb w odpowiedzi na oferowane przez konkurencję niższe ceny. QRM wymaga większej integracji łańcucha wartości klienta i dostawcy. Wymaganą synergię znacznie łatwiej osiągnąć przedsiębiorstwom działającym lokalnie niż np. azjatyckim konkurentom. Dzięki wdrożeniu QRM w wybranych przypadkach udało się osiągnąć redukcję czasu realizacji zamówienia o 80%, a redukcja kosztów sięgnęła 25%.

Bardzo istotnym trendem, wywierającym wpływ również na branżę meblową jest wzrost znaczenia gospodarki cyrkularnej. Holendrzy przywiązują ogromną wagę do recyklingu i wykorzystania ekologicznych materiałów. Ekologia i wdrażanie rozwiązań z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym są bardzo istotne, szczególnie w przypadku przetargów publicznych¹⁹.

¹⁹ <https://www.abnamro.com/>, 20.06.2018.



7. Formalno–prawne uwarunkowania wejścia na rynek

Jako członek Unii Europejskiej Holandia zapewnia swobodę przepływu towarów i usług. Królestwo Niderlandów jest krajem niezwykle otwartym dla zagranicznych towarów. Holandia zajęła 32 miejsce w tegorocznej edycji raportu „Doing business” publikowanego przez Bank Światowy²⁰. W kategorii „Wymiana handlowa” Królestwo Niderlandów uplasowało się na 1. miejscu spośród wszystkich analizowanych gospodarek. Holandia zajęła również 1. miejsce pod względem Global Connectedness Index, opracowywanym przez DHL²¹. Jest to jednoznacznym potwierdzeniem, iż rynek holenderski pozbawiony jest barier wejścia, nie istnieją również żadne specyficzne dla branży meblowej uwarunkowania.

Holandia zajęła bardzo wysoką 20. lokatę również w kategorii „Rozpoczynanie działalności”²². Zarejestrowanie firmy powinno zająć nie więcej niż trzy dni, a jego koszt oscyluje w okolicy 2 tys. euro, wliczając w to wynagrodzenie kancelarii notarialnej²³.

Nieco więcej trudności nastroczać może uzyskanie pozwoleń budowlanych (76. miejsce wśród analizowanych gospodarek) oraz podłączenie energii elektrycznej (52 lokata). Również inwestorzy zainteresowani pozyskaniem finansowania w Królestwie Niderlandów muszą przystosować się na utrudnienia. Holandia pod względem łatwości pozyskania kredytu zajęła 105 miejsce²⁴.

²⁰ World Bank Group, „Doing Business 2018”, 2018, s.4.

²¹ PWC, „Doing Business in the Netherlands 2018”, Holandia 2018, s.6.

²² World Bank Group, „Doing Business 2018”, 2018, s.4.

²³ World Bank Group, „Doing Business 2018”, 2018, s.8.

²⁴ World Bank Group, „Doing Business 2018”, 2018, s.4.

Niezwykle istotną kwestią jest również fakt, iż Holendrzy doskonale posługują się językiem angielskim. Ułatwia to znacznie nawiązywanie relacji handlowych oraz realizację czynności administracyjnych.

Jeżeli chodzi o kulturę prowadzenia interesów, Holendrzy wykazują się znacznie bardziej nieformalnym podejściem niż przedstawiciele innych zachodnich nacji czy nawet Amerykanie. Normą jest zwracanie się do siebie po imieniu niezależnie od stanowiska w danej organizacji. Holendrzy są też znani ze swojej bezpośredniości i otwartego wyrażania opinii, taka sama postawa jest mile widziana u ich partnerów. Początkowo może to budzić pewne zdziwienie, lecz takie podejście znacznie ułatwia prowadzenie wspólnych interesów. Szczerość i otwartość, którą cenią sobie Holendrzy w pewien sposób wpływa również na fakt, iż traktują oni obietnice złożone podczas rozmowy na równi ze spisnymi kontraktami. Wszelkie próby ich renegocjacji po uzgodnieniu lub wycofanie się z ustaleń na etapie zawierania formalnej umowy jest źle widziane i może zaszkodzić przyszłym relacjom biznesowym.



8. Aktualne formy pomocy publicznej

Holandia oferuje wiele zachęt dla inwestorów, głównie w postaci przyjaznego systemu podatkowego oraz ulg. Zawarła ponad 100 umów dwustronnych o unikaniu podwójnego opodatkowania. W większości przypadków podatek u źródła od odsetek, dywidend i tantiem został zredukowany do zera.

W przypadku większych inwestycji możliwe jest uzyskanie jednoznacznej interpretacji podatkowej, która daje inwestorowi absolutną pewność co do wysokości przyszłych podatków. Zwiększa to znacznie bezpieczeństwo inwestycji.

Holenderski system podatkowy oferuje ulgi podatkowe przedsiębiorstwom prowadzącym działalność badawczo-rozwojową oraz innowacyjną. Firmy mogą skorzystać z obniżonej 7-procentowej stawki podatku dochodowego dla wartości niematerialnych i prawnych wytworzonych przez holenderskiego płatnika. Firmy realizujące projekty badawczo-rozwojowe mogą również skorzystać z 32% (a start-upy 40%) odliczenia pozapłacowych kosztów pracy pracowników zaangażowanych w działalność badawczo rozwojową²⁵.

²⁵ Netherlands Foreign Investment Agency, *Invest in Holland One of the World's Top Locations for Business*, s.4.



9. Instytucje wsparcia i organizacje branżowe

Poniżej lista organizacji wspierających zagraniczne firmy wchodzące na rynek holenderski:

- **Polska Agencja Inwestycji i Handlu – Zagraniczne Biuro Handlowe w Amsterdamie:**

World Trade Center
Budynek C, 6. piętro
Strawinskylaan 643
1077 XX Amsterdam

- **Netherlands Foreign Investment Agency (investinholland.com):**

Prinses Beatrixlaan 2
2595 AL The Hague
THE NETHERLANDS
T: +31 88 042 1142

- **Netherlands Enterprise Agency (RVO.nl)**

RVO posiada biura w Assen, Den Haag, Deventer, Roermond, Roermond, Utrechtie i Zwolle.

Dane teleadresowe poszczególnych biur dostępne na stronie – www.rvo.nl



I Forum Wsparcia
Polskiego Biznesu za Granicą

www.paih.gov.pl