



Potencjał rynku rolno-spożywczego w Grecji

9 grudnia 2020 r.

Spis treści:

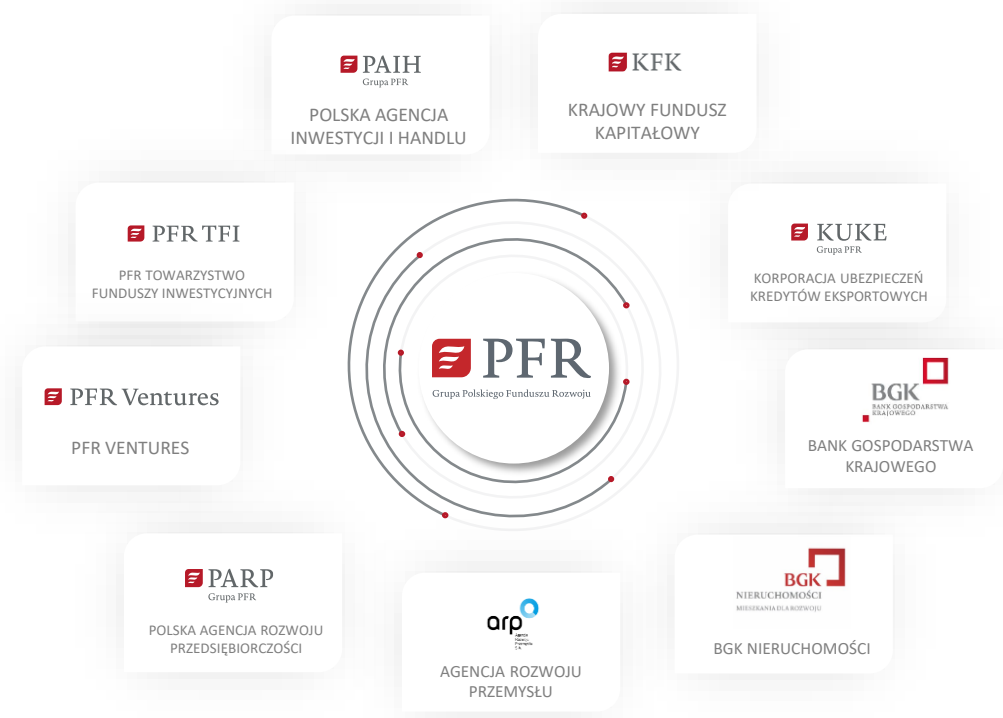
Rozdział 1: O Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu.....	3
Rozdział 2: Ogólne informacje o rynku greckim.....	5
Rozdział 3: Wybrane wskaźniki gospodarcze.....	7
Rozdział 4: Wymiana handlowa Grecji.....	8
Rozdział 5: Wymiana handlowa z Polską.....	11
Rozdział 6: Poszukiwane grupy produktów.....	12
Rozdział 7: E-commerce w pandemii.....	13
Rozdział 8: Zwiększony popyt na mięso drobiowe.....	14
Rozdział 9: Żywność BIO.....	15
Rozdział 10: Mocne i słabe strony rynku.....	17
Rozdział 11: Bariery wejścia na rynek.....	18
Rozdział 12: Targi spożywcze w Grecji.....	20
Rozdział 13: Instytucje otoczenia biznesu.....	22



Rozdział 1: O Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu

Polska Agencja Inwestycji i Handlu (PAIH) jest instytucją doradczą wchodzącą w skład Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju (PFR), punktem pierwszego kontaktu dla eksporterów oraz inwestorów.

Komplementarna oferta grupy PFR



Misją PAIH jest zwiększenie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do kraju oraz zasięgu i dynamiki umiędzynarodowienia polskich przedsiębiorstw. Działamy zarówno w Polsce, jak i poprzez Zagraniczne Biura Handlowe (ZBH).

Oferujemy szybki dostęp do kompleksowej informacji dotyczącej otoczenia gospodarczo-prawnego Państwa projektów biznesowych. Pomagamy również w pokonywaniu procedur administracyjnych dotyczących konkretnych przedsięwzięć, opracowaniu rozwiązań prawnych, znalezieniu odpowiedniej lokalizacji oraz wiarygodnych partnerów i dostawców.

Zapewniamy również dostęp do instrumentów finansowych, w tym ubezpieczeń oferowanych przez instytucje zrzeszone w Grupie Polskiego Funduszu Rozwoju.

Oferta Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu składa się z trzech kluczowych filarów:



Eksport

Wsparcie polskiego eksportu ze szczególnym uwzględnieniem małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP).



Inwestycje

Zwiększanie rodzimych inwestycji w Polsce oraz za granicą. Wsparcie inwestycji zagranicznych na terenie naszego kraju.



Partnerstwo

Współpraca z administracją publiczną oraz instytucjami otoczenia biznesu w realizacji wspólnych projektów.

Gdzie jesteśmy?

Regiony, w których działamy...



Rozdział 2: Ogólne informacje o rynku greckim

Filarem greckiej gospodarki jest turystyka oraz eksploatacja największej na świecie (pod względem wartości jednostek) floty handlowej. Wiodącą rolę w gospodarce odgrywają także sektory usługowe takie jak: transport morski, telekomunikacja, handel, obrót nieruchomościami, bankowość, usługi publiczne, wytwarzające łącznie ok. 80% PKB. Grecki przemysł w głównej mierze koncentruje się na produkcji art. rolno-spożywczych. W mniejszym stopniu funkcjonuje też przemysł obuwniczy, tekstylny, metalowy, chemiczny, cementowy. Rolnictwo to uprawa zbóż (trzecia część powierzchni uprawnej), bawełny, tytoniu, buraków cukrowych, pomidorów, oliwek, winogron, owoców cytrusowych oraz hodowla owiec i bydła.

Oficjalna nazwa:	Republika Grecka
Oficjalny język:	Grecki
Stolica:	Ateny
Powierzchnia:	131 957 km ²
Liczba ludności:	10 768 000
Waluta:	1 euro = 100 eurocentów (EUR, €)
Stawki podatkowe*:	CIT – 24% PIT – 9% (poniżej 10 tys €) PIT – 22% (10 – 20 tys €) PIT – 28% (20 – 30 tys €) PIT – 36% (30 – 40 tys €) PIT – 44% (powyżej 40 tys €) VAT – 24% (stawki obniżone 6%, 13%, 6%)
Strefa czasowa:	UTC +2 (Zima) UTC +3 (Lato)
PKB per capita (PPP):	16,154 €
Eksport:	28.832,0 mln €

* Pełna informacja na stronie: https://publikacje.paih.gov.pl/rynki_zagraniczne/GRECJA_podatki/

Wyjście z kryzysu

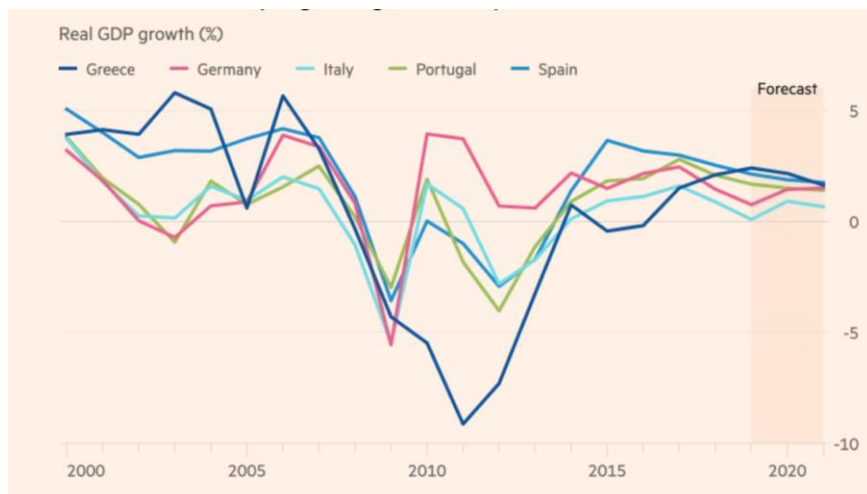
Pod koniec 2016 r. Grecja zaczęła stopniowo informować o wychodzeniu z kryzysu gospodarczego, zaznaczając, iż deficyty zostały wyeliminowane, a gospodarka znajduje się nareszcie w punkcie zwrotnym. Od tego czasu sytuacja gospodarcza kraju stale się poprawia. Szacunki na rok 2020 były pozytywne. Grecka gospodarka, która coraz lepiej radziła sobie z brakiem stabilizacji makroekonomicznej i fiskalnej spowodowanej kryzysem poprzednich lat, planowała nareszcie przyspieszyć tempa w kierunku trwałego wzrostu. Prognozowano przyspieszenie wzrostu realnego PKB w 2020 r. Przeprowadzono istotne reformy mające na celu poprawę klimatu biznesowego i odblokowanie prywatnych inwestycji. Oczekuje się, że reformy przyniosą efekty, ale należy je kontynuować w celu długotrwałej poprawy klimatu inwestycyjnego. Grecja pomyślnie przywróciła równowagę budżetową i ma ją utrzymać w ciągu następnych lat.

Saldo obrotów bieżących jest nadwyżkowe od 2016 r., a saldo pierwotne (tj. saldo ogólne z wyłączeniem płatności odsetkowych) zostało przekroczone po raz czwarty z rzędu w 2018 r. W nadchodzących latach każda nadwyżka finansowa powinna zapewnić możliwość przyjęcia reform, aby finanse publiczne były bardziej przyjazne dla wzrostu (takie jak środki już uchwalone na rok 2020 w celu poszerzenia podstaw podatkowych przy jednoczesnym obniżeniu stawek podatkowych dla przedsiębiorstw i pracowników).

Wzmocnienie inwestycji będzie miało kluczowe znaczenie dla długoterminowego wzrostu. Obszary priorytetowe dla inwestycji sektora publicznego i prywatnego obejmują dziedziny takie jak: transport i logistyka; zrównoważona regeneracja obszarów miejskich i obszarów mniej atrakcyjnych; efektywność energetyczna i infrastruktura; ochrona środowiska; technologie cyfrowe, zatrudnienie, edukacja i szkolenia, sprawy społeczne, zdrowie oraz badania i rozwój, głównie poprzez rozwój strategii inteligentnej specjalizacji w takich sektorach jak przemysł rolno-spożywczy i turystyka.

Rozdział 3: Wybrane wskaźniki gospodarcze

Wzrost PKB w ostatnich latach*1:



Według informacji Międzynarodowego Funduszu Walutowego Grecja znajduje się na 52 miejscu na świecie, a 19 w Europie pod względem poziomu nominalnego PKB.

Główne wskaźniki ekonomiczne Grecji podczas pandemii*2:

- **Inflacja:** -2 (wrzesień br. w porównaniu do września 2019),
- **PKB:** -15,2 (2Q br. w porównaniu do 2Q 2019 roku) / dane tymczasowe),
- **Bezrobocie:** 16,8 (lipiec br.),
- **Eksport:** -14,2 (sierpień br. w porównaniu do sierpnia 2019),
- **Handel detaliczny / volume index:** -3,1 (lipiec br. w porównaniu do lipca 2019).

W okresie od stycznia do sierpnia br. łączna wartość greckiego importu wyniosła 31.558,6 mln EUR w porównaniu do 37.149,7 mln EUR tego samego okresu roku ubiegłego (spadek o 15,1%). łączna wartość eksportu wyniosła 19.782,6 mln EUR w porównaniu do 22.461,9 mln EUR w analogicznym okresie roku poprzedniego (spadek o 11,9%)

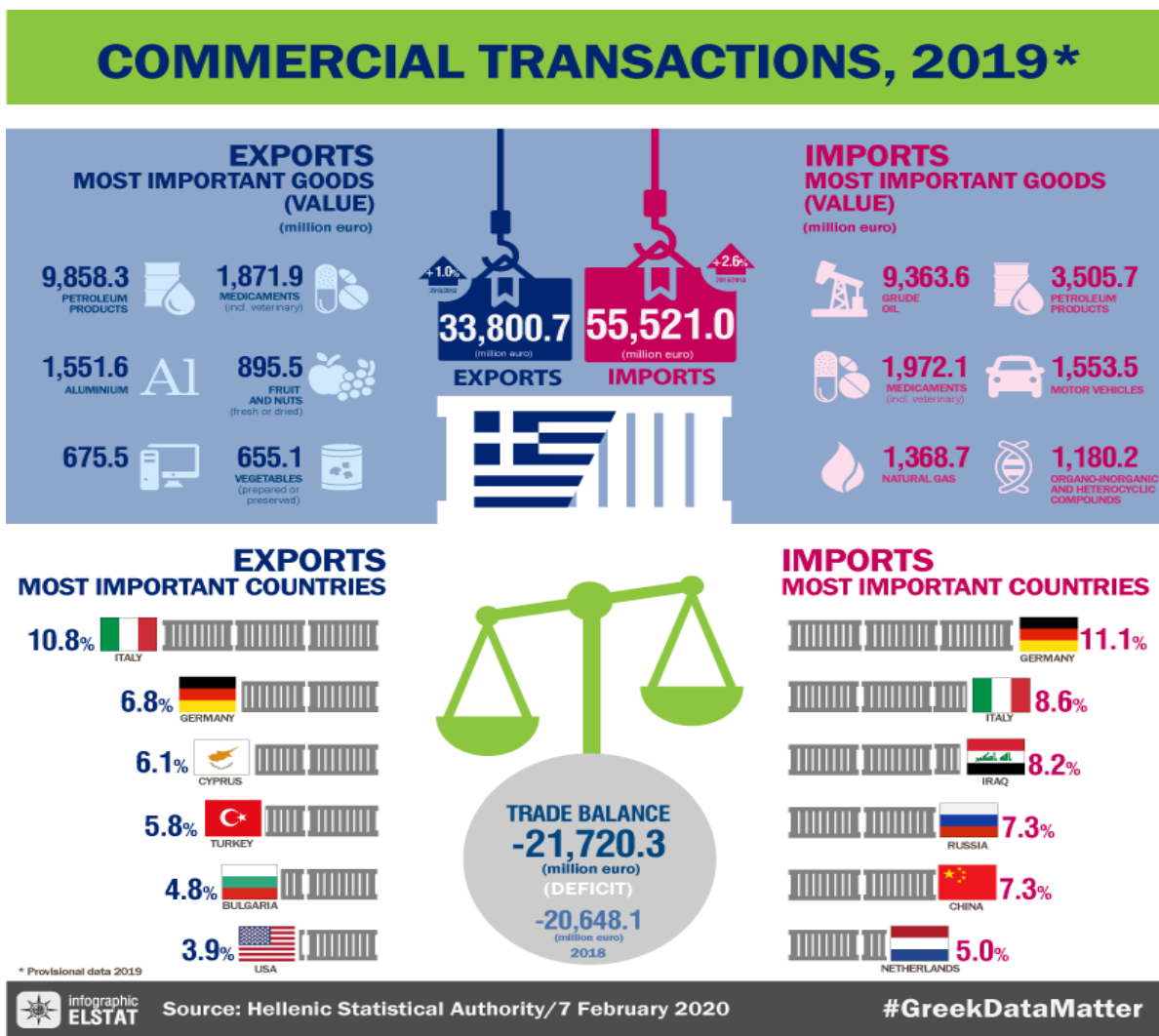
Źródło: *1 Wykres: Międzynarodowy Fundusz Walutowy
*2 Grecki Urząd Statystyczny ELSTAT

Rozdział 4: Wymiana handlowa Grecji

Struktura konsumpcji w Grecji w dużej części oparta jest na imporcie, który w 2019 roku wyniósł 55.521 mln EUR. Głównymi produktami importowymi przez Grecję są:

- ropa naftowa i produkty naftowe,
- leki,
- pojazdy silnikowe,
- gaz ziemny.

Transakcje handlowe w 2019 r.:



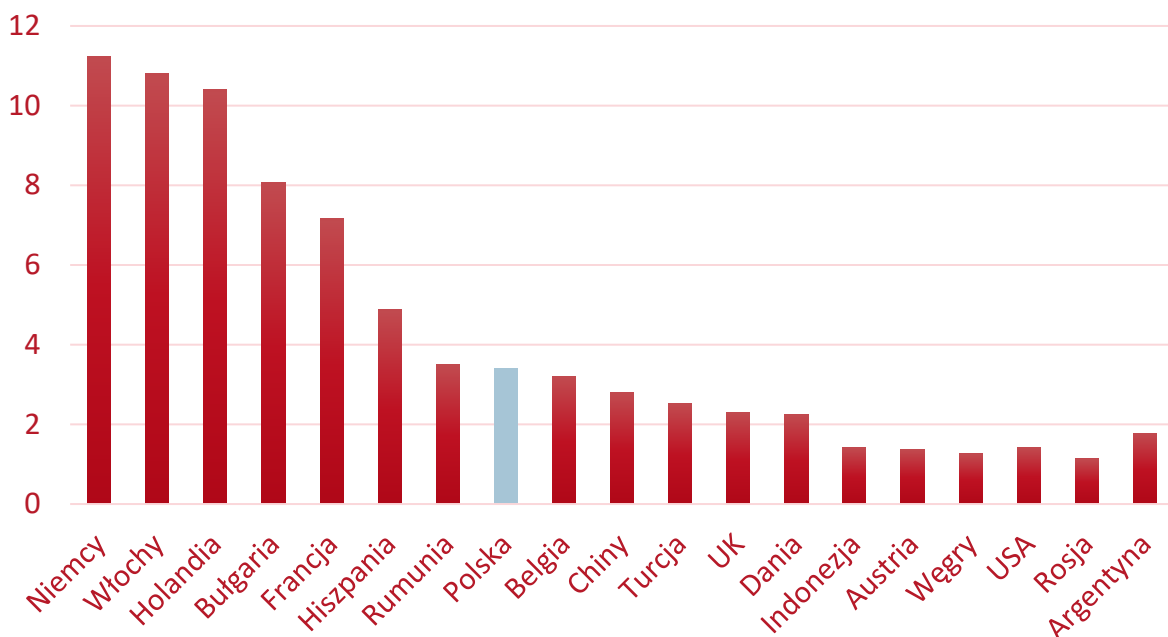
Najwięcej produktów Grecja importuje z Niemiec, Włoch, Iraku, Rosji, Chin i Holandii.

Źródło: Elstat.gr

Branża rolno-spożywcza

Najważniejszymi importerami Grecji są państwa takie jak, Niemcy, Włochy, Holandia, Bułgaria i Francja. W roku 2018, Polska znalazła się aż na ósmym miejscu w rankingu największych importerów sektora rolno-spożywczego w Grecji, jednak polski eksport do Grecji stanowił 3,41% całego importu do Grecji.

Procentowa wartość importu produktów rolno-spożywczych z podziałem na kontynenty:



Wysoki poziom importu z Unii Europejskiej jest w pełni uzasadniony, nie tylko z powodu stosunkowo niewielkiej odległości, która powiązana jest z szybszym i bezproblemowym transportem, ale również z powodu wspólnych regulacji prawnych.

W Grecji ramy regulacyjne dotyczące żywności i napojów opierają się na rozporządzeniach i dyrektywach UE, które są wdrażane za pomocą krajowych przepisów, a mianowicie decyzji ministerialnych i dekretów prezydenckich. Przepisy dotyczące poszczególnych krajów mają zastosowanie w przypadkach, w których prawo UE jest niekompletne lub nieobecne, lub zezwala państwom członkowskim na dokonanie wyjątków.

Źródło: Atlas.cid.harvard.edu

Najważniejsze greckie urzędy kontroli jakości żywności

Do najważniejszych greckich jednostek odpowiedzialnych za kwestie regulacji produktów rolno-spożywczych zaliczyć można:

- Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii Obszarów Wiejskich i Żywności,
- Ministerstwo Zdrowia
- Ministerstwo Gospodarki i Rozwoju.

Bezpieczeństwo żywności i ochrona konsumentów to główny obowiązek Urzędu Kontroli Żywności („ΕΦΕΤ”), który jest nadzorowany przez Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii Obszarów Wiejskich i Żywności oraz wyznaczony jako punkt kontaktowy dla europejskich władz ds. Żywności i Komisji Kodeksu Żywnościowego. Kontrole sanitarne przeprowadzane są głównie przez Regionalne Dyrekcje Kontroli Higieny.

Innym ważnym autorytetem jest Państwowe Laboratorium Chemiczne (Γ.Χ.), założone w 1929 r. przez Ministerstwo Finansów. Posiada szerokie spektrum działań, takich jak przeprowadzanie prób i testów laboratoryjnych na różnych produktach spożywczych, w tym napojach alkoholowych, udzielanie zezwoleń dla nowych, funkcjonalnych produktów spożywczych i oferujących wsparcie naukowo-techniczne innym organom.

Ponadto w Grecji funkcjonuje Najwyższa Rada Chemiczna (Α.Χ.Σ.), organ Ogólnego Państwowego Laboratorium Chemicznego, odpowiedzialny za prace legislacyjne w zakresie składu żywności i dystrybucji żywności. Warto wspomnieć również o Krajowej Organizacji ds. Leków („ΕΟΦ”), która jest jedyną kompetentną w zakresie suplementów diety i żywności dietetycznej.

Rozdział 5: Wymiana handlowa z Polską

Analiza struktury towarów w wymianie handlowej Grecji z Polską wskazuje, że w wielu kategoriach produktowych wymiana ma charakter komplementarny. Dominuje żywność i zwierzęta żywe, wyroby przemysłowe, chemikalia.

W 2019 r. nastąpił wzrost polskiego eksportu do Grecji o ok 11%.

ROK	Eksport (do Grecji) w mln EUR	Import (z Grecji) w mln EUR
2018	876,3	505,2
2019	971,7	460,7

Obroty towarowe Polski z Grecją w rozbiciu na sekcje towarowe (branża rolno-spożywcza):

Nr.	Nazwa	Eksport mln EUR	Dynamika eksportu (w %)	Import mln EUR	Dynamika importu (w %)
1	Zwierzęta żywe i produkty pochodzenia zwierzęcego	10,1	20,4	12,0	5,6
2	Produkty pochodzenia roślinnego	36,0	-13,4	82,3	-8,7
3	Tłuszcze i oleje	6,3	112,1	6,7	176,4
4	Art. spożywcze, napoje alkoholowe i bezalkoholowe, tytoń	123,9	8,9	50,1	-3,2

Źródło: „Kompedium wiedzy o handlu zagranicznym Polski” PFR

Rozdział 6: Poszukiwane grupy produktów

Dużą szansą dla polskiego eksportu jest rynek produktów rolno-spożywczych oraz asortyment HORECA. Udział polskiego eksportu do Grecji w tym sektorze systematycznie wzrasta.

Grecki rynek żywności i napojów oraz przemysł gastronomiczny są najszybciej rozwijającym się w całym basenie Morza Śródziemnego. Występuje tu niewątpliwie związek z turystyką, dlatego asortyment HORECA, dotyczący wyposażenia hoteli i restauracji to szansa dla polskiego eksportu. Grecja posiada 40 tys. obiektów zakwaterowania, 6,5 tys. firm, importerów i dystrybutorów, 4 tys. oddziałów w posiadaniu 30 sieci supermarketów, 4,5 tys. pojedynczych supermarketów, 30 tys. minimarketów, 65 tys. firm cateringowych, 25 tys. lokali gastronomicznych Snack Café. Prognozy są bardzo optymistyczne. Liczba przyjazdów turystycznych w Grecji w 2019 r. przekroczyła 30 mln.

Perspektywiczne branże

Do najbardziej perspektywicznych branż i towarów dla polskiego eksportu na rynku greckim zaliczyć można:

- produkty rolno-spożywcze,
- mięso, głównie wołowe i cielęcina,
- przetwory z mięsa oraz bydło,
- przetwory spożywcze zawierające kakao,
- grzyby, głównie pieczarki,
- cukier i wyroby cukiernicze,
- tytoń i wyroby tytoniowe,
- mleko i przetwory mleczne,
- przetwory zbożowe.

Źródło: Przewodnik eksportera po rynku greckim 2018
Opracowanie własne

Rozdział 7: E-commerce w pandemii

Grecki sektor e-commerce z dnia na dzień rośnie w sile, czego przykładem jest ilość zamówień zrealizowanych przez supermarkety online. W marcu br. zamówienia elektroniczne wzrosły o 307%, podczas gdy najbardziej owocnym w liczbę zamówień był okres od 16 do 24 marca, kiedy to natężenie transakcji wzrosło aż o 501%, a odsetek zakupów online w stosunku do całkowitego obrotu sektora detalicznego powiększył się ponad czterokrotnie. Według badań Convert Group już w chwili obecnej elektroniczny rynek spożywczy w Grecji zrealizował swoje pięcioletnie cele sprzedażowe, tym samym odnotowując największy w swojej historii wzrost sprzedaży. W rzeczywistości skala zamówień online jest jeszcze wyższa, wszak do powyższych statystyk nie wliczane są zamówienia telefoniczne. W ujęciu kwartalnym, supermarkety online odnotowały ponad 26% wzrost ruchu. W styczniu ilość zamówień online wzrosła o 3%, w lutym o 6% a w marcu o 61%. Średnia wartość zakupów przypadających na jednego konsumenta wzrosła o 11%, kształtując się na poziomie 101 EUR.

Najwyższą sprzedaż odnotowały:

- mąka (+1,234%),
- ryż i rośliny strączkowe (+614%),
- kosmetyki +(540%),
- makaron (+509%),
- artykuły higieniczno-sanitarne, takie jak rękawiczki, maseczki itp.+(468%),
- konserwy (+447%),
- mrożone owoce i warzywa (+436%),
- mrożone dania gotowe typu pizza (+431%),
- ręczniki kuchenne (+427%),
- produkty świeże (+30%).

Źródło: www.convertgroup.com

Rozdział 8: Zwiększony popyt na mięso drobiowe

W ostatnich latach samowystarczalność hodowli drobiu w Grecji sięga ok. 70%, podczas gdy w latach 90' liczba ta wynosiła aż ok. 95% całości popytu. Zmiana uwarunkowana jest w głównej mierze wzrastającą tendencją Greków do wprowadzania zdrowej diety.

W greckim sektorze drobiarskim funkcjonuje obecnie ok. 45-50 przedsiębiorstw, a ok. 2 tys. rolników zajmuje się hodowlą drobiu współpracując ze zorganizowanymi przedsiębiorstwami. Grecka hodowla drobiu koncentruje się w 45% w rejonie Epiru, 27% w Grecji Środkowej, a 18% w Macedonii i Tracji. Szacuje się, że w ostatnich latach grecka produkcja mięsa drobiowego wyniosła 220-250 tysięcy ton, czyli ok. 120 milionów kurcząt. Według danych Eurostatu w roku 2018 Grecja wyprodukowała ok. 219 tys. ton mięsa drobiowego, podczas gdy całkowita produkcja mięsa drobiowego w UE zanotowała rekordowy poziom sięgający 15,2 miliona ton. Zgodnie z informacjami, całość importowanego mięsa drobiowego w UE pochodzi z pięciu państw członkowskich:

- Polski (16,8%),
- Wielkiej Brytanii (12,9%),
- Francji (11,4%),
- Hiszpanii (10,7%)
- Włoch (8, 5%).

Szacuje się, że zużycie kurczaka w przeliczeniu na jednego mieszkańca Grecji wynosi ok. 24 kg, podczas gdy średnia na poziomie europejskim wynosi 28 kg. Informacje podają, że w ramach zaspokojenia popytu krajowego, do Grecji importuje się średnio około 80-90 tysięcy ton kurczaka. Praktycznie całość importu pochodzi z Bułgarii, Włoch, Rumunii, Polski i Holandii. Około 90% mięsa drobiowego pochodzącego z importu kierowana jest do restauracji i hoteli, jak i niektórych gałęzi przemysłu przetwórczego i produkcyjnego.

Rozdział 9: Żywność BIO

Charakterystyka rynku BIO

- Większość zapotrzebowania (około 60%) pokrywa importowana żywność ekologiczna;
- Sklepy BIO odpowiadają za około 50% krajowej sprzedaży detalicznej produktów ekologicznych;
- Udział supermarketów w sprzedaży produktów BIO kształtuje się na poziomie 45%;
- 5% sprzedaży pochodzi z targów organicznych.

W odpowiedzi na zwiększone zapotrzebowanie dotyczące produktów ekologicznych (BIO) powstaje w Grecji coraz więcej punktów sprzedaży oferujących produkty ww. kategorii. W efekcie czego, sektor produktów ekologicznych można określić, jako jeden z obecnie szybciej rozwijających się.

Greckie sklepy organiczne oferują nie tylko produkty stricte BIO, ale również szereg kategorii produktowych, takich jak produkty wegańskie czy bezglutenowe. Asortyment sklepów BIO składa się nie tylko z produktów spożywczych, ale także kosmetyków, suvenirów i produktów premium.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych ELSTAT

Bio Festival, greckie targi produktów BIO

Imprezy wystawiennicze oraz kontakt interpersonalny między partnerami biznesowymi w Grecji jest niezwykle istotny, dlatego w 2019 r zorganizowano pierwsze targi BIO.

Zgodnie z informacjami, nowa edycja targów Bio Festival planowana jest w terminie 7-9 maja 2021 roku.



Dzięki znaczącej liczbie czołowych firm produkcyjnych i dostawczych z sektora produktów ekologicznych i naturalnych, unowocześnionych struktur organizacyjnych i jeszcze bogatszym wydarzeniom równoległym, targi będą najważniejszym wydarzeniem branżowym i punktem odniesienia dla produktów ekologicznych i eko życia w tym kraju.

Tysiące profesjonalistów i szerokie grono konsumentów, poszukujących nowego zdrowego stylu życia, będzie mogło nawiązać kontakt z wiodącymi firmami, mniejszymi producentami i sklepami detalicznymi, których produkty są certyfikowane jako ekologiczne. Festiwal skierowany także do konsumentów, którzy będą mieli możliwość uzyskania informacji, ale także zakupu produktów ekologicznych i naturalnych. Zarówno konsumenci, którzy włączyli już produkty ekologiczne do swojej diety i życia codziennego i wiedzą dokładnie, czego szukają, jak i ci, którzy chcą po raz pierwszy wprowadzić zdrowszą i bardziej alternatywną dietę, będą mieli okazję odkryć szeroką gamę produktów, wypróbować je i dokonać zakupów.

Rozdział 10: Mocne i słabe strony rynku

Rozpatrując mocne i słabe strony rynku należy wziąć pod uwagę, iż Grecja to nie tylko ok. 11 mln mieszkańców, ale także 30 mln turystów rocznie. Jednym z największych plusów pod względem biznesowym jest fakt, iż Grecja posiada znikomą produkcję własną, w związku z czym importuje duże ilości produktów. Stale zwiększająca się liczba turystów jest szansą dla polskich producentów branży HORECA.

Mocne strony rynku:

- duży importer,
- stale wzrastająca liczba turystów,
- najszybciej rozwijający się rynek HORECA w basenie Morza Śródziemnego,
- wzrost polskiego eksportu o 112% w ostatnich pięciu latach,
- państwo UE / Swobodny dostęp do rynku,
- ustawa 4 i 46/2013 stwarzająca przyjazne środowisko dla inwestycji strategicznych i prywatnych,
- ulga podatkowa dla cudzoziemców przy zakupie nieruchomości o wartości pow. 250 tys. EUR,
- przyspieszenie procedur licencjonowania kwalifikujących się do inwestycji w wybranych sektorach.

Słabe strony rynku:

- rozbudowane procedury administracyjne, niemające charakteru dyskryminującego,
- zezwolenia, koncesje, licencje,
- skomplikowane procesy przetargowe (dostępne tylko w j. greckim),
- przywiązanie Greków do marek własnych.

Źródło: Opracowanie własne

Rozdział 11: Bariery wejścia na rynek

- **liczne koncesje, zezwolenia** - W Grecji nie istnieje ogólny akt prawny, w którym byłyby określone rodzaje koncesjonowanej działalności gospodarczej. Wszelkie unormowania w tym zakresie znajdują się w rozproszonych, odrębnych przepisach. Przed podjęciem jakiegokolwiek działalności należy zaczerpnąć informacji w Izbach, Ministerstwach, Urzędzie Miasta lub Urzędzie Regionu. Strony urzędów są zazwyczaj tylko w j. greckim.
- **czasochłonne procesy administracyjne (np. rejestracja, wydawanie zezwoleń)** - GEMI (podmiot rejestracji gospodarczej) odpowiada za digitalizację i zautomatyzowanie procedur rejestracji i monitorowania przedsiębiorstw gospodarczych. Proces rejestracji online jest stosunkowo prosty, firmy zagraniczne mogą go używać, jednak proces rejestracji jest obecnie dostępny tylko w języku greckim. Generalnie, firma musi zarejestrować się w izbie handlowej, rejestrze podatkowym, IKA (ubezpieczenia społeczne) i lokalnym samorządzie. Tworzenie firmy bez notariusza można wykonać w konkretnych przypadkach (małe/1-osobowe przedsiębiorstwa itp.). W celu utworzenia większych firm notariusz jest obowiązkowy.
- **bariery pozyskania informacji know-how** - Ograniczona liczba konkretnych i przejrzystych informacji dot. procesów oraz instrumentów wsparcia ze strony instytucji publicznych. Wielokrotnie brak informacji w j. angielskim.
- **niespójne przepisy i zmienne regulacje podatkowe oraz składki ubezpieczeniowe dla przedsiębiorców utrudniające planowanie strategiczne** - Brak możliwości prognozy podatkowej dla przedsiębiorców (częste zmiany w systemie podatkowym). Grecja ma jedną z najwyższych stawek podatkowych w Europie - stawka podatku dochodowego od osób prawnych (CIT) to 24 %.

- **złożony proces uczestnictwa przedsiębiorstw w przetargach publicznych** - Skomplikowany proces zgłoszenia, udziału oraz przedłużające się terminy.

Grecja, mając świadomość istniejących barier, stopniowo likwiduje utrudnienia. W roku 2010 został podpisany Protokół Ustaleń dot. Polityki Gospodarczej i Finansowej (Protokół Współpracy), który stwierdza, że „grecki rząd powinien przyjąć przyjazny dla biznesu plan działania. Przedstawiony został harmonogram dot. zniesienia 30 najbardziej znaczących ograniczeń dla biznesu, inwestycji i innowacji”. Plan ten podkreśla potrzebę stałej współpracy i skutecznych działań w celu usunięcia barier. Protokół zawiera między innymi działania takie jak: uproszczenie procesu rejestracji działalności gospodarczej, aktywację ustawy o obszarze działalności gospodarczej, zniesienie obowiązku rejestracji w rejestrze eksporterów jako warunek przyznania certificate of origin, transfer działalności gospodarczej, możliwość przeprowadzania operacji celnych przez firmy certyfikowane do tej procedury itp.

Przykłady zachodzących zmian:

- W lipcu ubiegłego roku został uruchomiony portal umożliwiający szybką rejestrację firm on-line. Na moment obecny proces dostępny jest już dla wszystkich form prawnych przedsiębiorstw;
- Nowa ustawa dot. spółek akcyjnych mająca na celu przyspieszenie rejestracji operacji korporacyjnych o ok 80%;
- Przekształcenia korporacyjne: przepisy pięciu obowiązujących ustaw zostały skodyfikowane, ulepszone i skonsolidowane w jednym prawie.

Rozdział 12: Targi spożywcze w Grecji



Największe międzynarodowe targi żywności i napojów w Grecji i wiodąca wystawa tego typu w Europie Południowo-Wschodniej. 6-9.03.2021
<https://foodexpo.gr/>



Największe międzynarodowe targi zaopatrzenia i wyposażenia firm hotelarskich i gastronomicznych i w Europie Południowo-Wschodniej. 17-21.04.2021
<https://horecaexpo.gr/>



Targi produktów BIO, festiwal skierowany jest do klientów b2c, jak i detalistów 7-9.05.2021
<https://biofestival.gr/>



Najważniejsze targi sektora piekarniczego i cukierniczego. 13-16.11.2021
<https://www.artoza.com/>



Targi ukierunkowane są na technologie produkcji, pakowania i obsługi żywności i napojów 13-16.11.2021
<https://foodtech.gr/>



Najważniejsze targi branży mięsnej

02.10.2021 - 04.10.2021

<https://www.meatdays.gr/>



Największe targi branży mleczarskiej

02.10.2021 - 04.10.2021

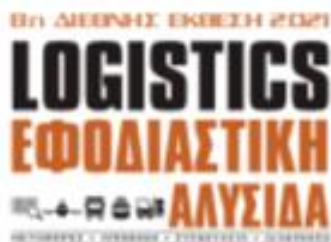
<https://dairyexpo.gr/>



Targi produktów mrożonych

02.10.2021 - 04.10.2021

<https://www.frozenfoodexpo.gr/>



Targi logistics

02.10.2021 - 04.10.2021

<https://www.supplychainexpo.gr/en/>



Najważniejsze targi branży rolniczej

31.01 - 02.02.2021

<https://agrotica.helexpo.gr/>



Największe targi gospodarstwa domowego

30.09 - 03.10.2021

<https://zootechnia.helexpo.gr/>

Rozdział 13: Instytucje otoczenia biznesu

W Grecji istnieje obowiązek zrzeszania się w izbach przemysłowo-handlowych dla podmiotów gospodarczych. Niektóre z nich liczą kilkanaście tysięcy członków. Organizacje te są bardzo ważnym ogniwem łączącym biznes.

Dla polskich przedsiębiorców najważniejszą rolę odgrywają dwie organizacje, z którymi współpracuje ZBH Ateny:

- **Grecko - Polska Izba Przemysłowo Handlowa z siedzibą w Salonikach** - wymiana informacji, współudział w wydarzeniach organizowanych przez Izbę, jak i w imprezach targowych organizowanych przez ZBH.

<https://www.greekpolish.org/współpracujące-izby-polska>

- **Polsko - Grecka Izba Przemysłowo Handlowa z siedzibą w Warszawie** - stała wymiana informacji, seminaria dla przedsiębiorców zrzeszonych w Izbie.

<https://pgizba.pl>

Listę wraz z kontaktami do greckich Izb gospodarczych regionalnych znajdują Państwo jako [załącznik do przewodnika](#).

ZASTRZEŻENIE

Powyższy materiał jest chroniony prawami autorskimi, które przysługują Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. („PAIH”) i można go wykorzystywać w sposób dozwolony przez przepisy ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz. U. z 2019, poz. 1231), ale jedynie w celach niekomercyjnych (tj. na użytek własny). Nie jest dozwolone komercyjne wykorzystanie przekazywanych treści. Ponadto, materiał ten można wykorzystać, jeżeli przepisy lub zgoda uprawnionego zakładają, że wykorzystanie w celach niekomercyjnych nie wymaga pozwolenia ze strony uprawnionego. Dla innych sposobów wykorzystania materiału niezbędne jest uzyskanie pozwolenia od uprawnionego z tytułu autorskich praw majątkowych. PAIH nie ponosi odpowiedzialności z tytułu jakiegokolwiek szkody bezpośredniej lub pośredniej jakiegokolwiek rodzaju, w tym szkody za utratę zysków, wynikłej z całkowitego lub częściowego wykorzystania informacji udostępnionych przez PAIH w niniejszym materiale. W związku z tym, każdy odbiorca tych informacji powinien sprawdzić przydatność i poprawność wyżej wymienionych informacji zgodnie z ich przeznaczeniem i korzystać z tych informacji na własną odpowiedzialność. PAIH oraz jej pracownicy nie ponoszą w żadnym wypadku odpowiedzialności za jakąkolwiek decyzję lub działanie podjęte w oparciu o wyżej wymienione informacje, ani za jakiegokolwiek konsekwencje wynikające z decyzji podjętych w oparciu o te informacje.

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

ul. Krucza 50
00-025 Warszawa

NIP: 526-030-01-67

KRS: 0000109815

Kontakt:

Serwis PAIH24: +48 22 334 99 55

Kontakt PAIH24: paih24@paih.gov.pl



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

