



Rynek HORECA w Grecji

22 marca 2021 r.

Spis treści:

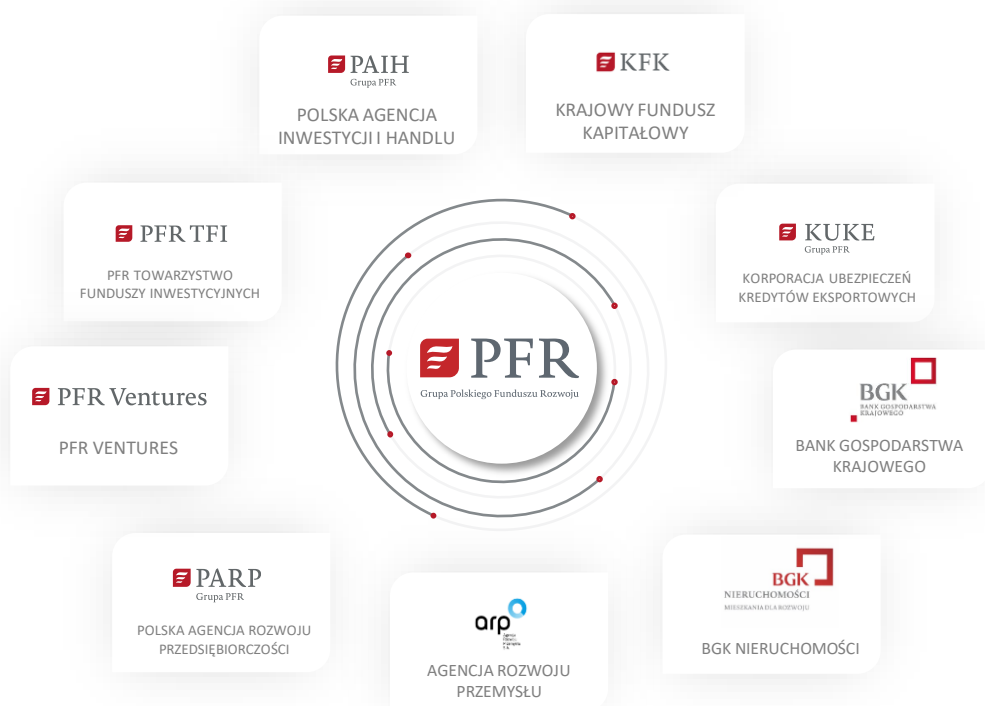
Rozdział 1: O Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu.....	3
Rozdział 2: Ogólne informacje o greckim rynku.....	5
Rozdział 3: Podsektor HORECA jako główna składowa sektora turystycznego.....	7
Rozdział 4: Inwestycje w hotele i obiekty noclegowe turystyki.....	10
Rozdział 5: Branże wchodzące w skład sektora HORECA.....	11
Rozdział 6: Nowe kierunki - Specjalne diety konsumentów.....	13
Rozdział 7: Główne zrzeszenia i organizacje branżowe.....	14
Rozdział 8: Najważniejsze targi dla branży HORECA.....	15
Rozdział 9: Mocne i słabe strony rynku.....	18
Rozdział 10: Bariery wejścia na rynek.....	19



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 greckim rynku

Filarem greckiej gospodarki jest turystyka i 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 jak i 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%)
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/

Pod koniec 2016 roku 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 roku. 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 roku, a saldo pierwotne (tj. saldo ogólne z wyłączeniem płatności odsetkowych) zostało przekroczone po raz czwarty z rzędu w 2018 roku. 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: Podsektor HORECA jako główna składowa sektora turystycznego

Turystyka, w przeciwieństwie do działalności produkcyjnej, jest działaniem horyzontalnym, a nie pionowym. Oznacza to, że turystyka jest działalnością, która generuje zapotrzebowanie na produkty i usługi, podczas gdy działalność produkcyjna lub działalność w sektorze pierwotnym są związane z produkcją i dostawami. Na przykład sektor metalurgiczny składa się z firm produkujących wyroby metalowe, a sektor zbóż z przedsiębiorstw rolnych, które produkują zboża. Natomiast, działalność turystyczna wpływa na wiele sektorów gospodarki, takich jak transport (np. podróż samolotem i przejazd autobusem), zakwaterowanie (w hotelu lub w innym miejscu), wyżywienie (w restauracjach lub barach na terenie lub poza obiektem zakwaterowania) rozrywka (w tym wizyty na stronach internetowych) oraz zakupy w sklepach.

Sektor HORECA oznacza określenie łączne sektorów hotelarskiego oraz gastronomicznego (ang. Hotel, Restaurant, Catering/Café) i jest w wysokim stopniu składową sektora turystycznego. Asortyment dostaw do



sektora HORECA dotyczy niemal wszystkich branż. Dlatego turystyka jest działalnością, która - w każdym przypadku - dotyczy wielu różnych części tkanki społecznej i produkcyjnej kraju. Branża hoteli, restauracji i kawiarni (HORECA) jest obecnie prawdopodobnie najbardziej dynamicznym sektorem gastronomicznym na świecie.

Przewaga Grecji na tle innych destynacji turystycznych:

- **Wartość marki** - Grecja ma kilka miejsc docelowych, które należą do podstawowych preferencji turystów na całym świecie i są uznawane na całym świecie za atrakcyjne wakacyjne.
- **Geografia i krajobraz** - od mnóstwa słonecznych wysp i plaż po zaśnieżone szczyty i lasy, Grecja oferuje nieograniczoną różnorodność atrakcyjnych miejsc na całoroczne wakacje.
- **Historia i kultura** - ponad cztery tysiące lat udokumentowanej historii oraz mnóstwo muzeów i miejsc, w których można zobaczyć zmieniającą się historię.
- **Ustanowiona infrastruktura** - ponad 800 000 łóżek hotelowych, ponad 500 obiektów konferencyjnych, ponad 8 000 jachtów, bezpośrednie połączenia lotnicze z głównych europejskich portów lotniczych do wielu miejsc docelowych.

Grecja zajmuje 25 miejsce na 140 krajów w indeksie konkurencyjności podróży i turystyki Światowego Forum Ekonomicznego (WEF) 2019. Ponadto, pod względem wskaźników indywidualnych, Grecja zajmuje 13 miejsce pod względem zdrowia

i higieny, 18 pod względem infrastruktury transportu lotniczego i 18 pod względem infrastruktury usług turystycznych.



10.050



HOTELE

305



**POLA
KOMPINGOWE**

457.035



POKOJE

897.937



ŁÓŻKA

Turystyka zawsze była źródłem znacznych dochodów w Grecji, wspomagana przez wspaniałą pogodę, różnorodność pięknych wysp i plaż oraz tradycyjną infrastrukturę hotelową. Obecnie Grecja unowocześnia swój tradycyjny produkt wypoczynku poprzez:

- poprawę jakości infrastruktury hotelowej i rozwój szeregu luksusowych nieruchomości w celu przyciągnięcia rynku z wyższej półki,
- ciągłe ulepszanie ustawodawstwa, aby umożliwić budowę willi i domów przy plaży w celu promowania długoterminowych pobytów seniorów lub emerytów,
- poprawę infrastruktury transportowej w celu unowocześnienia regionalnych portów lotniczych, portów, przystani i sieci drogowej,
- rozwój nowych produktów tematycznych wokół lokalnych atrakcji kulturalnych lub przyrodniczych w celu poprawy średnich dziennych wydatków i wydłużenia okresu turystycznego poza miesiące letnie.

W ramach tej nowej strategii mile widziane i aktywnie wspierane są inwestycje prywatne zarówno w tradycyjnych obszarach turystycznych, takich jak Wyspy Egejskie, Wyspy Jońskie i Kreta, jak również w nowo rozwiniętych destynacjach, takich jak Peloponez.

Bardzo obiecującą okazją inwestycyjną łączącą istniejącą infrastrukturę z rozwojem nowego rynku jest modernizacja lokalnych hoteli położonych w najlepszych lokalizacjach i doprowadzenie obiektów do poziomu marek międzynarodowych.

Źródło: <https://www.grhotels.gr/en/>
Enterprise Greece

Rozdział 4: Inwestycje w hotele i obiekty noclegowe turystyki

Hotelarstwo greckie zainwestowało w nowe obiekty i remonty około 785,0 mln Euro w 2014 roku. Część tej kwoty dotyczyła importowanych towarów i usług, a pozostała część towarów i usług o krajowej wartości dodanej. Udział krajowej wartości dodanej szacuje się na około:

- 59,0% w przypadku nowych budynków
- 44,0% w przypadku remontów.

Dlatego też inwestycje w branżę hotelarską w 2014 rok, po odjęciu importu, szacuje się na około 400,0 mln Euro. Według Fundacji na rzecz Badań Gospodarczych i Przemysłowych (IOBE, 2012) dochody z noclegów, które oprócz hoteli obejmują również wynajęte pokoje, wille i inne, stanowią 45,0% działalności turystycznej. Wobec braku danych dotyczących innych obiektów noclegowych turystyki, ale biorąc pod uwagę, że branża hotelarska jest tylko jednym z segmentów zakwaterowania, można oszacować proporcjonalnie, że całkowita wartość inwestycji w innych branżach wynosi co najmniej 960,0 milionów Euro. Uznając, że w porównaniu do innych obiektów zakwaterowania związanych z turystyką, że branża hotelarska jest znacznie bardziej kapitałochłonna, całkowite wydatki w innych obiektach, pomniejszone o 1/3, szacuje się na 640,0 Euro milion. W zestawieniu z branżą hotelarską, inne obiekty mają również mniejszy udział wydatków krajowych w inwestycjach ze względu na fakt, że więcej inwestują w urządzenia i sprzęt, natomiast mniej w budynki, szacunkowo 1/3 całkowitych inwestycji krajowych. W związku z tym inwestycje innych obiektów związanych z zakwaterowaniem, łącznie z importem towarów i usług w 2014 roku szacuje się na około 215,0 mln Euro. W związku z tym łączna aktywność inwestycyjna w hotele i obiekty noclegowe turystyki w 2014 roku przekroczyła 1,4 mld Euro (brutto), z czego około 615 mln Euro odzwierciedlało wydatki krajowe. Z powodu braku danych szacuje się tę samą kwotę w 2015 roku.

Rozdział 5: Branże wchodzące w skład sektora HORECA

Sektor HORECA obejmuje wiele kategorii produktów:

- Rolno – spożywczy,
- Meblarski i wyposażenie wnętrz,
- Maszyny i urządzenia,
- Kosmetyczny i chemia gospodarcza.



kawa, napoje, dodatki do kawy, syropy, herbata, woda, napoje bezalkoholowe, piwa, wina, alkohole, napoje energetyczne mięso/produkty mięsne, wędliny, kiełbaski, półprodukty spożywcze i cukiernicze, tłuszcze, oleje, sery, pieczywo, lody, gofry, dania typu „fast food”, warzywa, owoce, płatki śniadaniowe



meble, siedzenia, materace, pościel, tkaniny obiciowe, zasłony, podłogi, drzwi, ramy, wyposażenie łazienek, rolety, oświetlenie, klimatyzacja, baseny, spa, meble ogrodowe (w tym przybasenowe)



sprzęt kuchenny, zaopatrzenie dla cateringu, naczynia do serwowania, wyposażenie cateringowe i bufetowe, witryny chłodnicze wszystkich typów, meble dla firm cateringowych

Źródło: Materiał opracowany przez Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH w Atenach



środki czystości, wózki do sprzątania, mopy, worki na śmieci, akcesoria do sprzątania, chemia gospodarcza, papier, ręczniki, rękawice



mydła, żele pod prysznic, szampony, balsamy, kremy, pasty do zębów, art. higieniczne

Kalendarz branży HORECA w Grecji:

- Styczeń - marzec: przygotowania do sezonu
- Kwiecień - czerwiec: początek sezonu
- Lipiec - wrzesień: sezon w pełni
- Październik - końcówka sezonu
- Listopad - przygotowania do sezonu (targi hotelarskie)
- Grudzień - okres świąteczny

Rozdział 6: Nowe kierunki - Specjalne diety konsumentów

Wzrost liczby wegetarian skłania do wyboru coraz to zdrowszych opcji. W związku z powyższym branża HORECA stale rozszerza swoją ofertę (produkty wegańskie produkty bezglutenowe, bez laktozy itp.)



Wydaje się, że na całym świecie coraz więcej ludzi rezygnuje z wołowiny, wieprzowiny i drobiu na rzecz stylu życia bez mięsa. Według Fundacji Heinricha Bölla około 375 milionów ludzi na całym świecie jest wegetarianami lub weganami. To mniej więcej 5% całej populacji Ziemi.

Dla branży HORECA oznacza to restrukturyzację w:

- menu i produktach w sprzedaży,
- pochodzeniu składników.

Zdrowie jest poważnym problemem - jest to na przykład jeden z kluczowych czynników wpływających na wybór konsumentów - więc bardziej ekologiczne opcje pojawiają się obecnie na listach specjalnych i menu na całym świecie.

Restauracje są teraz również zobowiązane do dostarczania dań bardziej wrażliwych na alergeny, przygotowując się na wyższy poziom i zróżnicowanie opcji wegetariańskich i wegańskich. Według specjalistów ds. Badań konsumenckich z NPD Group, klienci będą częściej postrzegać lokal jako wysokiej jakości, jeśli zobaczą te opcje w menu - nawet jeśli woleliby ich nie zamawiać.

Źródło: <http://www.food-exhibitions.com>

Rozdział 7: Główne zrzeszenia i organizacje branżowe

- Panhellenic Hoteliers Federation <https://www.hhf.gr/>
- Hellenic Chambers of Hotels <https://www.grhotels.gr/en/>
- Panhellenic Camping Association <http://greececamping.gr/>
- Association of Greek Tourism Enterprises <https://sete.gr/>



Rozdział 8: Najważniejsze targi dla branży HORECA

HORECA to wiodące międzynarodowe targi zaopatrzenia i wyposażenia firm hotelarskich i gastronomicznych. Łączą profesjonalistów z branży turystycznej z łańcuchem dostaw branży hotelarskiej i gastronomicznej. Odbywają się co roku w największym i najnowocześniejszym obiekcie wystawienniczym w Grecji, w METROPOLITAN EXPO, zaprojektowanym zgodnie z najwyższymi standardami, z imponującymi udogodnieniami, zajmując łącznie 50 000 mkw. powierzchni wystawienniczej. Znajduje się, zaledwie 2 km od budynków lotniska międzynarodowego Venizelos w Atenach / Spata i kilka minut od stacji metra i kolei podmiejskiej.

- 2 minuty od lotniska
- 35 minut od centrum Aten
- 15 minut od drogi krajowej Ateny / Saloniki
- 30 minut od drogi krajowej Ateny / Patras - Trypolis

Targi są organizowane w lutym, ale z powodu pandemii COVID-19, w 2021 zostały odwołane. Następna planowana data to 11-14 luty 2022.

Kategorie produktów wystawowych podczas międzynarodowych targów HORECA w Atenach:

- Kawa i napoje
- Usługi gastronomiczne • Produkty mięsne
- Wyposażenie hotelu • Meble
- Maszyny i sprzęt dla gastronomii
- Marketing internetowy • Technologie cyfrowe
- Materiały eksploatacyjne



Źródło: <https://horecaexpo.gr>



Największe międzynarodowe targi zaopatrzenia i wyposażenia firm hotelarskich i gastronomicznych i w Europie Południowo-Wschodniej. 17-21.04.2021

<https://horecaexpo.gr>

Architektura, budowa, wnętrze, projektowanie, usługi, technologia, eksploatacja hotelu – listopad 2021

<https://www.hotelshow.gr>

Profesjoniści z sektora hoteli i mniejszych obiektów noclegowych, firmy dostarczające wyposażenie hoteli, rozwiązania technologiczne i usługi online, firmy specjalizujące się w budownictwie, remontach i energooszczędności, dostawcy z branży spożywczej - 27-29.11. 2021

<https://www.xenia.gr>

Międzynarodowa wystawa wyposażenia hoteli, restauracji i kawiarni - listopad 2021

<https://hotelia.helexpo.gr/el>



Największe międzynarodowe targi żywności i napojów w Grecji i wiodąca wystawa tego typu w Europie Południowo-Wschodniej.
6-9.03.2021

<https://foodexpo.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, nabiału i żywności mrożonej 02.10.2021 - 04.10.2021



<https://www.meatdays.gr>

<https://dairyexpo.gr/>



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

Rozdział 9: Mocne i słabe strony rynku

Rozpatrując mocne i słabe strony rynku należy wziąć pod uwagę fakt, iż Grecja to nie tylko ok. 11 mln mieszkańców, ale także 40 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,
- Kryzys spowodował, iż Grecy otworzyli się na nowe produkty,
- 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.

Rozdział 10: 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 uzyskać 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, ubezpieczeniu społecznym i lokalnym samorządzie. Tworzenie firmy bez notariusza można wykonać w konkretnych przypadkach (małe/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) - 24 %.
- **Złożony proces uczestnictwa przedsiębiorstw w przetargach publicznych** - Skomplikowany proces zgłoszenia, udziału oraz przedłużające się terminy.

Źródło: Materiał opracowany przez Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH w Atenach

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. (SEV, 2010).

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.

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

