

**Branża kosmetyczna
w Chorwacji
– perspektywy dla
polskich eksporterów**

© PAIH S.A.

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

Wydawca: Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

Warszawa, wrzesień 2021 r.

Spis treści

1. Sytuacja gospodarcza Chorwacji.....	4
2. Bilateralna wymiana handlowa.....	6
3. Zarys branży kosmetycznej w liczbach	8
4. Rynek detaliczny branży kosmetycznej w Chorwacji.....	16
5. Rynek kosmetyków profesjonalnych w Chorwacji.....	19
6. Rejestracja kosmetyków w Chorwacji.....	20
7. Formy prawne.....	22
8. Formy opodatkowania.....	26



1. Sytuacja gospodarcza Chorwacji

Po kryzysie w latach 2009-2014, począwszy od 2015 do 2019 roku chorwacka gospodarka odnotowywała coroczny wzrost PKB. Sytuacja gospodarcza zaczęła się diametralnie zmieniać wraz z rozwojem pandemii koronawirusa na świecie i ostatecznie w 2020 roku chorwacki PKB spadł aż o 8,4%. PKB per capita w 2020 roku wyniósł 12,1 tys. EUR, zaś przeciętne wynagrodzenie wynosiło w 2020 roku 9 216 HRK brutto (6 763 HRK netto), czyli ok. 5 586 PLN brutto (4 099 PLN netto).

Chorwacja jest jednym z państw UE najbardziej dotkniętych gospodarczymi skutkami pandemii. Wynika to ze struktury chorwackiej gospodarki, która w dużej mierze opiera się na sektorze turystycznym. Według prognoz Komisji Europejskiej chorwacka gospodarka ma szansę częściowo odrobić straty w 2021 roku, osiągając wzrost na poziomie 5,3%.

Wzrost ma być możliwy m.in. dzięki inwestycjom i zwiększeniu konsumpcji. Na korzyść chorwackiej gospodarki mogą dodatkowo wpłynąć środki z unijnego funduszu odbudowy. W 2019 roku Chorwacja złożyła formalny wniosek o przyjęcie do europejskiego mechanizmu kursów walutowych (ERM II), do którego weszła oficjalnie 10 lipca 2020 roku. Zdaniem chorwackiego rządu, przyjęcie euro przez Chorwację jest realne w 2023 lub najpóźniej w 2024 roku.

Komisja Europejska w swoich dokumentach podkreśla, że środowisko biznesowe w Chorwacji może być dla przedsiębiorców uciążliwe. W rankingu Banku Światowego „Doing Business 2020” Chorwacja zajmuje 51. miejsce na 190 państw. Dla porównania, Polska zajmuje w rankingu 40. miejsce. W rankingu Transparency International „Corruption Perception Index 2020” Chorwacja zajmuje 63. miejsca na 180 państw. Polska zajmuje w tym zestawieniu 45. pozycję.

Aktualne ratingi Chorwacji:

- Fitch Ratings: BBB – perspektywa stabilna (02.04.2020 r.),
- Standard & Poor's: BBB – perspektywa stabilna (25.03.2019 r.),
- Moody's: Ba1 perspektywa stabilna (13.11.2020 r.).

Średnie wynagrodzenie w 2020 roku:

- 9 216 HRK brutto (6 763 HRK netto) - 5 539 PLN brutto (4 065 PLN netto)*

Wynagrodzenie minimalne w 2020 r.:

- 4 250 HRK brutto (3 400 HRK netto) - 2 554 PLN brutto (2 043 PLN netto)*

Główne wskaźniki makroekonomiczne Chorwacji

	2019	2020
Tempo wzrostu PKB w %	2,9	-8,4
PKB per capita, w tys. EUR	13,3	12,1
Wzrost produkcji przemysłowej, w %	0,9	3,4
Stopa inflacji, w % r/r	0,8	0,1
Stopa rejestrowanego bezrobocia w %	7,8	9,3
Turystyka – przyjazdy ogółem, rocznie w mln	20,7	7,0
Wartość obrotów handlu zagranicznego w mld EUR	40,2	37,4
Eksport w mld EUR	15,4	14,7
Import w mld EUR	24,8	22,7
Dług publiczny w mld EUR	40,1	43,7
Relacja długu publicznego do PKB w %	72,8	89,1

*wg kursu średniego NBP z dn. 16.04.2021 r., 1 HRK = 0,6011 PLN

Źródło: Chorwacki Urząd Statystyczny DZS, HNB, HGK

2. Bilateralna wymiana handlowa

Polska jest 6. największym eksporterem na chorwacki rynek (po Niemczech, Włoszech, Słowenii, Węgrach i Austrii). Pomimo pandemii, wzrost wartości polskiego eksportu do Chorwacji charakteryzował się wysoką dynamiką, przy jednoczesnym utrzymaniu jednoznacznie dodatniego bilansu handlowego dla Polski (635,2 mln EUR). W 2020 roku bilateralna, polsko-chorwacka wymiana handlowa przekroczyła wartość 1 mld EUR. Pozycjami dominującymi w eksporcie z Polski do Chorwacji są meble, wyroby tytoniowe, artykuły spożywcze, samochody osobowe i części samochodowe. W imporcie z Chorwacji do Polski od lat przeważają maszyny, urządzenia oraz farmaceutyki. Dalsze miejsca zajmują sosy i przyprawy, tapety, pieczywo cukiernicze, formy do szkła i transformatory.

Co importujemy:



wyroby przemysłu elektromaszynowego,



metale nieszlachetne i artykuły z nich,



farmaceutyki,



art. rolno-spożywcze.

Wartość importu: 281,3 mln EUR (0,1% udziału w imporcie Polski ogółem)

Co eksportujemy:



wyroby przemysłu elektromaszynowego,



wyroby tytoniowe,



meble,



art. rolno-spożywcze.

Wartość eksportu w 2020 r.: 916,5 mln EUR (0,4% udziału w eksporcie Polski ogółem)

Źródło: DZS

Współpraca inwestycyjna

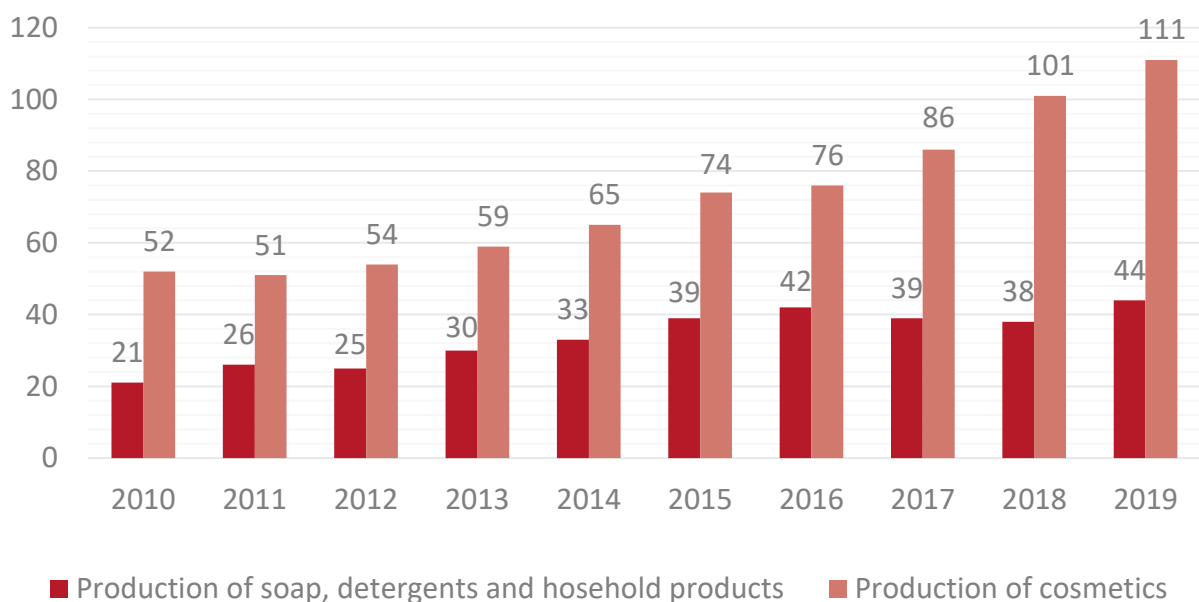
Skumulowana wartość polskich bezpośrednich inwestycji w Chorwacji na koniec 2020 roku wyniosła 197 mln EUR, natomiast skumulowane chorwackie inwestycje w Polsce na koniec 2020 r. wyniosły 42,9 mln EUR.

Większe polskie inwestycje:

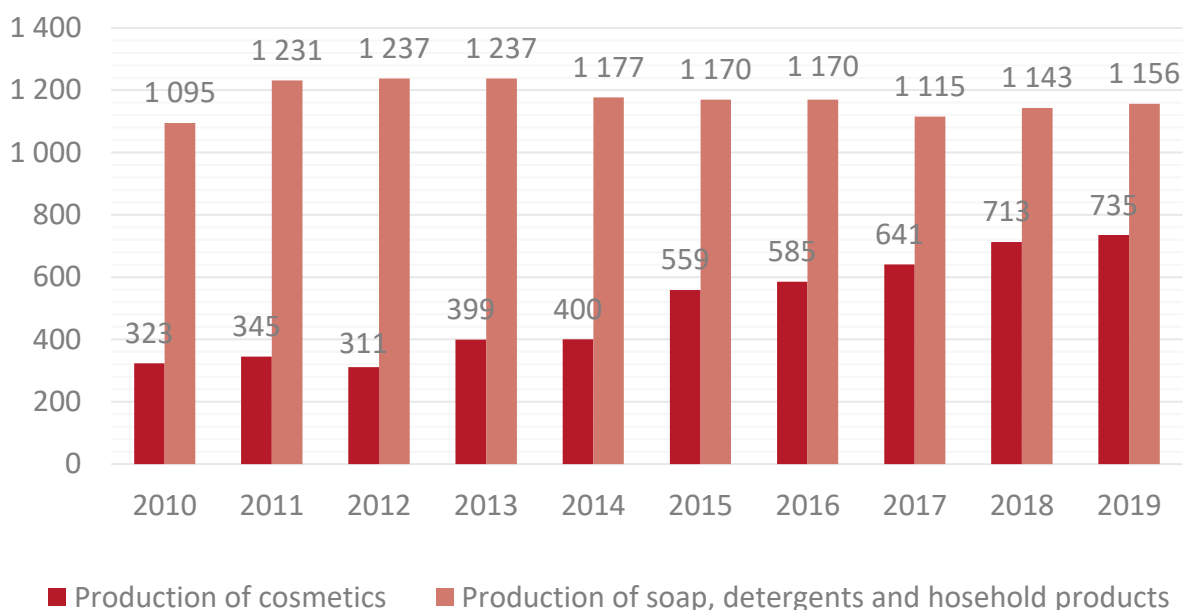
- Globe Trade Centre S.A. (GTC) – 2 centra handlowe w Zagrzebiu i Osijeku (w 2020 roku węgierski Optimum Ventures zakupiło pakiet kontrolny GTC);
- OT Logistics S.A. w Porcie Rijeka;
- Inwestycja typu *greenfield* - budowa fabryki szkła zespolonego w Varaždinie firmy Press Glass S.A.;
- Asseco S.A - nabycie kilku chorwackich firm z branży IT za łączną kwotę ponad 26 mln euro i włączenie ich do grupy Asseco SEE;
- Inter Cars – inwestycje o łącznej wartości 12 mln euro;
- W 2018 r. fundusz Inwestycyjny Enterprise Investors przejął sieć piekarni Pan Pek oraz sieć sklepów Studenac.
- We wrześniu br. media opublikowały informację, że polski fundusz inwestycyjny Mercury Market finalizuje przejęcie 16 centrów handlowych Emmezeta w Chorwacji i Serbii, transakcja o wartości około 120 mln euro

3. Zarys branży kosmetycznej w liczbach

Liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych (sektor kosmetyczny) w Chorwacji

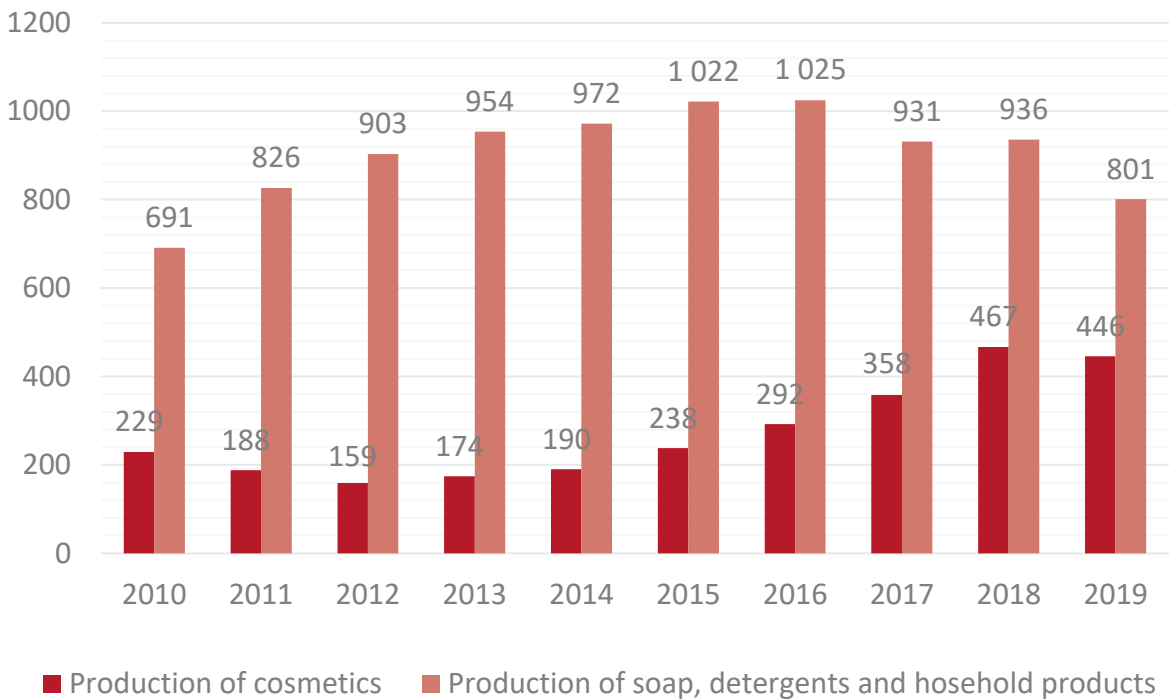


Liczba zatrudnionych

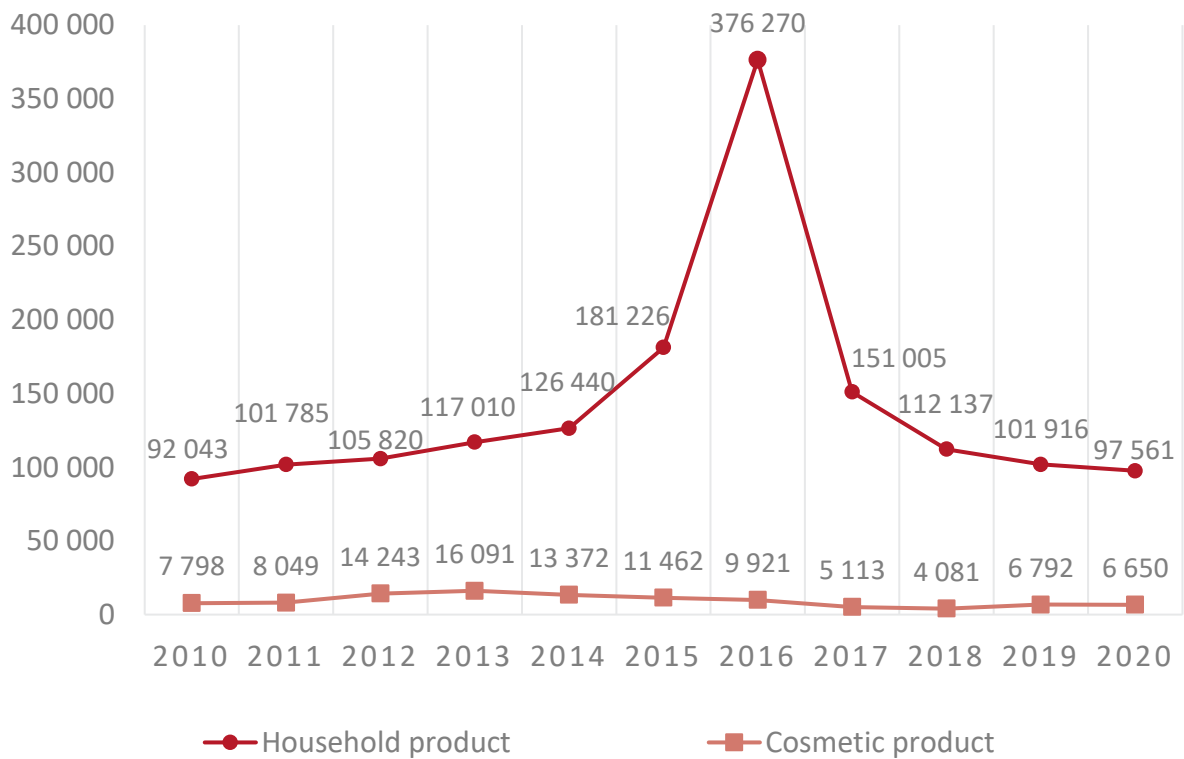


Źródło: FINA, HGK

Łączne przychody (w mln HRK)

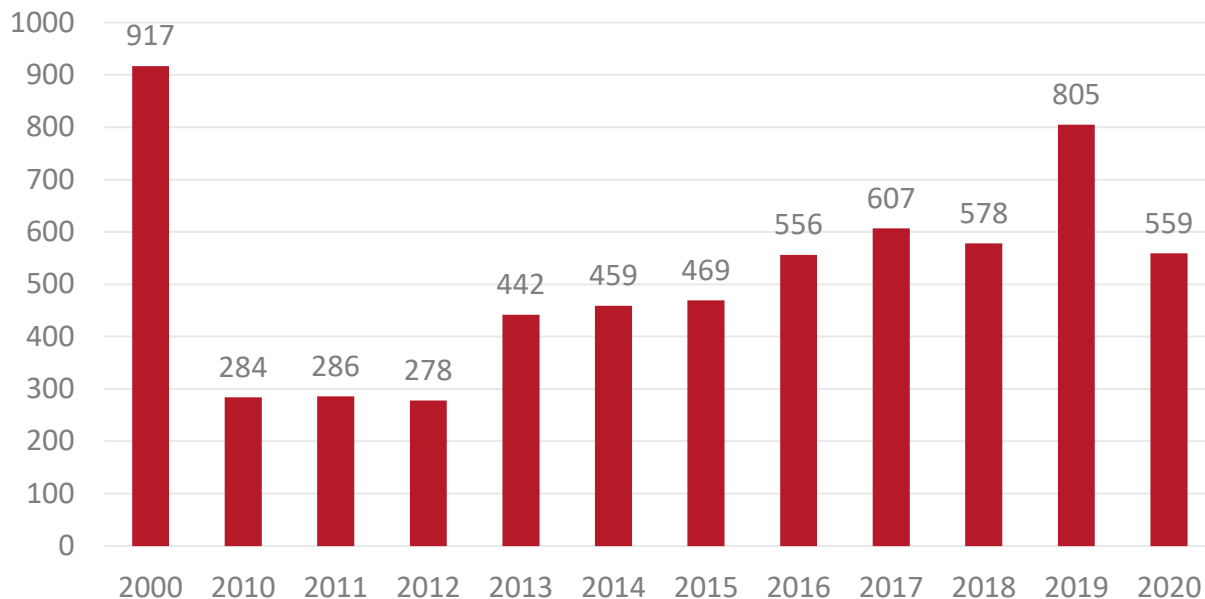


Produkcja w tonach

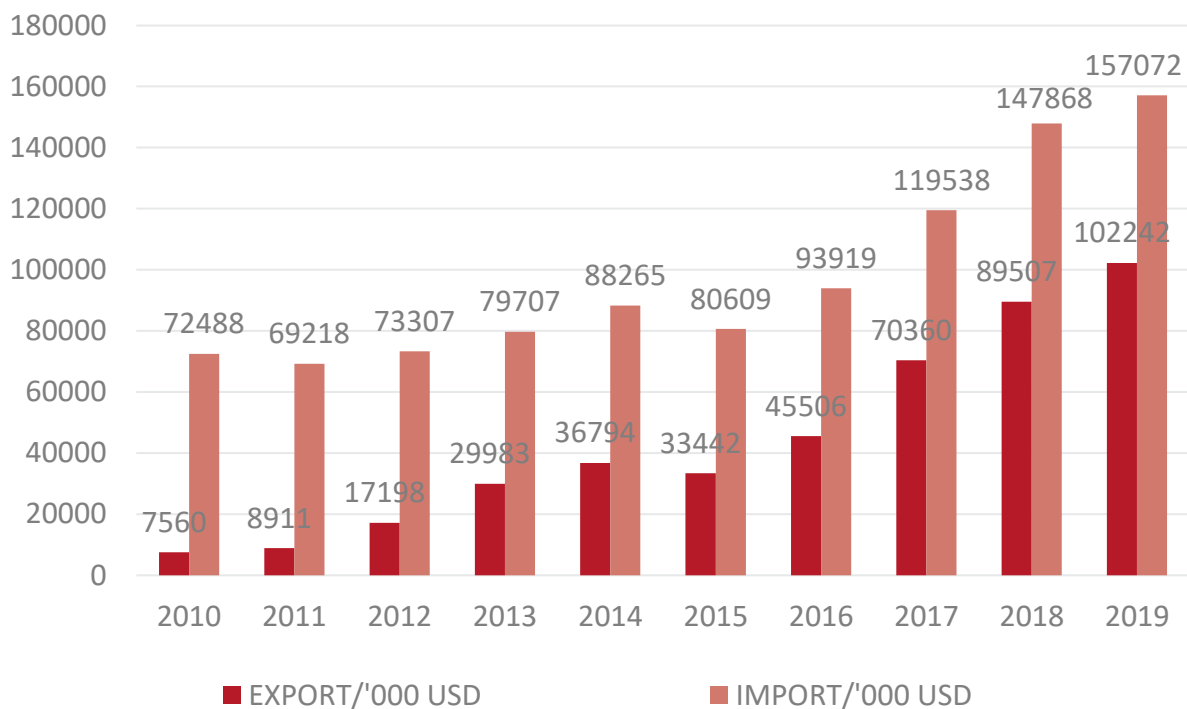


Źródło: FINA, HGK

PRODUKCJA (w tonach) – Kategoria: preparaty do makijażu, preparaty do pielęgnacji skóry i preparaty do pedicure

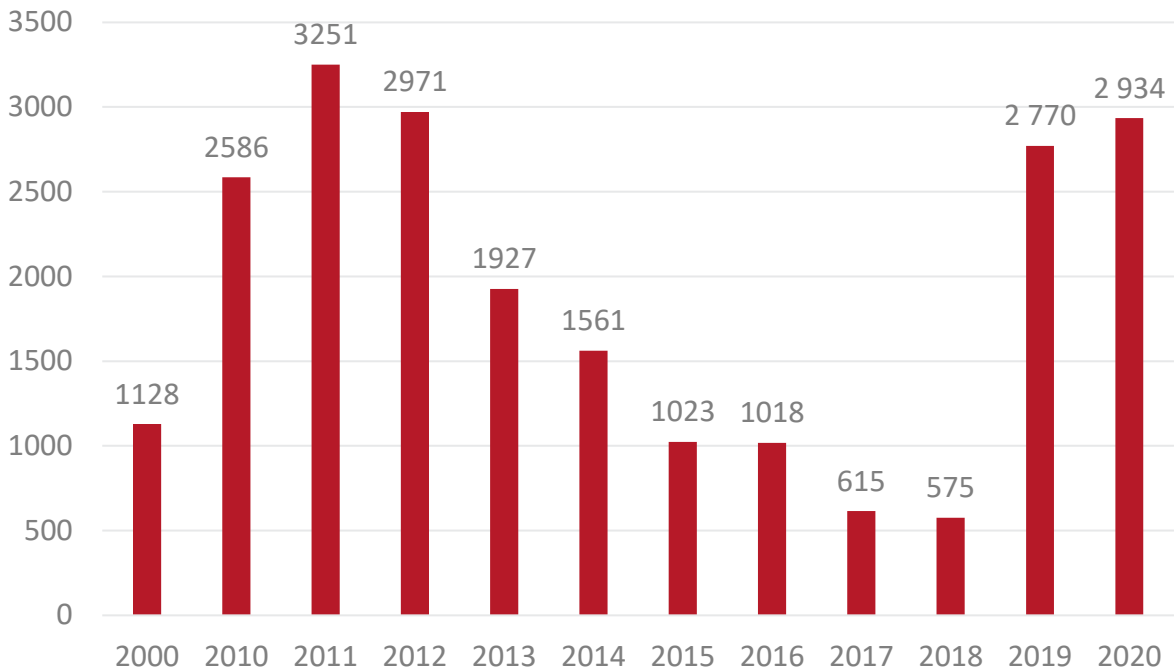


EKSPORT/IMPORT (w tys. USD) – Kategoria: preparaty do makijażu, preparaty do pielęgnacji skóry i preparaty do pedicure

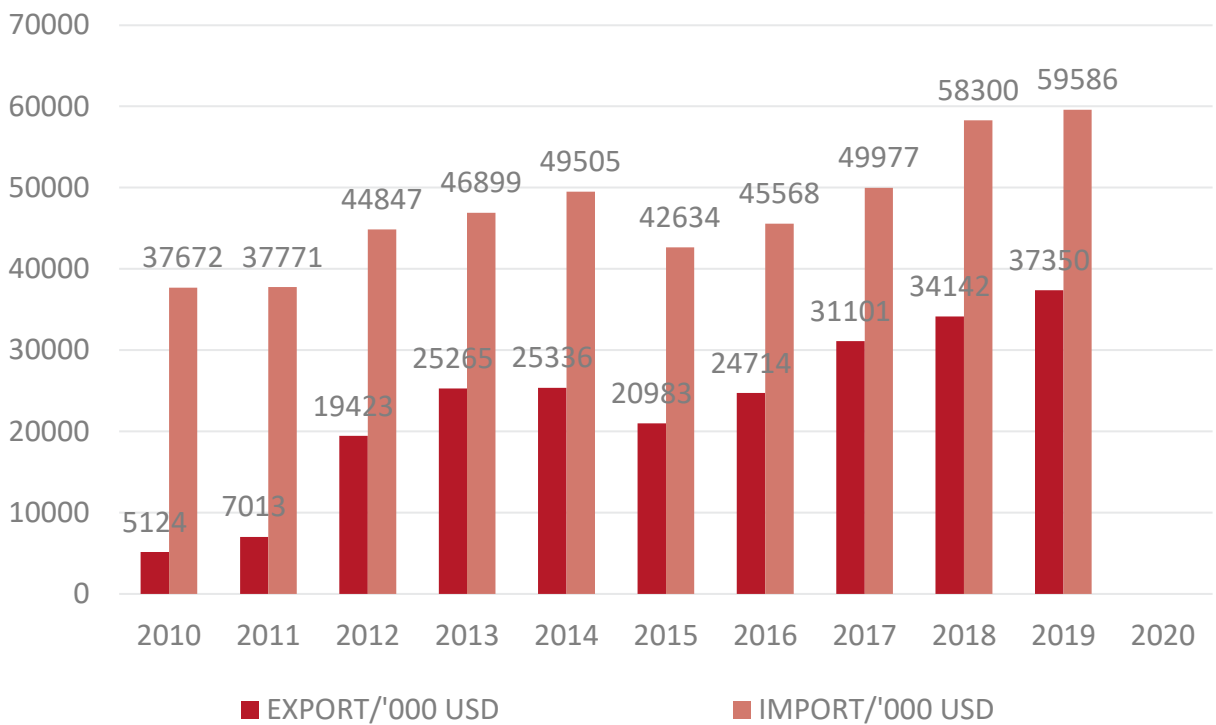


Źródło: DZS, HGK

PRODUKCJA (w tonach) – Kategoria: preparaty do pielęgnacji włosów

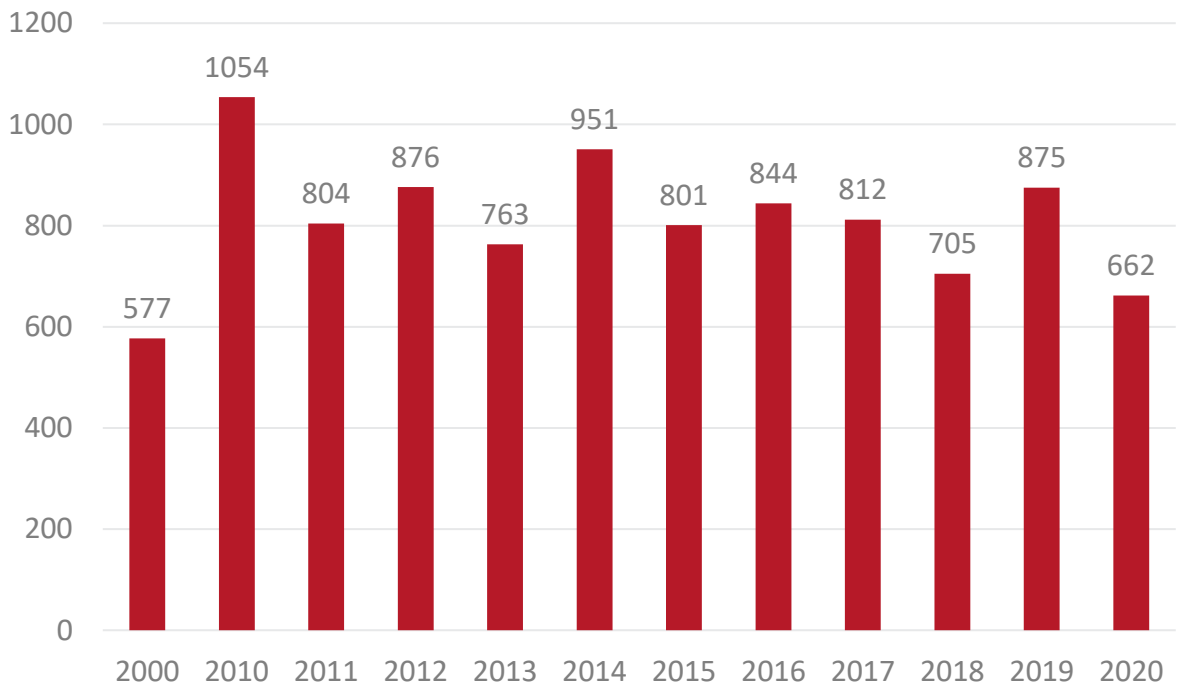


EKSPORT/IMPORT (w tys. USD) – Kategoria: preparaty do pielęgnacji włosów

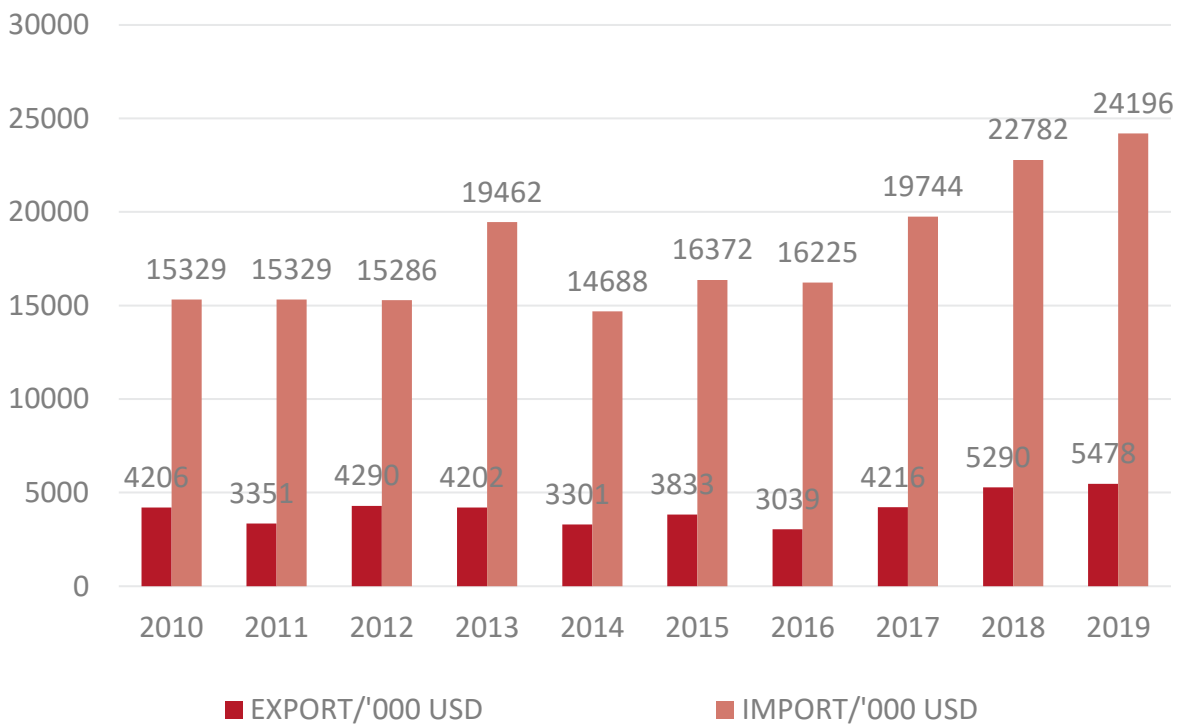


Źródło: DZS, HGK

PRODUKCJA (w tonach) – Kategoria: preparaty do higieny jamy ustnej i zębów

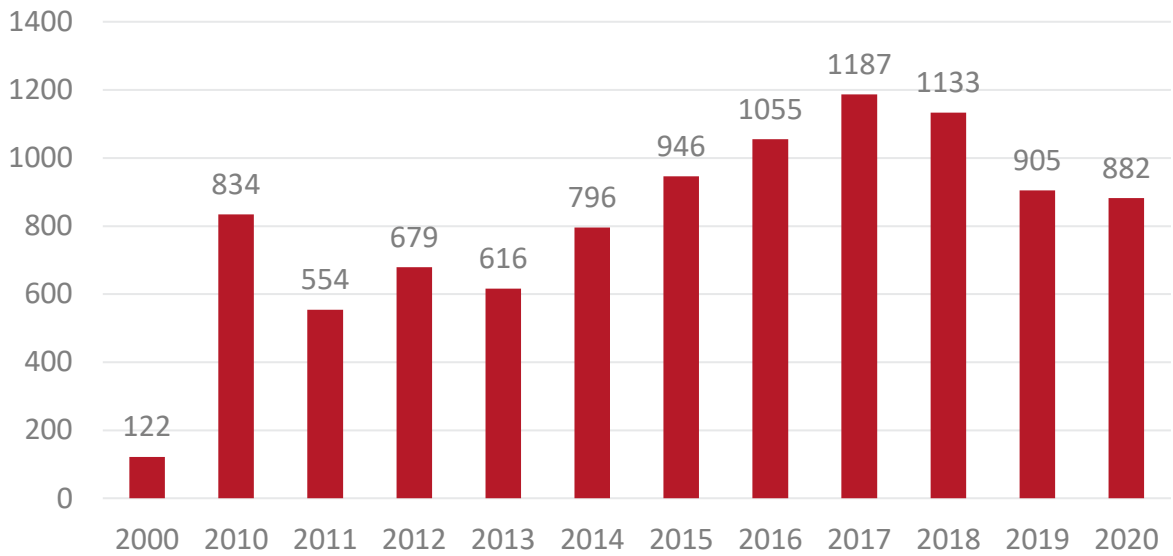


EKSPORT/IMPORT (w tys. USD) – Kategoria: preparaty do higieny jamy ustnej i zębów

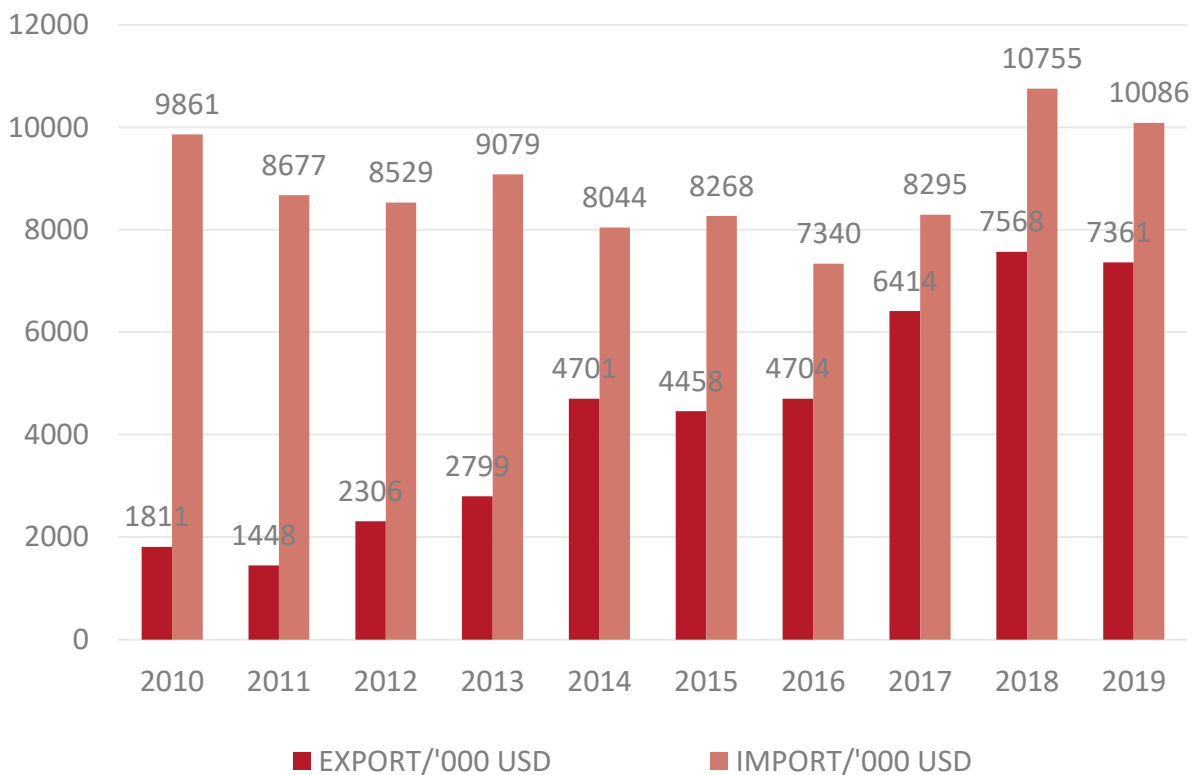


Źródło: DZS, HGK

PRODUKCJA (w tonach) – Kategoria: mydła

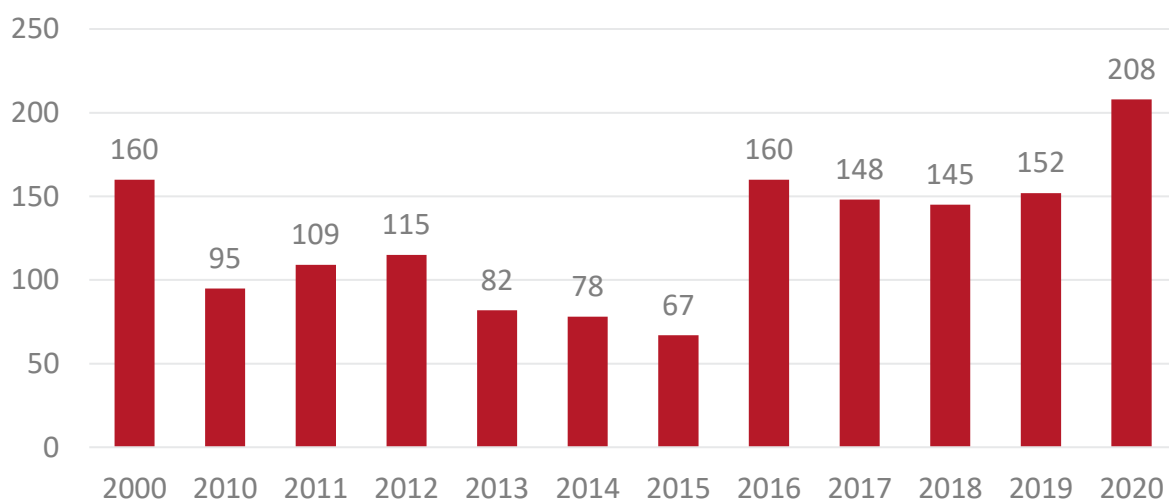


EKSPORT/IMPORT (w tys. USD) – Kategoria: mydła

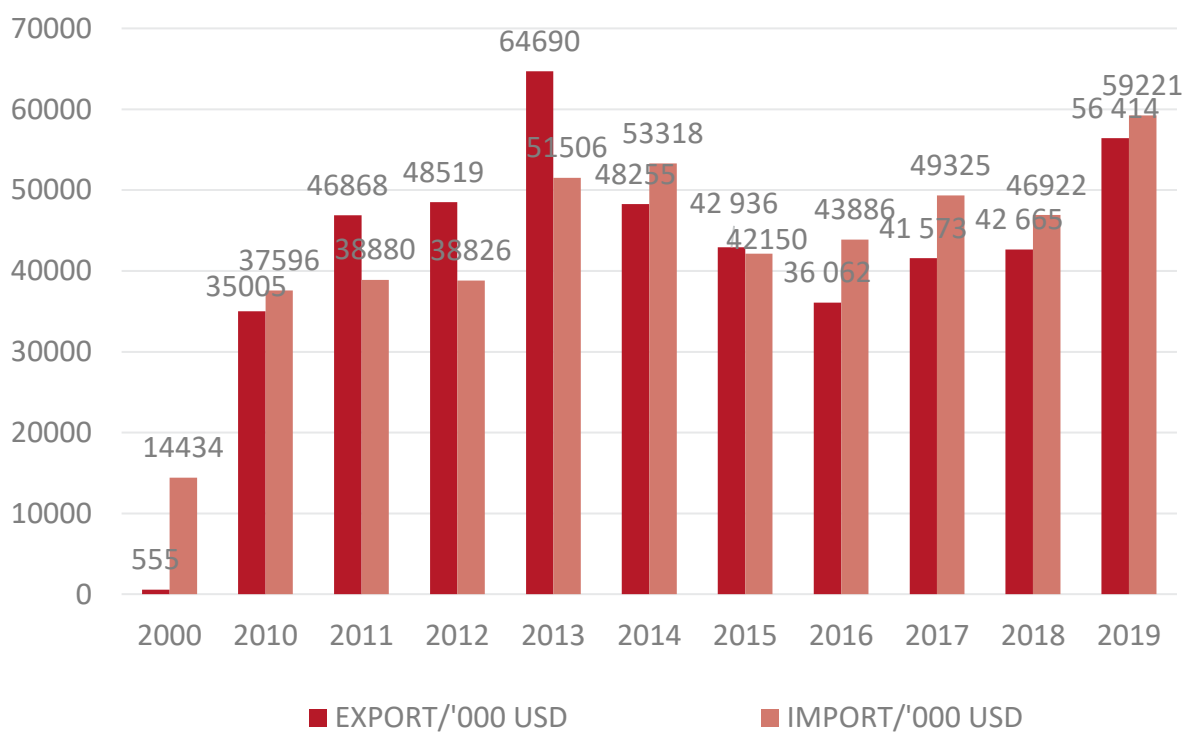


Źródło: DZS, HGK

PRODUKCJA (w tonach) – Kategoria: preparaty do golenia, preparaty do kąpiel, dezodoranty i inne

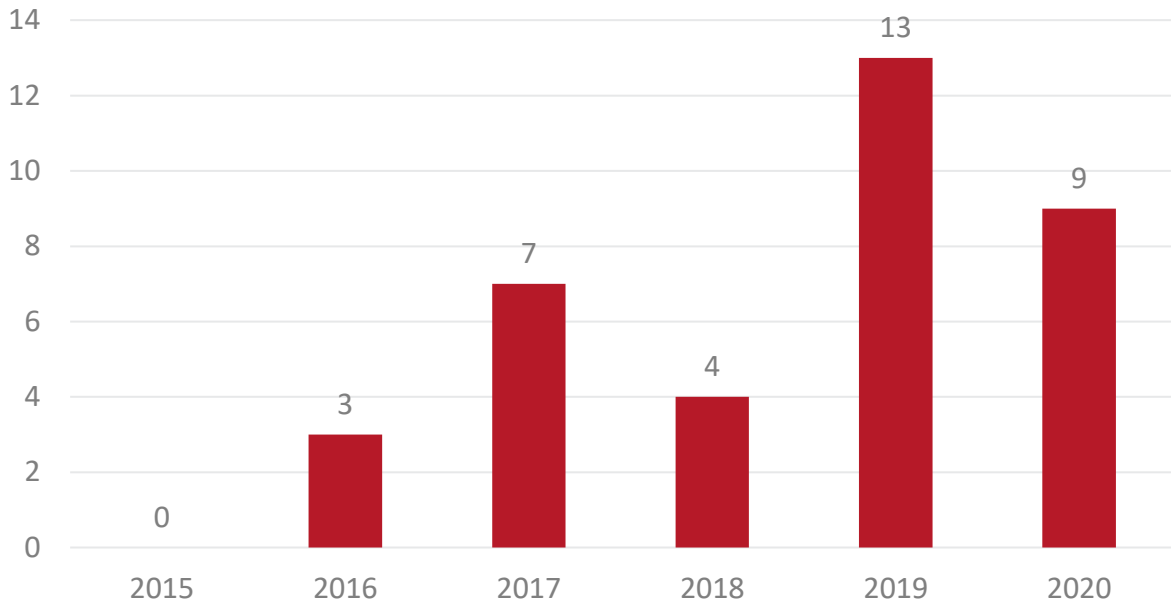


EKSPORT/IMPORT (w tys. USD) – Kategoria: preparaty do golenia, preparaty do kąpiel, dezodoranty i inne

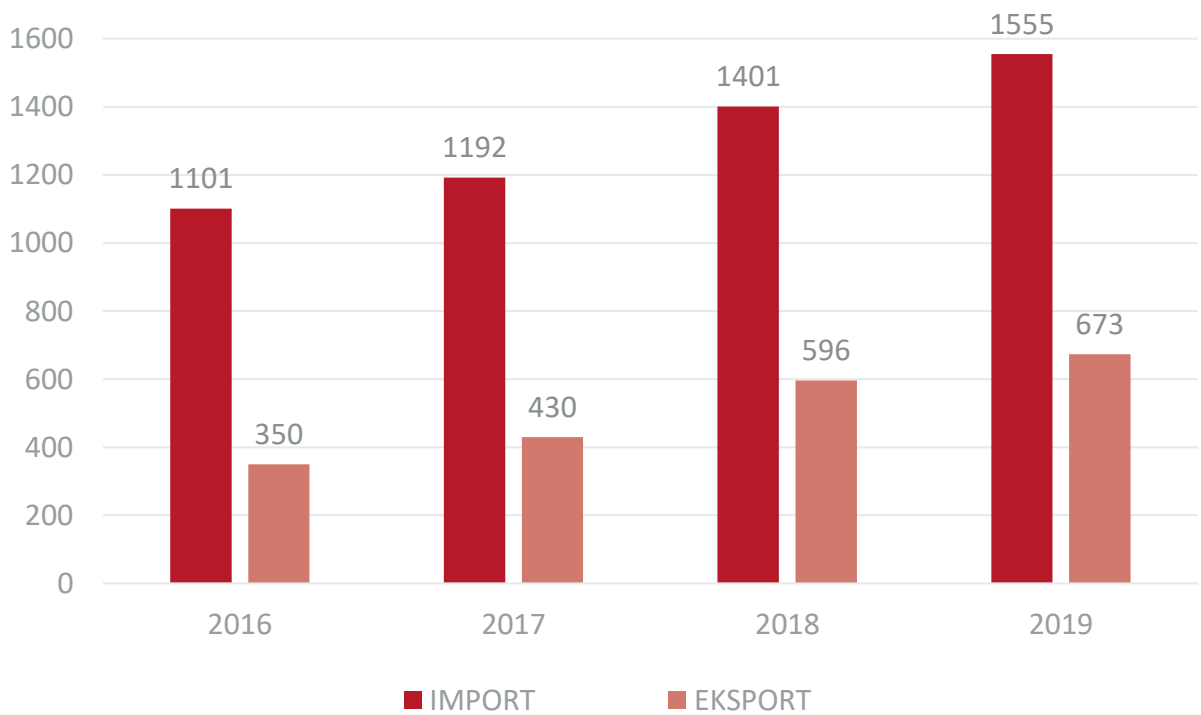


Źródło: DZS, HGK

PRODUKCJA (w tonach) – Kategoria: perfumy i EDT



EKSPORT/IMPORT (w tys. USD) – Kategoria: perfumy i EDT



Źródło: DZS, HGK

4. Rynek detaliczny branży kosmetycznej w Chorwacji

- Lockdown i konieczność noszenia maseczek miało ogromny wpływ na zakup kosmetyków, zwłaszcza dekoracyjnych, w 2020 roku,
- Według niektórych źródeł sprzedaż w drogeriach spadła aż o 22% między styczniem a końcem października 2020 roku. Mimo wszystko perfumy znosiły kryzys związany z pandemią COVID19 lepiej niż inne kategorie, dzięki wzrostowi sprzedaży internetowej. Sklepy internetowe zwiększyły sprzedaż w kategorii zapachowej, stanowiąc jedną dziesiątą całkowitej sprzedaży kosmetyków,
- Wszystko wskazuje na to, że w 2021 roku trendy w branży kosmetycznej doprowadzą do coraz większego wdrażania nowych technologii, zarówno w produkcji, jak i sposobie pakowania produktów kosmetycznych. Wprowadzane są nowe formy produktów kosmetycznych: emulsje, fluidy, pianki oraz „mousse”. Tego typu produkt wymaga odpowiedniej technologii i nowych rozwiązań pakowania produktów,
- Zindywidualizowane podejście i spersonalizowane kosmetyki są coraz bardziej w centrum uwagi i są poszukiwane przez prawie wszystkie światowe marki. Mając na uwadze rozwój takiego podejścia, oczekiwany jest również wzrost sprzedaży w kanałach aptecznych przy wsparciu farmaceutów jako profesjonalistów,
- Kategoria kosmetyków higieny jamy ustnej odnotował wzrost ze względu na kryzys związany z pandemią COVID19, a potwierdzone dowody naukowe wpłyną na dalszy kierunek rozwoju tej grupy produktów,
- Podobnie jak w ubiegłym roku, w 2021 r. wzrośnie liczba produktów do pielęgnacji dłoni, od antyperspirantów po produkty do pielęgnacji dłoni. Konsumenci stają się coraz bardziej świadomi wpływu stosowania tradycyjnych kosmetyków na zanieczyszczenie środowiska, dlatego nacisk nadal będzie kierowany w kierunku kosmetyków naturalnych i ekologicznych,

- Chęć dostosowania wszystkiego do świadomego ekologicznie klienta, który coraz częściej korzysta z produktów o minimalnym wpływie na ewentualne zanieczyszczenie środowiska, będzie najważniejszym trendem, który kompleksowo wpłynie na branżę kosmetyczną.

Największe drogerie w Chorwacji:

1. DM – Drogerie Markt d.o.o. (160 sklepów) – 68% udziału w rynku;
2. MÜLLER (83 sklepy) – 22,4% udziału w rynku;
3. BIPA (122 sklepy) – 8,7% udziału w rynku;
4. DOUGLAS.

Największe sklepy (sieci) detaliczne w Chorwacji:

1. KONZUM PLUS – 1,3 mlrd EUR;
2. LIDL HRVATSKA – 800 mln EUR;
3. SPAR HRVATSKA – 670 mln EUR;
4. PLODINE – 600 mln EUR;
5. KAUF LAND HRVATSKA – 510 mln EUR;
6. TOMMY – 410 mln EUR;
7. STUDENAC – 250 mln EUR;
8. KTC – 210 mln EUR;
9. METRO cash&carry – 190 mln EUR;
10. NTL – 150 mln EUR.

Najwięksi dystrybutorzy branży kosmetycznej w Chorwacji:

1. ORBICO BEAUTY;
2. ATLANTIC TRADE;
3. OKTAL PHARMA;
4. PHARMATEKA CONSULT;
5. DELMERION;
6. FOKUSPHARM;
7. HUMED PHARM;
8. CLARUS ACTA;
9. POHIT;
10. NITEO.

Nowe trendy i zachowania kupujących:

- Koszyk zakupów stale się zmienia;
- Kupujący są otwarci na eksperymentowanie z nowymi markami. Do listopada 2020 roku konieczność i ciekawość skłoniły od 40% do 66% kupujących do wypróbowania nowych marek podczas pandemii, a 27% odkryło nowe strony internetowe, w których można robić zakupy;
- Prawie wszyscy kupujący lubią nowe marki. Średnio prawie 91% wszystkich kupujących jest zadowolonych z nowych marek, które wypróbowali i prawdopodobnie nadal ich będą używać;
- Zakupy produktów lokalnych nadal pozostają ważne. Prawie połowa kupujących stwierdziła, że nadal będzie kupować od lokalnych marek, które wspierają społeczność;
- O wiele więcej kupujących z dnia na dzień zamawia produkty spożywcze i zdrowotne online. Połowa kupujących zamawia artykuły spożywcze i produkty zdrowotne online z dostawą lub odbiorem własnym. 2/5 z nich zrobiło to po raz pierwszy podczas pandemii;
- Zamówienia online i zakupy w sklepach internetowych stają się coraz bardziej przyjazne dla kupujących. 61% kupujących stwierdziło, że zamawianie online jest łatwiejsze niż pójście do sklepu;
- Zarządzanie czasem będzie nadal konkurować cenie. 53% planuje robić zakupy w sposób, który pozwoli im zaoszczędzić czas, nawet jeśli nie otrzymają najniższej ceny. Prawie 60% (56%) nadal będzie robić zakupy w sklepach.

5. Rynek kosmetyków profesjonalnych w Chorwacji

Segmentacja rynku profesjonalnego

Według rodzaju:

- salony kosmetyczne – 4000;
- wellness & SPA – 500;
- kliniki dermatologiczne – 600.

Według lokalizacji:

- duże miasta;
- wybrzeże Adriatyku.

Zbliżona wartość rynku: ok. 300 mln EUR

Ryzyko i zagrożenia rynkowe

(wolne wejście na rynek lub spadek zainteresowania)

- Działalność dystrybutora;
- Problemy komunikacyjne (specyfika kulturowa);
- Problemy związane z produkcją/jakością;
- R & D;
- Kryzys ekonomiczny;
- Problemy związane z sezonowością;
- PRODUCENT / EKSPORTER globalne działania (sklep internetowy, rynek równoległy).

Ryzyko i zagrożenia w działaniach B2B

- Legislacja (zmiany w przepisach, specyfika rejestracji produktów w krajach spoza UE);
- Ekspozycja finansowa.

Źródło: ALERION d.o.o. <https://alerion.hr/>

6. Rejestracja kosmetyków w Chorwacji

1. Przepisy prawne dotyczące rejestracji produktów kosmetycznych w Chorwacji (UE):
 - 1 lipca 2013 r. - Rozporządzenie nr. 1223/2009 dotyczące produktów kosmetycznych;
 - 10 lipca 2013 r. - Rozporządzenie Komisji nr 55/2013 ustanawiające wspólne kryteria uzasadniania oświadczeń stosowanych w odniesieniu do produktów kosmetycznych.
2. Reklamowanie produktów kosmetycznych i stosowanie oświadczeń
3. Przepisy dotyczące wykroczeń
 - Grzywna w wysokości od 50 000,00 HRK do 100 000,00 HRK dla osoby prawnej;
 - Grzywna w wysokości od 10 000,00 HRK do 15 000,00 HRK dla osoby odpowiedzialnej w rozumieniu art. 4 rozporządzenia nr. 1223/2009 oraz osoba, która prowadzi zarejestrowaną działalność wprowadzania produktów kosmetycznych do obrotu;
 - Przed wprowadzeniem nowych produktów na rynek, osoby odpowiedzialne muszą zapewnić, że produkt kosmetyczny został poddany ocenie bezpieczeństwa oraz że raport o bezpieczeństwie został sporządzony zgodnie z załącznikiem 1 do rozporządzenia nr. 1223/2009 w sprawie produktów kosmetycznych.

Jak wygląda raport bezpieczeństwa produktu kosmetycznego?

- Skład ilościowy i jakościowy produktu kosmetycznego;
- Właściwości fizyczne/chemiczne i stabilność produktu kosmetycznego;
- Jakość mikrobiologiczna;
- Zanieczyszczenia, ślady, informacje o materiale opakowaniowym;
- Normalne i racjonalnie przewidywalne użytkowanie;
- Ekspozycja na produkt kosmetyczny;
- Narażenie na substancje;
- Profil toksykologiczny substancji;
- Działania niepożądane;
- Informacje o produkcie kosmetycznym.

Źródło: JURŠETIĆ & PARTNERI www.visegradlegal.com

INFORMACJE O PRODUKCIE – wymagana dokumentacja:

- Opis produktu kosmetycznego, który umożliwia powiązanie dokumentacji z produktem;
- Raport bezpieczeństwa produktów kosmetycznych;
- Opis metody produkcji i deklaracja zgodności z dobrą praktyką produkcyjną;
- Dowód na efekt, który twierdzi, że posiada produkt kosmetyczny;
- Dane dotyczące wszelkich testów na zwierzętach.

Elektroniczna rejestracja do dystrybucji (nowych) produktów kosmetycznych

- Portal rejestracyjny nowych produktów kosmetycznych (CPNP);
- UWAGA! Fakt, że produkt został pomyślnie zgłoszony za pośrednictwem CPNP, niekoniecznie oznacza, że dany produkt spełnia wszystkie wymagania Rozporządzenia;
- Brak publicznego dostępu.

7. Formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej

Formy działalności gospodarczej w Chorwacji określone zostały w Ustawie o spółkach handlowych z dnia 20 kwietnia 2019 roku, do najbardziej popularnych należą:

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (d.o.o.)

Minimalny kapitał zakładowy dla spółki z ograniczoną odpowiedzialnością wynosi 20.000 HRK, a minimalna wartość nominalna jednego udziału w spółce z o.o. nie może być niższa od 200 HRK. Spółka ma nieograniczoną liczbę założycieli i członków zarządu. Przed wpisaniem spółki do rejestru sądowego założyciel zobowiązany jest do wniesienia jednej czwartej kapitału zakładowego w formie pieniężnej (tj. minimum 5000 HRK), przy czym łączna wartość wszystkich wpłat w formie pieniężnej nie może być niższa niż jedna czwarta wartości kapitału zakładowego. Całkowita kwota kapitału zakładowego w formie pieniężnej musi zostać wpłacona nie później niż rok po wpisaniu spółki do rejestru spółek. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością jest najbardziej powszechną formą działalności wybieraną przez przedsiębiorców w Chorwacji.

Prosta spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (j.d.o.o.)

Spółka, która ma nie więcej niż trzech założycieli oraz jednego dyrektora i może zostać utworzona w drodze uproszczonej procedury. Minimalny kapitał zakładowy takiej spółki to 10 HRK, zaś wartość nominalna jednego udziału nie mniejsza niż 1 HRK. Założyciel j.d.o.o. nie może w pełni dysponować zyskami spółki, lecz jedną czwartą zysków należy przeznaczyć na rezerwy do czasu zmiany rejestracji w d spółkę z o.o. (d.o.o.).

Spółka akcyjna

Minimalny kapitał zakładowy wynosi 200.000 HRK. Wartość nominalna jednego udziału nie może być niższa od 10 HRK. Spółka akcyjna może być założona przez jedną osobę i mieć tylko jednego akcjonariusza. Spółka akcyjna nabywa osobowość prawną poprzez wpis do rejestru sądowego.

Oddział

Zagraniczne osoby prawne mogą zakładać w Chorwacji swoje oddziały. Oddział zostaje utworzony na podstawie decyzji właściwego organu spółki zgodnie z aktem założycielskim spółki lub umową spółki tudzież jej statutem. Decyzja o utworzeniu oddziału musi zostać poświadczona notarialnie. Oddział jest podmiotem wyodrębnionym i samodzielny, przy czym zobowiązany jest do podania danych swojej siedziby, jak i siedziby założyciela. Oddział nie jest osobą prawną, w związku z czym wszystkie prawa i obowiązki nabyte w ramach jego działalności są prawami i obowiązkami podmiotu założycielskiego.

Przedstawicielstwo

Od momentu przystąpienia Chorwacji do Unii Europejskiej podmioty gospodarcze z siedzibą w innym państwie członkowskim UE, a od 2014 r. również z siedzibą w państwie Europejskiego Obszaru Gospodarczego, nie mają możliwości otwierania przedstawicielstwa w Republice Chorwacji.

Zakład rzemieślniczy – dla osób fizycznych

Zakład rzemieślniczy (obrt) nie jest spółką w tradycyjnym znaczeniu tego słowa. Jest to jednak najbardziej popularna jednoosobowa działalność gospodarcza dla osób fizycznych, ze zryczałtowaną formą opodatkowania (paušalni obrt). Dla założenia zakładu

rzemieślniczego nie jest wymagany kapitał początkowy, a NIP zakładu rzemieślniczego to OIB (chorwacki odpowiednik nr. PESEL) założyciela. Zakład rzemieślniczy nie ma obowiązku naliczania VAT-u od swoich usług do momentu przekroczenia progu 300.000 HRK. Otwarcie zakładu rzemieślniczego zaleca się osobom wyspecjalizowanym w określonym fachu: fryzjerom, stolarzom, szewcom itd. Jednak coraz częściej zakład rzemieślniczy ze zryczałtowaną formą opodatkowania – paušalni obrt, coraz częściej otwierają fachowcy sektora IT, graficy, tłumacze i inni eksperci zajmujący się świadczeniem usług.

Zakładanie działalności

W celu uproszczenia i przyspieszenia procedury zakładania spółki chorwacki rząd stworzył dedykowaną usługę HITRO.HR, dostępną również w angielskiej wersji językowej. Na stronie www.hitro.hr można uzyskać wszelkie informacje dotyczące zakładania firmy w Chorwacji i dokonać większości czynności niezbędnych do założenia firmy oraz dokonania wpisu dot. zmian w rejestrze podmiotów gospodarczych dla już istniejących firm.

Najpopularniejszą formą prawną w Chorwacji dla podmiotów prawnych to spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (d.o.o.) oraz prosta spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (j.d.o.o.). Zakładanie d.o.o. j.d.o.o. Możliwe jest za pośrednictwem dowolnego biura notarialnego lub urzędu HITRO.hr online w 24 godziny, w dowolnym sądzie gospodarczym.

Proces rejestracji spółki prawa handlowego w Chorwacji:



Nazwa firmy, działalność, siedziba

Wybór nazwy firmy, określenie przedmiotu działalności, określenie adresu siedziby



Notariusz

Sporządzenie i notarialne poświadczenie dokumentów przez notariusza. Osobiste stawiennictwo nie jest konieczne (pełnomocnictwa).



Sąd Gospodarczy

Uiszczenie opłat sądowych i złożenie dokumentów do Sądu Gospodarczego w celu wpisu do rejestru sądowego.



Pieczątka firmowa i konto bankowe

Wyrobienie pieczętki firmowej oraz otwarcie konta bankowego, na które zostaje przelany kapitał zakładowy



Ubezpieczenie, podatek, UBO

Rejestracja w urzędzie podatkowym, chorwackim zakładzie ubezpieczeń emerytalnych i rejestrze beneficjentów rzeczywistych.

8. Formy opodatkowania

System podatkowy w Republice Chorwacji opiera się na podatkach bezpośrednich (podatek dochodowy od osób fizycznych lub od osób prawnych) i pośrednich (VAT, akcyza). System podatkowy w Republice Chorwacji obejmuje podatki krajowe i lokalne. Pomiędzy Polską i Chorwacją obowiązuje Umowa o unikaniu podwójnego opodatkowania, która weszła w życie w dniu 1 stycznia 1997 roku.

Podatek dochodowy od osób prawnych (CIT)

Stawka podatku wynosi 10%, jeśli firma osiągnęła w roku podatkowym przychody mniejsze niż 7.500.000 HRK. W przypadku, gdy firma osiągnęła przychody równe lub wyższe niż 7.500.001 HRK, stawka podatku wynosi 18%.

Podatek dochodowy od osób fizycznych (PIT)

- **10%:**
 - dochody z tytułu własności i praw majątkowych;
 - dochody z kapitału (w tym dochód z dywidendy po wypłacie);
 - inne dochody dotyczące różnicy między majątkiem podatnika a wykazanymi źródłami finansowania nabycia aktywów.
- **20%:** Dla osób zarabiających rocznie mniej niż 360.000 HRK rocznie i mniej niż 30.000 HRK miesięcznie, stawka podatku wynosi 20%.
- **30%:** Dla osób, których przychody wynoszą 360.001 HRK i więcej rocznie i 30.001 HRK miesięcznie, stawka podatku wynosi 30%.

Osoby poniżej 25. roku życia zarabiające mniej niż 360.000 HRK są od 2020 roku zwolnione z podatku, natomiast osoby pomiędzy 26.-30. rokiem życia objęte zostały 50% ulgą podatkową.

Źródło: Mereor d.o.o. <https://www.mereor.hr/>

Podatek municypalny

Podatnicy w Chorwacji odprowadzają również dodatkowy podatek, pobierany przez gminy i miasta. Podstawą jego obliczenia jest kwota podatku dochodowego, a jego stopa waha się między 10% (małe gminy) i 18% (miasto Zagrzeb), w zależności od miejsca zamieszkania podatnika.

Podatek od towarów i usług (VAT)

W Chorwacji występują trzy stawki VAT: 25% - stawka ogólna, 13% i 5%. Zmniejszone stawki VAT obejmują określone usługi i dobra, wyszczególnione w Ustawie o podatku od towarów i usług. Chorwacki numer VAT ID można nabyć w Urzędzie Skarbowym dla wszelkich transakcji z UE.

Podatek od przeniesienia własności nieruchomości

Nabycie nieruchomości jest przedmiotem opodatkowania. Pojęciem nieruchomości kryją się zarówno nieruchomości gruntowe (grunty rolne, budowlane), a także nieruchomości budynkowe (budynki mieszkalne, handlowe). Od 1 stycznia 2019 roku, wysokość podatku od nabycia nieruchomości wynosi 3% wartości rynkowej nieruchomości z dnia zawarcia umowy. Podatek ten jest płacony przez nabywcę nieruchomości.

Środowisko biznesowe

Coraz większa możliwość realizacji zadań/zobowiązań biznesowych drogą elektroniczną w systemie e-Građani:

- e-fakturowanie;
- księgowość elektroniczna;
- e-deklaracja podatkowa;
- e-biznes.

Źródło: Mereor d.o.o. <https://www.mereor.hr/>

Polska Agencja 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.

Misją PAIH jest zwiększenie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do kraju oraz zasięgu i dynamiki umiędzynarodowienia polskich przedsiębiorstw.

Agencja działa zarówno w Polsce, jak i poprzez Zagraniczne Biura Handlowe (ZBH). Oferuje szybki dostęp do kompleksowej informacji dotyczącej otoczenia gospodarczo-prawnego Państwa projektów biznesowych. Pomaga również w pokonywaniu procedur administracyjnych dotyczących konkretnych przedsięwzięć, opracowaniu rozwiązań prawnych, znalezieniu odpowiedniej lokalizacji oraz wiarygodnych partnerów i dostawców. Zapewnia również dostęp do instrumentów finansowych, w tym ubezpieczeń oferowanych przez instytucje zrzeszone w Grupie Polskiego Funduszu Rozwoju.

PAIH na świecie...



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 (tj. 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

