

„RYNEK SKANDYNAWSKI - skuteczna strategia eksportowa, z uwzględnieniem aspektów formalno- prawnych z elementami różnic kulturowych”

Warsztaty dla przedsiębiorców
sektora małych i średnich przedsiębiorstw
z województwa śląskiego
planujących działalność eksportową/eksporterów

Organizator:

Fundusz Górnośląski S.A.

Szkolenie realizowane przez:

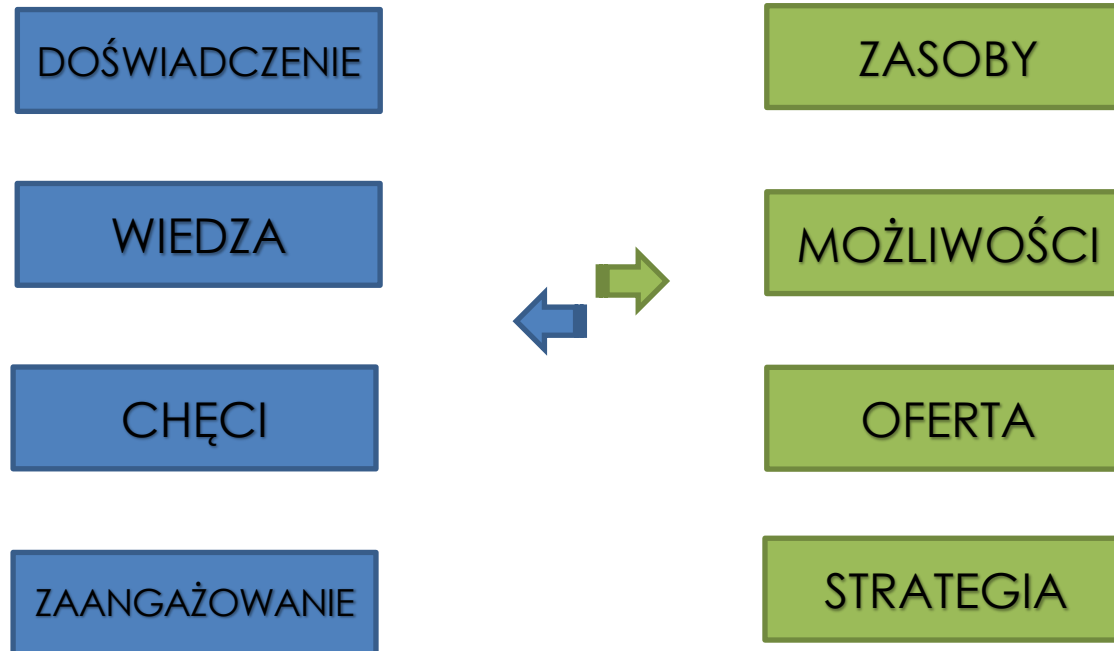
Eurofinance Training Sp. z o.o.



INVESTIN

Ogólne zasady przygotowania do współpracy z kontrahentem zagranicznym

INTERNACJONALIZACJA PRZEDSIĘBIORSTW



Podstawa segmentacji rynku międzynarodowego

Charakterystyka ogólna

Położenie geograficzne

Język

Czynniki polityczne

Demografia

Gospodarka

Struktura przemysłowa

Technologia

Organizacja społeczna

Religia

Edukacja

Charakterystyka specjalna

Charakterystyka kulturowa

Styl życia

Osobowość

Postawy i preferencje



Wysoki stopień
wymierności
Dostępność i możliwość
działania

Niski stopień wymierności
Dostępność i możliwość
działania
(jednakże, wysoki stopień
przydatności w
szczególnych
sytuacjach)

Demografia

Demografia jest krytyczną podstawą segmentacji. Na przykład często konieczna jest analiza charakterystyki ludności pod kątem udziału osób starszych lub dzieci w całej populacji.

- Jeśli ludność kraju starzeje się, a liczba niemowląt na tysiąc mieszkańców spada, co ma miejsce w niektórych krajach europejskich, firma produkująca żywność dla niemowląt nie rozważyłaby wejścia do tego kraju.

W Europie wskaźniki urodzeń gwałtownie spadają, a długość życia się wydłuża. Przemysł dziecięcy, od zabawek po żywność i pieluchy, stoi w obliczu ostrej konkurencji. Może to mieć również wpływ na elektronikę użytkową i mieszkalnictwo.



DEMOGRAPHY

Zamożność (siła nabywcza)

W zależności od rodzaju sprzedawanych towarów lub też świadczonych usług, konieczna będzie analiza danego rynku z punktu widzenia jego możliwości nabywczych a tym samym przygotowania odpowiedniej strategii cenowej i marketingowej na dany rynek



Standaryzacja i normy techniczne



Ochrona własności intelektualnej



Własność Intelektualna

- nielegalne kopiowanie i naśladownictwo
- kradzież lub przywłaszczenie
- nieuprawnione korzystanie
- utrata przewagi pierwszeństwa
- ryzyko sprzedażowe
- inne zagrożenia prawno- finansowe

Umowa NDA

Umowa NDA

Ustawowa podstawa odpowiedzialności za naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa art. 18 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji i art. 415 kodeksu cywilnego

Umowa o zachowaniu poufności (ang. non-disclosure agreement NDA)

- umowa zobowiązującą strony do wymiany poufnych materiałów lub informacji z zastrzeżeniem ich dalszego nierozpowszechniania.

NDA znana także pod nazwą CDA (ang. confidential disclosure agreement).

NDA w formie oddzielnej **umowy lub** w postaci klauzuli w istniejącym już porozumieniu.

Przedmiotem NDA jest udostępnianie drugiej stronie **umowy** danych o niejawnym charakterze – z reguły informacje stanowiące tajemnicę przedsiębiorstwa.

Umowa NDA

Treść

- okoliczności w jakich zawierana jest umowa (cel przekazania danych),
- zakres informacji poufnych:
 - a) szczegółowo rozpisane informacje, które będą uznane przez strony umowy za poufne
 - b) ogólny zakres informacji uznawanych za poufne,
 - c) sposób oznaczania informacji poufnych
- obowiązki drugiej strony w stosunku do informacji poufnych,
- czas obowiązywania poufności
- kary umowne

Ocena wiarygodności partnerów handlowych

Wiarygodność kontrahenta / weryfikacja

<https://e-justice.europa.eu>

Połączone rejestry upadłości

Rejestry upadłości i niewypłacalności – wyszukiwanie niewypłacalnych dłużników w UE

Wyszukiwanie niewypłacalnych podmiotów (osób fizycznych i prawnych) w całej UE

[Informacje ogólne na temat połączonych rejestrów](#)



W celu zapewnienia wyższej jakości usług, ta strona używa cookies. Dowiedz się, [jak używamy cookies](#) i [jak można zmienić swoje ustawienia](#).

Witamy na stronie umożliwiającej przeszukiwanie rejestrów upadłości. Funkcja wyszukiwania w europejskim portalu „e-Sprawiedliwość” umożliwia znalezienie niewypłacalnych podmiotów (osób fizycznych i prawnych) w całej UE zgodnie z art. 25 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/848. Serwis jest prowadzony przez Komisję Europejską we współpracy z państwami członkowskimi UE (z wyjątkiem Danii).

Uwaga: zasady przeszukiwania rejestrów poszczególnych państw mogą się różnić, np. pod względem obowiązkowych kryteriów wyszukiwania, okresu przechowywania danych itp. Proszę zapoznać się ze stroną [zawierającą informacje ogólne](#).

Obecnie usługa jest dostępna tylko dla rejestrów tych państw członkowskich UE, które zakończyły tworzenie interfejsu zgodnie z art. 25 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/848.

Nazwa:

Numer rejestracyjny (numer rejestracyjny przedsiębiorstwa lub osobisty numer rejestracyjny):

Szukaj w rejestrach:

- Niemcy
- Hiszpania
- Łotwa
- Malta
- Rumunia
- Szwecja

- Estonia
- Francja
- Litwa
- Austria
- Słowacja
- Chorwacja

- Irlandia
- Cypr
- Luksemburg
- Polska
- Finlandia

[Zaznacz wszystkie](#) | [Odznacz wszystkie](#)

[Pokaż mniej...](#)

Weryfikacja kontrahenta

Rejestry działalności gospodarczej w Europie

<https://e-justice.europa.eu>

Rejestry działalności gospodarczej w państwach UE

Rejestry działalności gospodarczej w Europie pełnią liczne funkcje, które mogą się różnić w zależności od państwa członkowskiego.



Wyszukaj informacje według regionu

Międzynarod...	Belgia
Bułgaria	Czechy
Dania	Niemcy
Estonia	Irlandia
Grecja	Hiszpania
Francja	Chorwacja
Włochy	Cypr
Łotwa	Litwa
Luksemburg	Węgry
Malta	Niderlandy
Austria	Polska
Portugalia	Rumunia
Słowenia	Słowacja
Finlandia	Szwecja

Jednak podstawowa funkcja wszystkich rejestrów polega na wprowadzaniu, analizowaniu i przechowywaniu informacji na temat podmiotów gospodarczych, takich jak ich status prawny, siedziba, kapitał i przedstawiciele prawni, oraz na publicznym udostępnianiu tych informacji.

Aby uzyskać szczegółowe informacje dotyczące rejestrów w państwach członkowskich, jak również w Islandii, Liechtensteinie i Norwegii, należy wybrać jedną z flag znajdujących się po prawej stronie ekranu.

Ostatnia aktualizacja: 06/10/2020

Stroną zarządza Komisja Europejska. Informacje na tej stronie nie muszą odzwierciedlać oficjalnego stanowiska Komisji Europejskiej, nie ponosi ona również odpowiedzialności za wszelkie informacje, dane czy odniesienia na niej zawarte. Więcej informacji na temat praw autorskich odnoszących się do stron UE znajduje się na stronie „Informacje prawne”.

Weryfikacja kontrahenta

Potwierdzenie numeru VAT (VIES)

Potwierdzenie numeru VAT (VIES)



As of 01/01/2021, the VoV service to validate UK (GB) VAT numbers ceased to exist while a new service to validate VAT numbers of businesses operating under the Protocol on Ireland and Northern Ireland appeared. These VAT numbers are starting with the "XI" prefix, which may be found in the "Member State / Northern Ireland" drop down under the new entry "XI-Northern Ireland". Moreover, any quote of "Member State" is replaced by "Member State / Northern Ireland" and any quote of "MS" is replaced by "MS / XI". All traders seeking to validate UK (GB) VAT numbers may address their request to the UK Tax Administration.

Aktywność numeru VAT nadanego przez Państwo Członkowskie / Irlandii Północnej można zweryfikować wybierając odpowiednie państwo / Irlandii Północnej z listy i wpisując numer, który chcesz sprawdzić.

Państwo Członkowskie /
Irlandii Północnej

Numer VAT

Państwo Członkowskie /
Irlandii Północnej pytającego

Numer VAT

Weryfikuj



Weryfikacja kontrahenta

Europejski Rejestr Firm



Weryfikacja kontrahenta



[Register and change](#)



Find company

Enter organisation number or name



[Delete](#)



Find liens on motor vehicles

Enter licence plate number



Modele współpracy handlowej z zagranicznymi partnerami gospodarczym

Modele współpracy

- Bezpośrednia współpraca z zagranicznym partnerem biznesowym – B2B
- Działalność za pośrednictwem przedstawiciela handlowego
- Działalność za pośrednictwem podmiotu zależnego
- Sprzedaż bezpośrednia – on – line – B2C
- Świadczenie usług transgranicznych
- Prowadzenie działalności gospodarczej w krajach skandynawskich

**KAŻDA ZMIANA STRATEGICZNA JEST OGROMNYM KOSZTEM
EMOCJONALNYM,
CZASOWYM I KAPITAŁOWYM**



Eksport na co dzień

Nasza firma chce wejść na rynek X



Należy przeanalizować
sprawdzić
przygotować
zabezpieczyć.....
koordynować
analizować



**W sumie to szukam tylko kogoś kto może
sprzedać moje produkty na rynku duńskim, szwedzkim, itd.**

Strategia (plan) eksportu - Model biznesowy



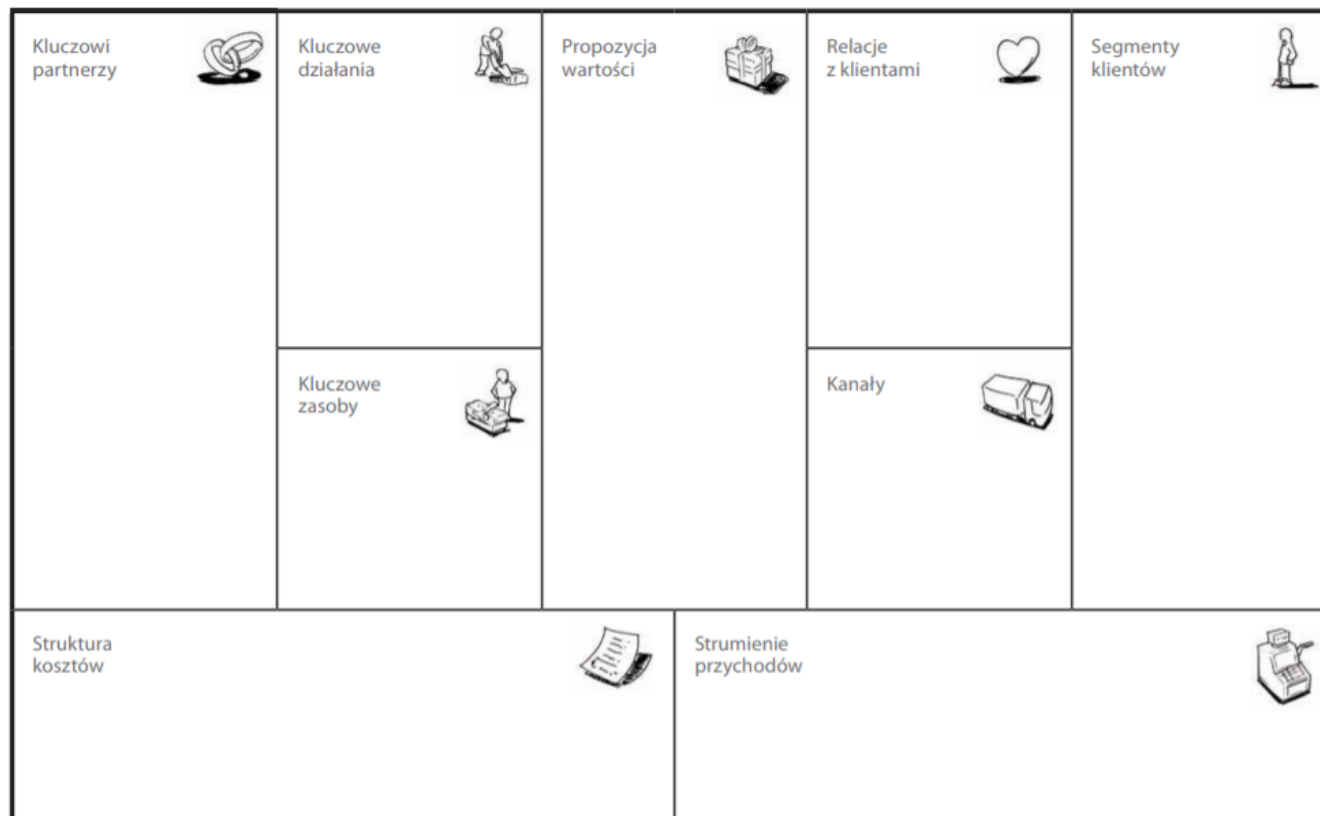
**Modyfikacja istniejącego
Modelu biznesowego
eksportu**



**Stworzenie nowego
Modelu biznesowego
eksportu**

Elementy modelu biznesowego BMC

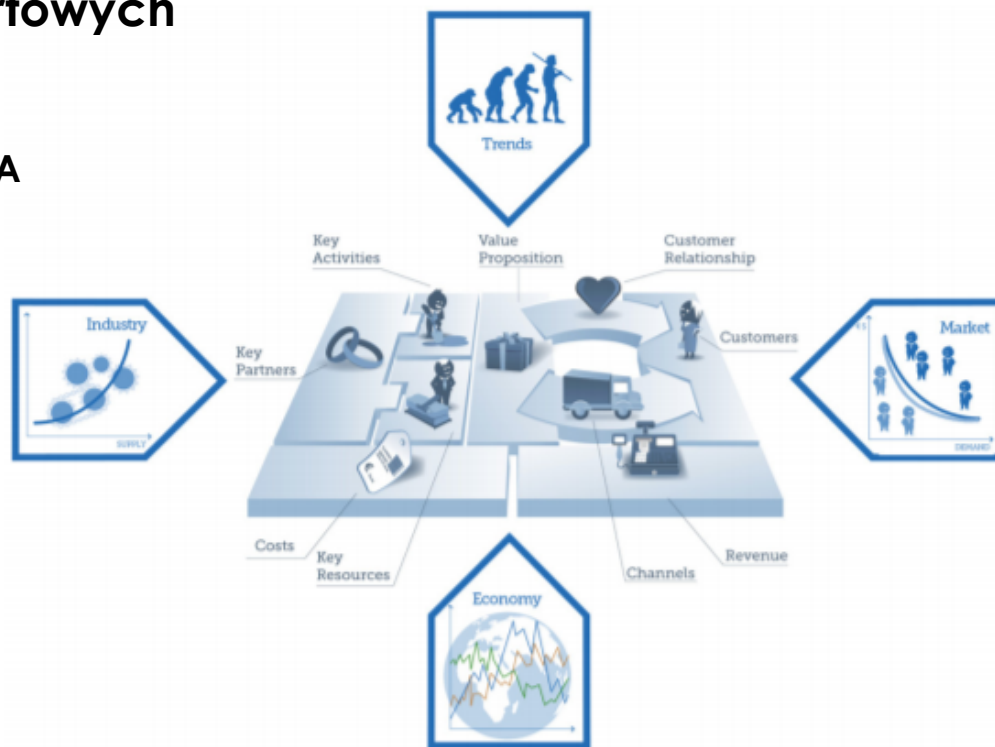
Szablon modelu biznesowego



Źródło: <https://pdf.helion.pl/twmobi/twmobi.pdf>

Otoczenie biznesowe modelu biznesowego dla działań ekspertowych

CAŁŚCIOWA OCENA
RZECZYWISTOŚCI



JEDNOLITY RYNEK WEWNĘTRZNY UNII EUROPEJSKIEJ

- SWOBODA ŚWIADCZENIA USŁUG
- SWOBODA PRZEPŁYWU TOWARÓW
- SWOBODA PRZEPŁYW KAPITAŁU
- SWOBODA PRZEPŁYWU OSÓB
- SWOBODA PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

**JEDNOLITY RYNEK
UNII EUROPEJSKIEJ
(m.in. Dania,
Szwecja, Finlandia)**

Europejski Obszar Gospodarczy



Obszar państw Unii Europejskiej oraz Europejskiego Stowarzyszenia Wolnego Handlu (Islandia, Liechtenstein, Norwegia)

EOG **obejmuje cztery swobody rynku wewnętrznego:**

- swobodny przepływ towarów,
- osób,
- usług,
- kapitału

Porozumienie o EOG **nie obejmuje:**

- wspólnej polityki rolnej i wspólnej polityki rybołówstwa,
- unii celnej,
- wspólnej polityki handlowej,
- wspólnej polityki zagranicznej i bezpieczeństwa,
- wymiaru sprawiedliwości i spraw wewnętrznych

Skandynawia, kraje nordyckie



Poszczególne kraje czy
jeden region ?

Współpraca w regionie

<https://www.norden.org/en>



[Press](#) [Career](#) [Contact](#) [English](#) ▾

[News & media](#) [Our Work](#) [Knowledge & Resources](#) [Organisation](#) [Services](#)

[Home](#)

Welcome to Nordic co-operation

The Nordic Council of Ministers and the Nordic Council are the main forums for official Nordic co-operation, which involves Denmark, Finland, Iceland, Norway, Sweden, the Faroe Islands, Greenland and Åland. The Nordic prime ministers have a vision of the Region as the most integrated region in the



Wspólne działania wspierające region

Nordic Energy Research



News Projects Publications Funding Indicators About us

Project highlights

Energy in the West Nordics and the Arctic (EVA)

This project explores the energy s...



Nordic Energy Equality Network (NEEN)

This project brings together peopl...



Baltic Energy Technology Scenarios 2018

Update: Discussing BENTE 2018 ...



Nordic Energy Technology Perspectives 2016

Nordic Energy Technology Perspe...



Shift

Shift captures the momentum of ...



Negative CO2

Negative CO2 is a research projec...



Nordic Energy Research regularly sends out a newsletter with the latest updates on our activities. Subscribe to make sure you don't miss anything!

Enter your email address



I agree to the [privacy policy](#)

[Sign up for the newsletter](#)



Will electricity prices in Norway double?

Recently there has been some discussion in the Norwegian media, and online,



Norway still well in the lead in electric car adoption

The market share for electric cars in Norway could pass 50 per cent in 2019, according to calculations based on the survey Nordic Electric Car Barometer 2019. According to calculations based on the Electric car barometer 2019, an estimated 78,000 Norwegians are planning to buy a new electric car in the next 12 months. With estimated total sales of 150,000 passenger cars, the market share for electric cars could pass 50 per cent in Norway in 2019. Last year, 32...



New report maps the development of transport innovations

Technologies may compete, complement or be neutral to one another. This report highlights how different technologies and fuels have developed in the Nordic countries. Several measures and initiatives to decarbonise transport have been introduced in Europe and in the Nordic countries. This report focuses particularly on new vehicle and fuel technologies but it also deals with other transport innovations which can contribute to a shift to cleaner modes of transport, such as mobility as a service (MaaS) and autonomous vehicles...

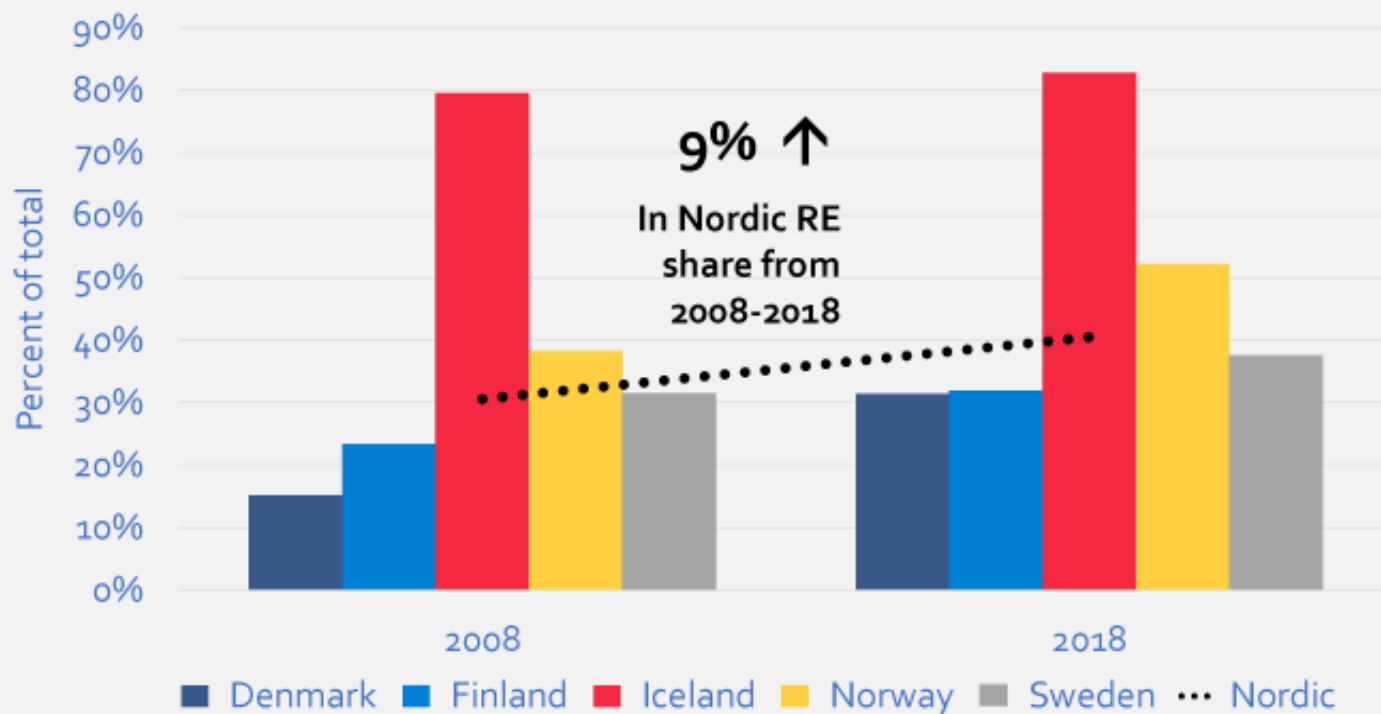
<https://www.nordicenergy.org/>





Share of renewables has increased

Fig 2.4: Share of RE on total primary energy consumption [%]

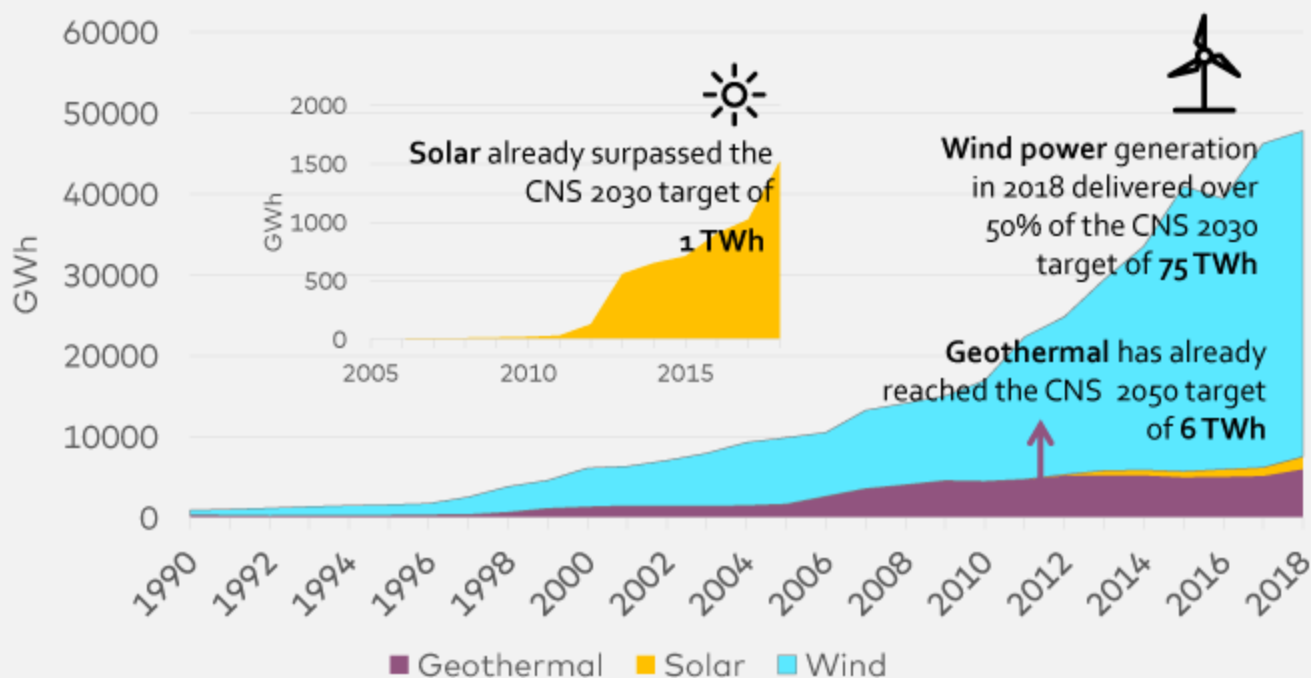


Źródło zdjęcia : <https://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1146911/FULLTEXT05.pdf>



Variable renewable energy increasing

Fig 3.6: Nordic renewable electricity generation (excl. hydro) (GWh)



Źródło zdjęcia: <https://www.nordicenergy.org/figure/variable-renewable-energy-increasing/>

embla

EMBLA NORDIC FOOD AWARDS

The Prize Awards, DogA, Oslo June 20th 2022. Watch the prize awards live on Facebook: Emblafoodawards from 7.45 PM.

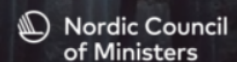
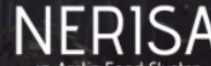
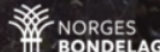
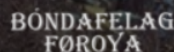
EMBLA, the Nordic Food Awards, creates visibility for Nordic food and the innovative people behind it, both in the Nordic countries and internationally. The purpose of EMBLA is to strengthen the knowledge of Nordic food.

The Nordic Farmer's Council, NBC, is responsible for EMBLA Food Awards with the support from the Nordic Council of Ministers.

For further information, please contact:

Kari Marte Sjøvik – Project manager – kari.marte.sjovik@bondelaget.no

Guro Bjørnstad Heimly – communication adviser – guro.bjornstad.heimly@bondelaget.no



Wspólne działania wspierające region

[WHY CHOOSE ECOLABELLING](#)[BECOME CERTIFIED](#)[PRODUCT GROUPS](#)[THE NORDIC SWAN](#)

Nordic Swan Ecolabel

The official ecolabel of
the Nordic countries

[HOW TO APPLY →](#)[WHAT ARE THE COSTS? →](#)[CRITERIA →](#)

Oficjalne oznakowanie ekologiczne
krajów nordyckich



http://www.nordic-ecolabel.org/



Home About... Criteria Climate Apply Portals Downloads



Organisation

- Cooperation and Coordination
- History
- Organisation
- The Mission
- How to Apply
- Annual Report
- Contact us

You are here: Home » About... » Organisation

Organisation

The criteria are the same in all the Nordic countries. The choice of criteria is made by the Nordic Ecolabelling Board with representatives from each country.

A product or service that has been granted the Nordic Ecolabel in one of the countries can be marketed in the other Nordic countries without an additional application process. However there is a small administration process for registering the product in each country.

Employees

Today there are over 100 employees in the Nordic Ecolabelling organisation with national offices in Stockholm, Copenhagen, Helsinki, Oslo and Reykjavik. The professional profiles range from experts within chemistry and biology to marketing and PR.

Nordic Ecolabelling | <http://www.nordic-ecolabel.org>

Applying for the Nordic Ecolabel

Environmental and climate concerns are making more consumers and companies re-think their buying and production processes. The Nordic market is among the most environmentally progressive regions in the world. There is a need for more environmentally-sound products in this marketplace. One of the best and fastest ways to promote these products is by carrying the Nordic Ecolabel.

Which Product group?

Once a criteria document has been finalised, businesses can apply for the right to use the label on a product which falls into this category. The national offices manage licence applications and grant licences.

Companies can obtain the right to use the Nordic Ecolabel on their product via a licensing process. Licences will be granted to products that fulfill the criteria for the specific product group. There are 63 product groups with valid criteria.

Valid criteria for each product group can be downloaded [here](#).

If criteria for a product group is not available, you can send us a proposal for a new product group.

Where to Send the Application?

Companies which produce and market their products in Sweden, Norway, Finland Iceland or Denmark should apply in their own country. Other companies must apply in the country in which the Ecolabelled products primarily will be sold.

Contact an administrator in the relevant country before beginning your application. This will save you both time and effort.

Application Form

When applying for a Nordic Ecolabel licence, the first step is to fill in an application form. You must also provide documentation demonstrating that your product meets the criteria for the product group.

Documentation and Audits

Nordic Ecolabelling checks that products fulfill certain criteria using methods such as samples from independent laboratories, certificates and audit visits.

Rules and regulations

In the [Regulations for Nordic Ecolabelling](#), general rules concerning the Nordic Ecolabel are stated, i.e. matters regarding applications, validity, privacy and fees. Information on how the Nordic Ecolabel can be used for marketing purposes, i.e. color, placement and translations can also be found in this document.

Registration in Other Countries

The Ecolabelling licence will be issued in the country where the application is sent. If you want to use the logo in some or all of the other Nordic countries, you need to register the licence in each country. Forms are available on our download page.

Product Groups

Name	Version	Criteria documents
Alternative dry cleaning	1.6	English Norwegian
Biofuel Pellets	2.2	English Swedish
Candles	1.4	English Danish
Car and boat care products	5.5	English Norwegian
Chemical building products	2.3	English Swedish
Cleaning agents for use in the food industry	1.7	English Danish
Cleaning Products	5.2	English Swedish
Cleaning services	2.4	English Danish
Closed Toilet Systems	3.0	English Norwegian
Compost bins	3.0	English Norwegian
Computers	7.2	English Swedish
Construction and facade panels	6.0	English Danish
Copy and printing paper	4.1	English Swedish
Cosmetic products	2.10	English Swedish
De-icers	2.4	English Danish
Dishwasher detergents and rinsing agents	6.2	English Swedish
Dishwasher detergents for professional use	2.6	English Swedish
Disposable bags, tubes and accessories for health care	1.5	English Danish
Disposables for food	3.2	English Danish
Durable/resistant wood for outdoor use	2.0	English Norwegian
Floor care products	4.3	English Danish
Floor coverings	6.0	English Swedish
Fuel	2.2	English Norwegian

First Prev **1** 2 3 Next Last



Wspólne działania wspierające region

Branża odzieżowa jest bardzo charakterystyczna i istnieje wiele czynników, które mogą wpłynąć na możliwości wejścia zagranicznej firmy na ten rynek. Chociaż każdy z krajów nordyckich uważa się za inny, **kraje nordyckie są postrzegane globalnie jako jeden rynek**. Nordycki styl życia i wzornictwo są obecnie poszukiwane na całym świecie, co może zapewnić ogromne możliwości dla firm skandynawskich. Ostatnie zainteresowanie "pochodzeniem produkcji" po raz kolejny wprowadziło do gry skandynawską produkcję tekstylną i odzieżową. Przejście w kierunku produkcji lokalnej jest **motywowane rosnącym popytem na zrównoważoną społecznie i ekologicznie produkcję, jak również rosnącym pragnieniem niepowtarzalności i tożsamości narodowej na zglobalizowanym rynku**.

Skandynawski design jest znanym kierunkiem stylistycznym uformowanym przez naturalne elementy i charakteryzującym się funkcjonalistycznym podejściem do formy. Koncepcja oparta na nowoczesnym stylu życia, który odzwierciedla skandynawskie społeczeństwo, kulturę i związek z naturą, „forma podąża za funkcją”. Dodajmy do tego techniczną operatywność Finlandii i dziwaczność Islandii, a otrzymamy Nordics - region w swojej własnej lidze stylistycznej.

NORDIC**FASHION**ASSOCIATION

[News](#) [Projects](#) [About NFA](#) [Members](#) [Contact](#)



Make Works – Norway, Sweden and Denmark

Written by Kirsti Reitan Andersen. The recent interest in the 'origin of production' has once again brought Nordic textile and garment production into play.

[Read Article](#)

<http://nordicfashionassociation.com/>

Wspólne działania wspierające region

<https://www.nordiccommercialagents.com/>

IUCAB B2B platform Scandinavia
nordic-commercialagents.com

IUCAB the worldwide alliance of independent sales organisations

HOME ABOUT US MEMBERSHIP POLARSTOFF & OTHER EVENTS BLOG & NEWS CONTACT

MEMBER AREA

Home About us Contact Imprint Prices Help

PLACE AN AD TO FIND COMMERCIAL AGENTS AGENT DIRECTORY EDIT/CHANGE YOUR ENTRY

Advertisements Agents

LOOKING FOR SALES AGENTS? Visit online agent database: www.nordiccommercialagents.com

Find Commercial Agents in Scandinavia (Finland, Norway, Sweden, Denmark) on IUCAB B2B platform Scandinavia. Place your ad now.

Businesses who are seeking Commercial Agents in Scandinavia (Finland, Norway, Sweden, Denmark) can [place an ad to find Commercial Agents](#).

Commercial Agents listed in the Agent Directory will be notified of new offers by email.



Current Advertisements from Principals		Agent Directory	
Advertisements in Scandinavia (Finland, Norway, Sweden, Denmark):	8	Listings in Scandinavia (Finland, Norway, Sweden, Denmark):	980
Advertisements in other countries:	277	Listings in other countries:	12853
Search for advertisements in Scandinavia (Finland, Norway, Sweden, Denmark)		Search by Industry Sector in Scandinavia (Finland, Norway, Sweden, Denmark)	

New Advertisements

A German company producing furniture fittings is looking for a representative for Scandinavia

BEDROOMMOOD bedding is made in Lithuania. We choose only the best Egyptian cotton (300 threads/cm) (03/22/2019)

[Click here!](#)

DANSK ERHVERV Rådgivning Kurser og events Politik og analyser Medlemskab og netværk

WELCOME TO TRADE PARTNERS SWEDEN

Association of Trade Partners Sweden is a modern international business network that deals with trade in the most serious way. Our members include agents, importers, exporters or suppliers that represent a number of European, American & Asian clients. Trade Partners Sweden is the best choice.

JOIN US

Finnish Foreign Trade Agents Federation

VIRKE Search after SEARCH

ABOUT VIRKE International trade Commercial Agents Contact details



About Virke

Virke, the Enterprise Federation of Norway organizes and represent over 21 000 businesses with more than 250 000 employees in Norway.

Virke was founded in 1990 by the trade organizations of Norway with the goal of creating one strong organization that could increase the influence of one of the most value creating industries in Norway.

Virke - the Enterprise Federation of Norway

The Swedish Association of Agents

The Danish Chamber of Commerce

← ENGLSK

Find your business partner

Businesses who are seeking Commercial Agents in Denmark can search for in the new Agents Directory or advertise to find Commercial Agents.

- 1. Dlaczego chcę eksportować towary/usługi do krajów skandynawskich ?**
- 2. Jaki produkt/ usługę chcę sprzedawać na rynki skandynawskie ?**
- 3. Czy mam już jakieś doświadczenia dotyczące sprzedaży na rynkach skandynawskich ?**



Rynek skandynawski

DANIA

NORWEGIA

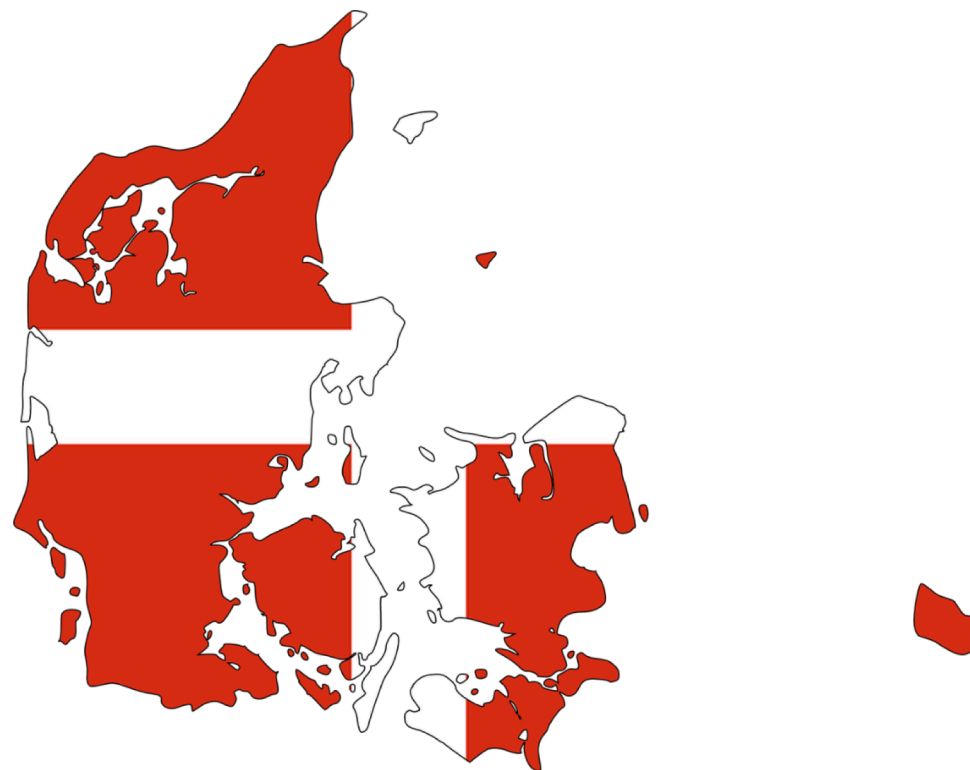
SZWECJA

FINLANDIA

ISLANDIA



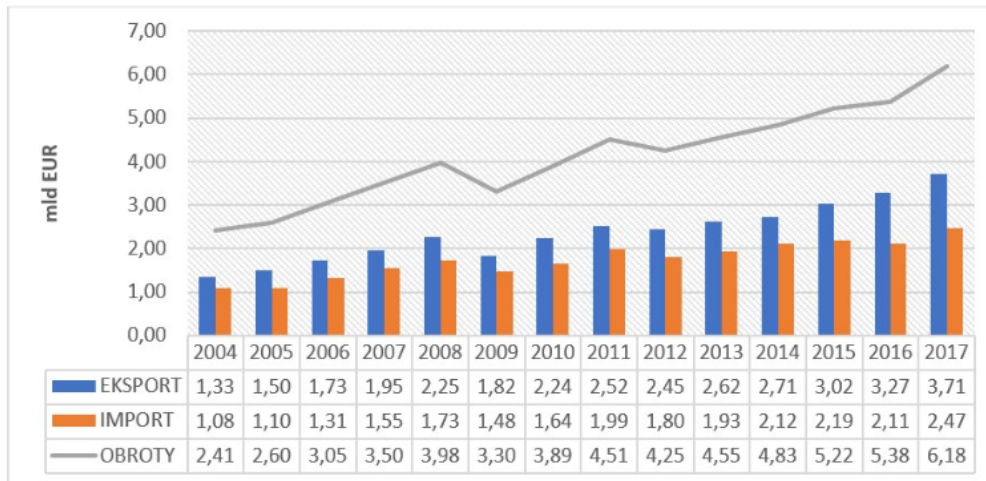
Dania



Dania – polsko – duńska wymiana handlowa

W 2021 r. Dania była 18. partnerem Polski w eksporcie oraz 21 w imporcie. Obroty handlowe Polski i Danii osiągnęły - **ponad 7,1 mld EUR**.

Dania znalazła się na 12 pozycji w rankingu bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Polsce z udziałem 2,1 % inwestycji zagranicznych ogółem, a wartość skumulowanych inwestycji duńskich wg NBP wyniosła 5,027 mld EUR.



Źródło: Główny Urząd Statystyczny

Struktura towarowa

Eksporthy

- wyroby meblarskie
- wyroby przemysłu elektromaszynowego
- artykuły rolno-spożywcze
- wyroby przemysłu chemicznego

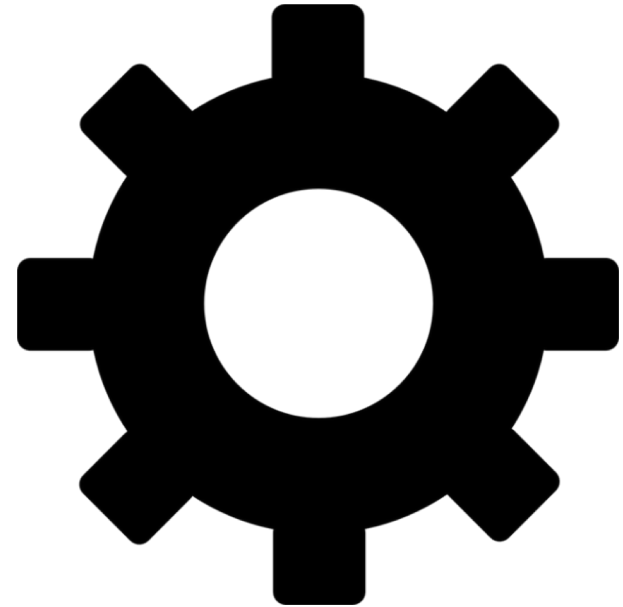
Import

- artykuły rolno-spożywcze
- wyroby przemysłu elektromaszynowego
- wyroby przemysłu chemicznego

Źródło: msz.gov.pl, denmark.trade.gov.pl

DANIA

Główne gałęzie
przemysłu i biznesu



Dania

Energia odnawialna

Energia wiatrowa

Bioenergia

Inteligentne sieci elektroenergetyczne - Smart Grid

Duński rząd wyznaczył cel całkowicie uniezależnienia od paliw kopalnych do roku 2050. Rząd ma również ambitne krótsze cele w postaci obniżenia zużycia energii brutto o 12% w 2020 r. W porównaniu do 2006 r. ; udział w 35% energii odnawialnej w 2020 r. i 50% energii wiatrowej w duńskim zużyciu energii elektrycznej w 2020 r.

ICT

Technologie mobilne i bezprzewodowe

Oprogramowanie

Technologie dźwięku

Wykorzystanie Danii jako rynku testowego daje międzynarodowym korporacjom przewagę szybkiego dostosowania i ulepszenia produktu po niskich kosztach przed jego wydaniem na rynek światowy.



Nauka

Biotechnologia
Technologia medyczna
E- zdrowie

Przemysł nauk przyrodniczych w Danii stał się jednym z najsilniejszych klastrów w Europie. Dzięki doskonałej współpracy pomiędzy partnerami publicznymi i prywatnymi a unikalnym środowiskiem testowym, Dania przekształca badania kliniczne w biznes.



Przemysł Morski

Spedycja
Offshore
Zawansowana technika morska

Dania mimo niewielkiego rozmiaru kraju dysponuje jednym z największych na świecie przemysłów żeglugowych.



Dania – sektor meblarski

Duński design

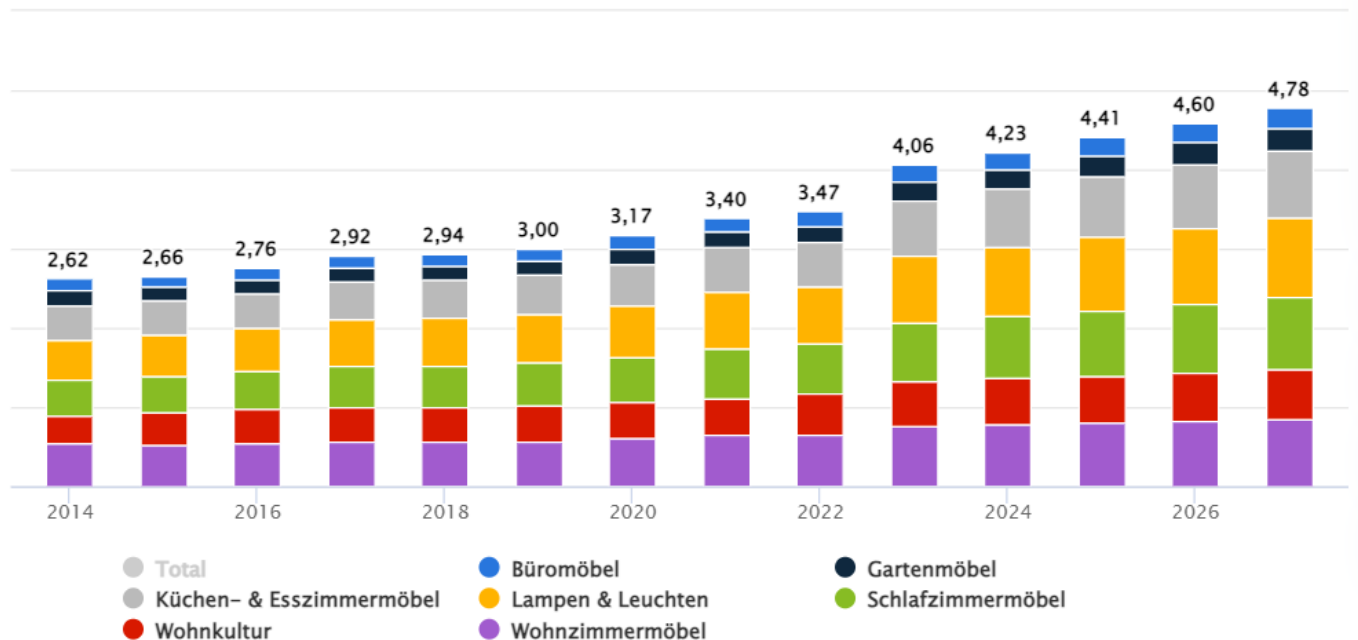
Dania to społeczeństwo projektowe o wzornictwie przenikającym większość sfer życia, od światowych, unikatowych produktów i budynków, nad zrównoważonym planowaniem miejskim w kierunku zintegrowanych klastrów innowacyjnych. To sprawia, że Dania jest doskonałym ośrodkiem dla firm pragnących zwiększyć wartość swoich produktów lub usług poprzez dotarcie do światowej klasy talentów projektantów i społeczeństwa określonego w projekcie.



- W ciągu ostatniej dekady wiele marek meblowych stworzyło sklepy internetowe, ale większość z nich została zaprojektowana tak, aby zwabić klienta do sklepu stacjonarnego, a nie dokonać bezpośredniego zakupu online.
- Coraz więcej marek odkrywa nowe sposoby prezentowania swoich produktów w innowacyjny i atrakcyjny wizualnie sposób przy użyciu zaawansowanych technologii, takich jak ImageScripting, WebAR i konfiguratory produktów, coraz więcej klientów zwraca się do zakupów mebli online.

Dania – sektor meblarski

- Obroty na rynku mebli wynoszą w 2023 roku około 4,07 mld €.
- Zgodnie z prognozą, w 2027 roku zostanie osiągnięty wolumen rynku w wysokości 4,79 mld €; odpowiada to rocznemu wzrostowi przychodów o 4,19%
- Największym segmentem rynku jest segment lamp i opraw oświetleniowych, którego wielkość rynku w 2023 roku wyniesie około 0,85 mld €.
- W przeliczeniu na wielkość populacji, rynek ten będzie miał obrót około 694,40 € na mieszkańca w 2023 roku.



Dania – Rolnictwo i przemysł spożywczy

61% całkowitej powierzchni Danii jest uprawiane. Gospodarstwa rolne są duże, o średniej wielkości 70 ha. Jednak ponad 20% gospodarstw rolnych przekracza 100 ha ziemi.

Dania jest eksporterem netto żywności i ma jeden z najbardziej zaawansowanych na świecie sektorów przetwórstwa żywności.

Ponad dwie trzecie produkcji rolnej jest eksportowane do ponad 200 krajów. Eksport duńskiej żywności jest silną marką na rynkach międzynarodowych pomimo wyższych kosztów produkcji niż w wielu konkurencyjnych krajach. Wynika to z wysokiego poziomu bezpieczeństwa żywności, dobrostanu zwierząt, bezpieczeństwa dostaw, jakości i efektywnego wykorzystania zasobów charakteryzujących duńską żywność. 66% ogółu eksportu trafia do krajów w ramach UE - Niemcy, Wielka Brytania, Włochy i Francja (ponad to do USA, Japonia i Europa Wschodnia)

Dominującymi uprawami polowymi są zboża. Większość zbóż, 75%, jest wykorzystywane do produkcji pasz dla zwierząt. Cztery najczęściej produkowane zwierzętami są świnie, bydło, kurczaki i norki

Do głównych produktów eksportowych należy zaliczyć – mleko i produkty mleczarskie, jaja, wołowina, trzoda chlewna, skóry norek.

Rolnictwo i przemysł spożywczy

Silna koncentracja rynku

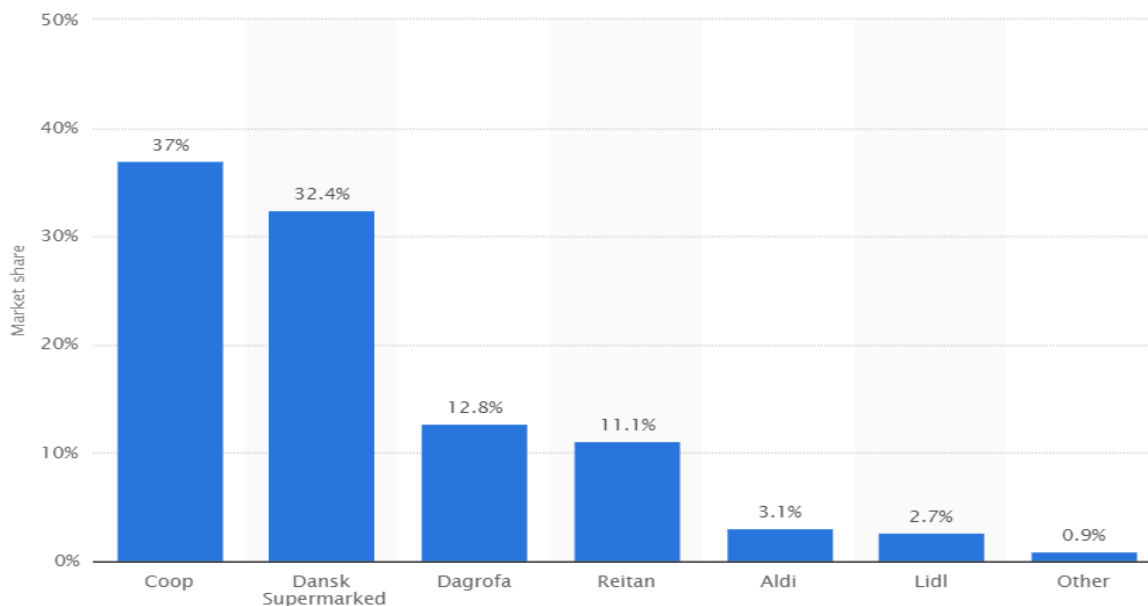
/ produkcja **Danish Crown, Carlsberg**

/ dystrybucja **Coop Danmark i Dansk Supermarked, Dagrofa**

Silna sieć powiązań producent – dystrybutor

Przedsiębiorstwa –

udziały w rynku sprzedaży detalicznej w Danii w 2020



7-Eleven Danmark
A.P. Møller - Mærsk
Aldi Danmark
Butikskæden Nærkøb
C
Coop Danmark
Coop Trading
Dagrofa
Dagrofa Detail
Dagrofa S-Engros
Dansk Supermarked
F. Salling
FDB
Kiwi Danmark
KFI
Kvikly
Irma
Irmatorvet
Letkøb
Lidl Danmark
METRO
Netto
Nettorvet
Rema 1000
Reitan Servicehandel Danmark
Skandinavisk Holding
SPAR Danmark
Statoil Fuel & Retail
SuperBest
SuperGros

Dansk Supermarked

Bilka

fotex

NETTO

COOP

Dagrofa

<https://www.s>



Produkty spożywcze

W zakresie bezpieczeństwa żywności obowiązują właściwe regulacje unijne

Nadzór nad jakością handlową artykułów rolno spożywczych:

Urząd ds. Weterynarii i Żywności

<http://www.foedevarestyrelsen.dk/>

Produkty ekologiczne



<http://www.ecolabel.dk/>

Sekretariat ds. Certyfikatów Ekologicznych -
Ecolabeling Denmark (Miljømærkesekretariatet)



Sådan bliver du registreret som importør af fødevarer

Inden du starter med at indføre fødevarer fra udlandet, skal du være registreret som importør

BESVAR FØLGENDE SPØRGSMÅL

? Hvad er dit formål?

Kommercielt Videre >>

08-05-2014

Til top ^

Stowarzyszenie **Organic Denmark** zrzesza ponad 160 firm członkowskich reprezentujących rynek żywności ekologicznej. Obejmuje ono prawie całą branżę.



www.organicdenmark.dk

Danish organic companies



With more than 180 organic member companies, Organic Denmark represent essentially the entire organic food industry in Denmark.

[Danish organic companies >](#)

Organic Denmark at International Fairs



Organic Denmark is looking very much forward to join the Nordic Organic Food Fair in Malmö, Sweden, November 16-17th 2016, where we host the joint stand for 23 Danish organic companies.

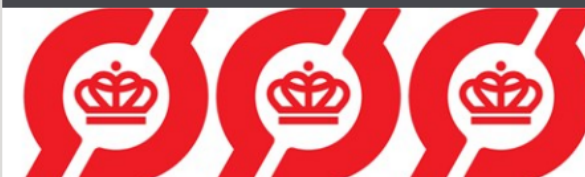
[Nordic Organic Food Fair >](#)

World leading organic nation



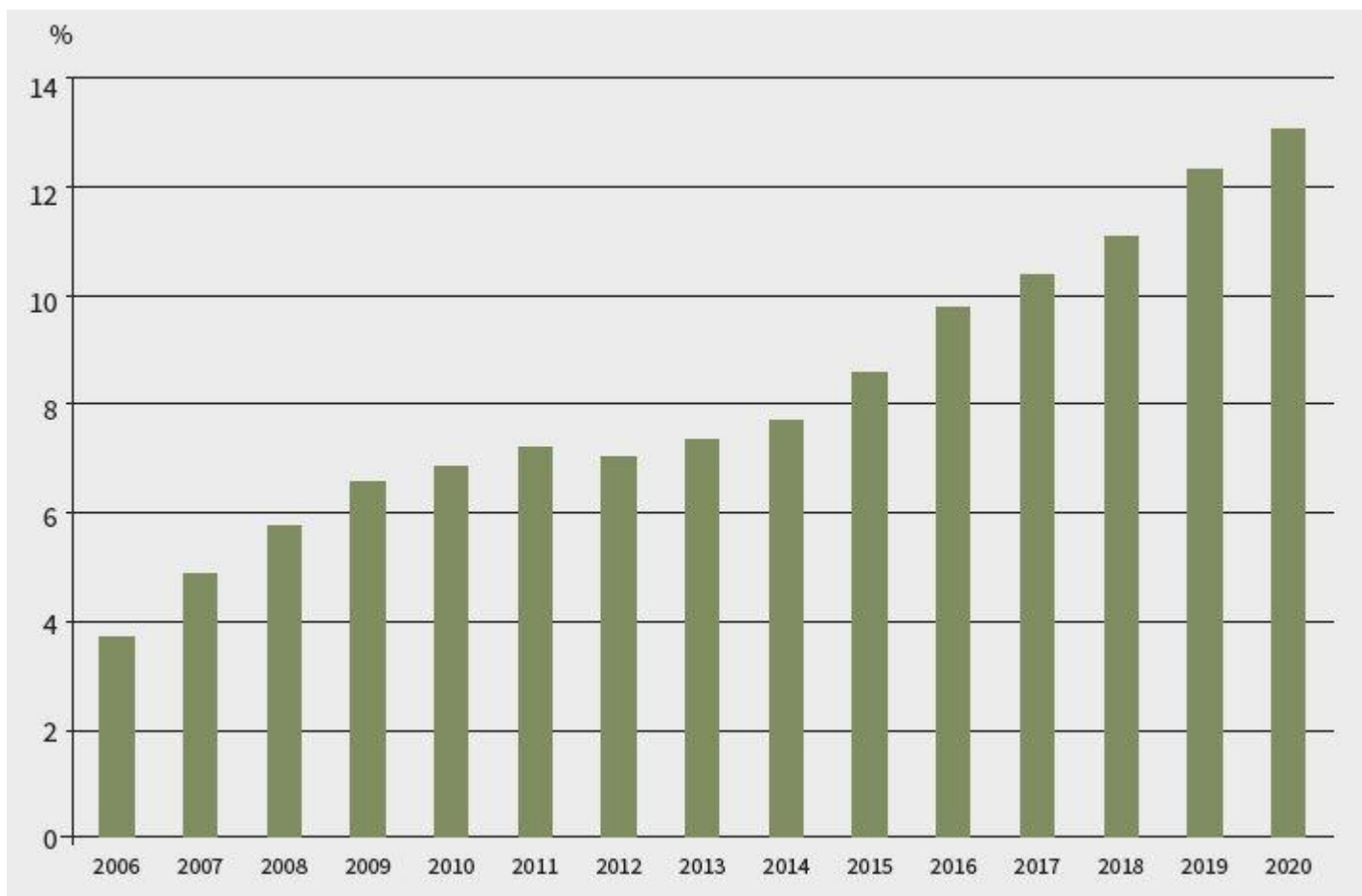
With an organic market share of 8.4 percent of the total Danish food sales, Denmark still takes the lead when it comes to the consumption of organic

The Danish organic label



Denmark has a long tradition of supporting organic products. Products that meet the requirements have the official red & label

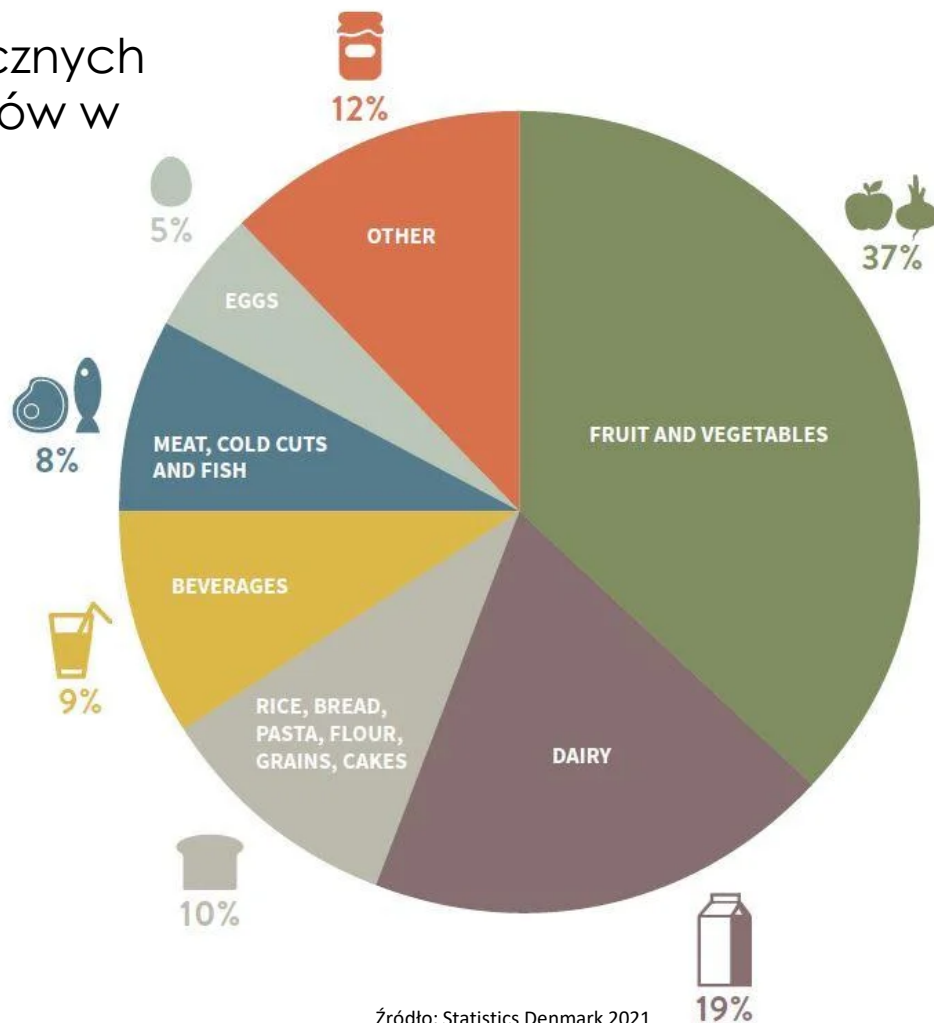
W 2020 roku 12,8% zakupów żywności Duńczyków stanowiły produkty ekologiczne, co stanowi najwyższy udział w rynku ekologicznym w porównaniu z jakimkolwiek innym krajem na świecie.



SPRZEDAŻ ORGANICZNA W DANII

10 najpopularniejszych, ekologicznych produktów duńskich konsumentów w 2020 r. to:

- Banany (66,5%)
- Nabiał na bazie roślin (64,9%)
- Marchew (47,6%)
- płatki owsiane (47,2%)
- Jogurt Naturalny (47,0%)
- Rośliny okopowe (45,4%)
- Kapusta (36,2%)
- Mleko (34,3%)
- Mąka (33,7%)
- Jajka (31,2%)



Źródło: GfK ConsumerScan

Źródło: Statistics Denmark 2021

KANAŁY SPRZEDAŻY DUŃSKIEJ, EKOLOGICZNEJ ŻYWNOSCI

Sprzedaż produktów organicznych rośnie w rekordowym tempie. W 2020 roku łączna sprzedaż organiczna w Danii wyniosła aż 18,3 mld DKK.

Duński sektor detaliczny, w tym dynamicznie rozwijająca się sprzedaż internetowa, stanowi największą część całkowitej sprzedaży organicznej, która obejmuje 16 miliardów DKK. Wręcz przeciwnie, rok 2020 był trudnym rokiem dla duńskiego sektora gastronomicznego, ponieważ Covid-19 położył kres skądinąd znacznemu wzrostowi organicznemu od 2010 r. W związku z przedłużającymi się zamknięciami dużej części branży gastronomicznej podczas blokady, dlatego Organic Denmark szacuje drastyczny spadek obrotów produktami ekologicznymi w gastronomii w 2020 roku.

DKK 16 BN



DKK 1.6 BN



DKK 0.7 BN



Źródło: GfK ConsumerScan 2021, Statistics Denmark 2021 oraz szacunki Organic Denmark dla sektora gastronomicznego w 2020 r.

Rolnictwo i przemysł spożywczy / dostęp do rynku

Mięso i produkty mięsne

Krajowe przepisy dotyczące
dodawania azotynów
do niektórych produktów mięsnych.

Środek spożywczy	Ilość dodawanych azotynów (mg/kg)
08.3.1 Mięso przetworzone niepoddane obróbce cieplnej	Łącznie 60 mg/kg, ale w salami fermentowanych – łącznie 100 mg/kg, a w produktach całkowicie lub wstępnie konserwowanych – łącznie 150 mg/kg
08.3.2 Mięso przetworzone poddane obróbce cieplnej	Łącznie 60 mg/kg, ale nie w tradycyjnych duńskich pulpetach i pasztetach z wątroby. W produktach całkowicie lub wstępnie konserwowanych – łącznie 150 mg/kg ¹ , w rullepolsie (kielbasie-roladzie mięsnej) – łącznie 100 mg/kg ¹ , w produktach całkowicie lub wstępnie konserwowanych i szynce peklowanej solą – łącznie 150 mg/kg
08.3.4 Tradycyjnie peklowane produkty mięsne, objęte specjalnymi przepisami dotyczącymi azotynów i azotanów	Łącznie 60 mg/kg, ale w boczku typu Wiltshire i podobnych produktach – łącznie 150 mg/kg

DECYZJE

DECYZJA KOMISJI (UE) 2015/826
z dnia 22 maja 2015 r.

dotycząca przepisów krajowych zgłoszonych przez Danię w sprawie dodawania azotynów do niektórych produktów mięsnych

(notyfikowana jako dokument nr C(2015) 3526)

(Jedynie tekstu w języku duńskim jest autentyczny)

KOMISJA EUROPEJSKA

uwzględniając Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej, w szczególności jego art. 114 ust. 6,

a także mając na uwadze, co następuje:

I. FAKTY I PROCEDURA

- Decyzja Komisji 2010/561/UE (1) zatwierdziła duńskie przepisy krajowe dotyczące dodawania azotynu potasu, E 249, oraz azotynu sodu, E 250 (azotyny) do produktów mięsnych, zawarte w zarządzeniu nr 22 z dnia 11 stycznia 2005 r. w sprawie dodatków do żywności (Bilæggelse nr 22 af 11.1.2005 om tilfæddingsstoffer til fædsevarer) oraz w duńskim wykazie pozytywnym dodatków do żywności (Liste over tilladte tilfæddingsstoffer til fædsevarer „Positivelisten”), które Królestwo Danii zgłosiło Komisji w piśmie z dnia 20 listopada 2009 r. zgodnie z art. 114 ust. 4 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej (TFUE). Wspomniane przepisy krajowe zostały zatwierdzone na okres do dnia 25 maja 2015 r.
- Dania nie jest zobowiązana do transparentnej dyrektywy 2006/52/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (2) do prawa krajowego w zakresie, w jakim dotyczy ona stosowania azotynów w produktach mięsnych. Decyzją 2010/561/UE Dania została zobowiązana do systematycznego zbierania i przedkładania Komisji danych pokazujących, czy stosowanie poziomów określonych w dyrektywie 2006/52/WE pozwala osiągnąć wymagany poziom ochrony, a jeżeli nie, to czy może to prowadzić do nieodpowiedzialnego zagrożenia dla zdrowia ludzkiego. Jednocześnie decyzją tą Komisja została zobowiązana do monitorowania wykonywania dyrektywy 2006/52/WE w państwach członkowskich, w szczególności w odniesieniu do stosowania azotynów przez producentów w różnych kategoriach produktów mięsnych oraz do przeprowadzania konsultacji z państwami członkowskimi, zainteresowanymi stronami i EFSA.
- W drodze rozporządzenia Komisji (UE) nr 1129/2011 (3) pozostają inne warunki stosowania azotynów w produktach mięsnych, ustanowione dyrektywą 2006/52/WE, przeniesiono do załącznika II do rozporządzenia (WE) nr 1333/2008 Parlamentu Europejskiego i Rady (4), które obowiązują od dnia 1 czerwca 2013 r.
- Pismem z dnia 25 listopada 2014 r. Dania notyfikowała Komisji swój zamiar utrzymania przepisów krajowych w sprawie stosowania azotynów jako dodatków do produktów mięsnych, które to przepisy różnią się od rozporządzenia (WE) nr 1333/2008. Zarządzenie nr 542 z dnia 27 maja 2013 r. w sprawie m.in. dodatków do żywności w środkach spożywczych (BEK nr 542 af 27.5.2013 (fikstretning/bekendtgørelsen) Offentliggørelsesdato: 31.05.2013, Fødevarerministeriet). Na poparcie notyfikacji Dania przedłożyła dodatkowe informacje zawierające dane dotyczące spożycia i przywozu produktów mięsnych, narazem na azotyny, czystości występowania zanieczyszczenia jadem kielbasianym oraz tworzenia się nitrosoamin w przetworzonych produktach mięsnych.

Duński rynek kosmetyków

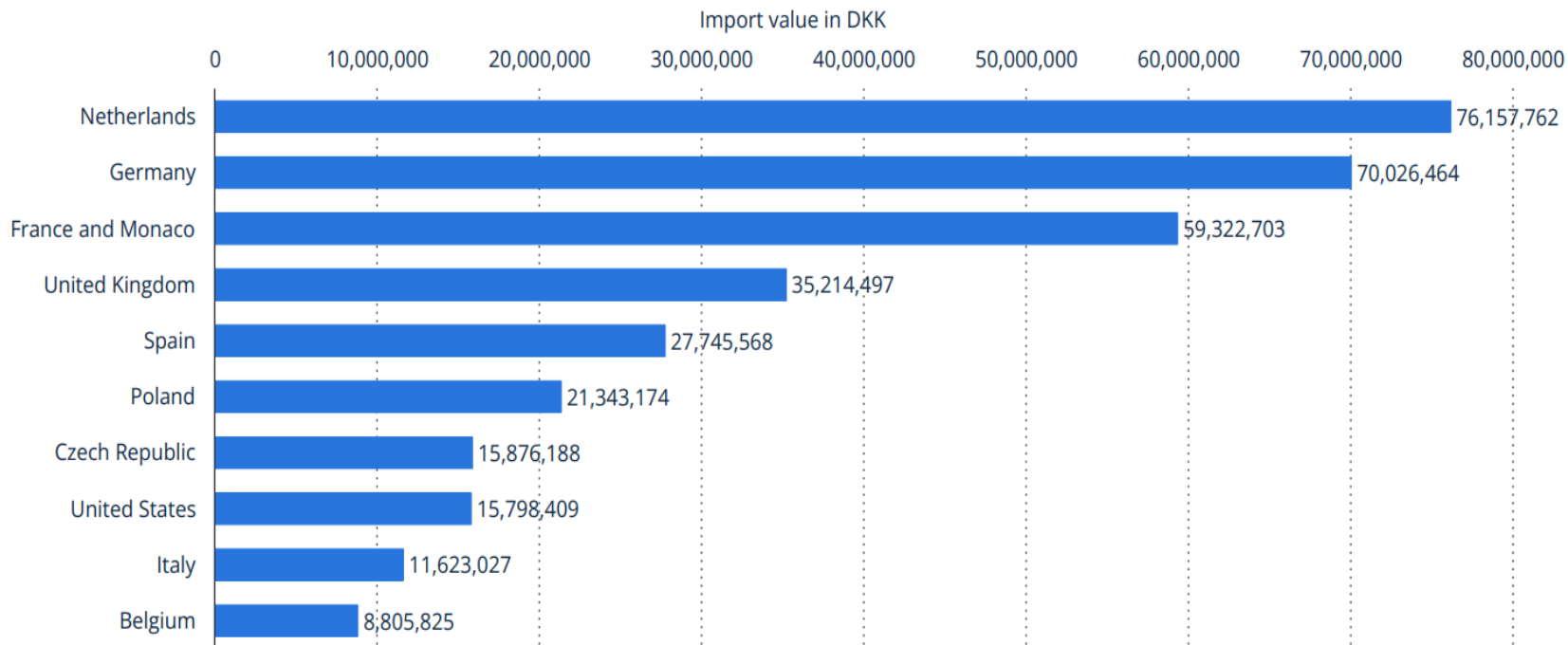


- Rynek kosmetyczny obejmuje produkty do higieny osobistej, takie jak perfumy, lakiery do paznokci lub podobne produkty. Duński rynek kosmetyczny rozwija się w ostatnich latach bardzo dynamicznie.
- Sytuacja konkurencyjna w branży - Formą konkurencji jest zróżnicowany oligopol, ponieważ na rynku dominuje kilku dużych dostawców.
- Matas jest liderem rynku duńskiego w zakresie sprzedaży kosmetyków. Silna pozycja wynika z dużej lojalności klientów oraz bardzo intensywnej dystrybucji.
- Oprócz marki Matas w sieci dostępne są również kosmetyki Normal. Podobnie Sephora, która przeniosła się do Danii ze sklepami i sklepem internetowym. Oprócz tego istnieje wielu mniejszych graczy, takich jak Luxplus i beautycos.

Duński rynek kosmetyków

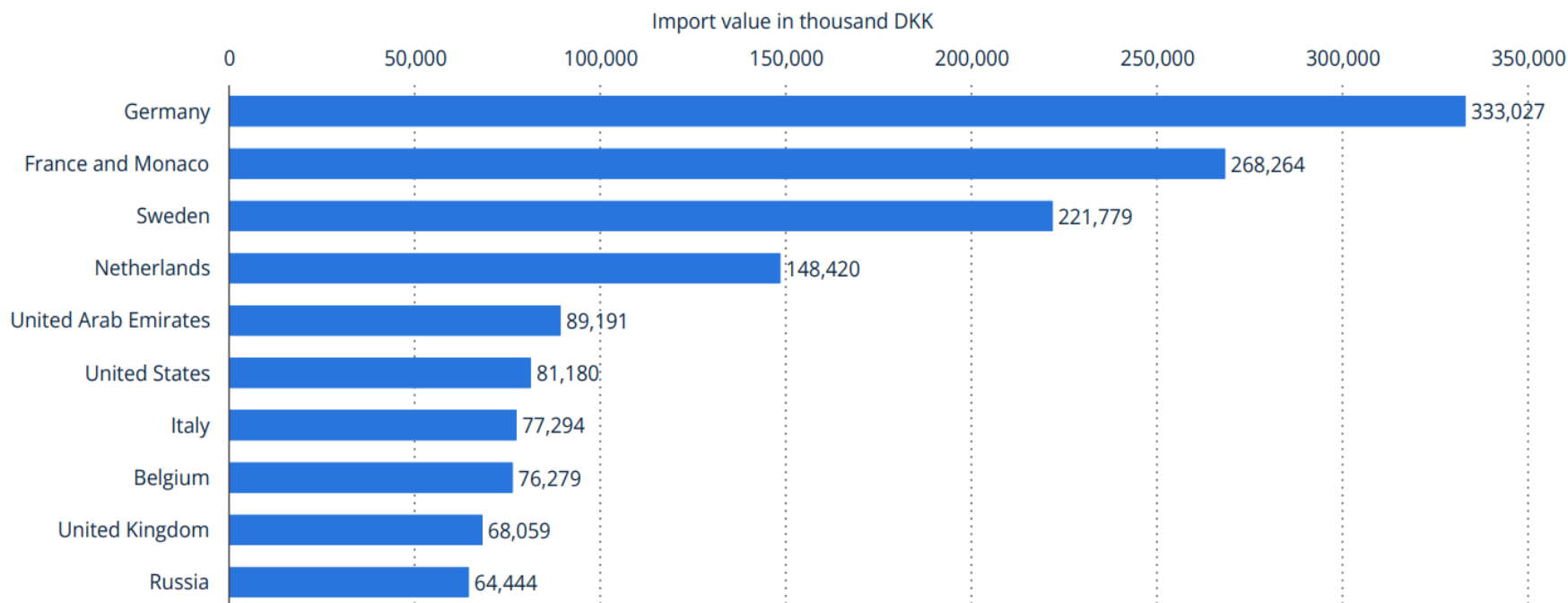
- Zaistnienie jako dostawca na rynku kosmetycznym nie jest trudne, ponieważ dystrybucja odbywa się poprzez sprzedaż przez własną stronę internetową lub do mniejszych sklepów specjalistycznych.
- Obecni duzi dostawcy osiągają jednak korzyści skali, ponieważ mogą w ten sposób oferować niskie ceny. W ten sam sposób obecni duzi i ugruntowani na rynku dostawcy wydają dużo kapitału na odróżnienie się od konkurencji, a także na intensywny marketing.
- Dlatego ogólnie rzecz biorąc, zdobycie pozycji wymagającego dostawcy może być kapitałochłonne, a zatem bariery wejścia są wysokie.

Główni partnerzy importowi Danii dla perfum w 2021 roku, według wartości importu (w DKK)



Źródło: <https://slotshaven-studieportal.dk/wp-content/uploads/2022/11/Cosmetics-and-body-care-industry-in-Denmark.pdf>

Główni partnerzy importowi Danii w zakresie preparatów do makijażu i skóry w 2021, według wartości importu (w DKK)



Źródło: <https://slotshaven-studieportal.dk/wp-content/uploads/2022/11/Cosmetics-and-body-care-industry-in-Denmark.pdf>

Dania – e – commerce

- Handel elektroniczny był i nadal jest rosnącym rynkiem w Danii. W 2021 roku Dania odnotowała najwyższe wydatki per capita na zakupy online w Europie, wynoszące 3000 USD. Na drugim miejscu w rankingu znalazła się Norwegia, której wydatki online wyniosły 2400 USD, podczas gdy brytyjscy kupujący online wydali w ciągu badanego roku 2300 USD (Statista).
- Duński rynek handlu elektronicznego usprawnił zakupy online, umożliwiając handel za pośrednictwem smartfonów, rozszerzył opcje odbioru oraz zoptymalizował i rozpoznał problemy za pomocą narzędzi analitycznych Big Data.
- Duńczycy robią zakupy online przede wszystkim dlatego, że cenią sobie elastyczność w zakresie możliwości składania zamówień w dowolnym miejscu i czasie. Prawie jeden na trzech duńskich konsumentów e-commerce, w 2021 r dokonało zakupów online za pomocą telefonu komórkowego w miesiącu.
- Detaliści, którzy chcą konkurować o siłę nabywczą Duńczyków, muszą, innymi słowy, wziąć pod uwagę szybko zmieniające się nawyki konsumentów i odpowiednio zmienić sposób kupowania, na przykład poprzez dostosowanie ich stron internetowych do potrzeb mobilnych.

Dania – E – commerce

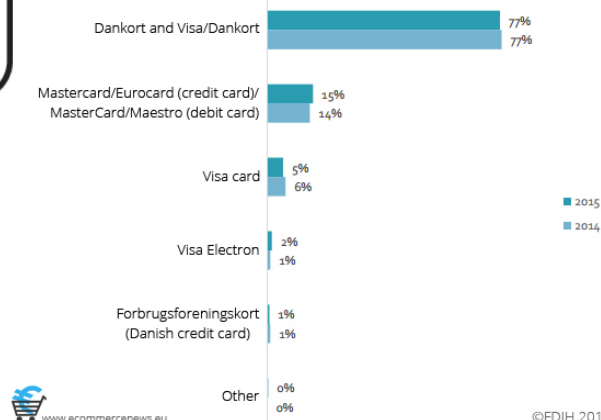
Duński rynek e-commerce jest warty 13,84 miliardów euro

Użytkownicy internetu – 5,4 mln – 96,1 % ogółu ludności

Okolo 79% użytkowników robi zakupy w internecie



Preferred payment methods in Denmark

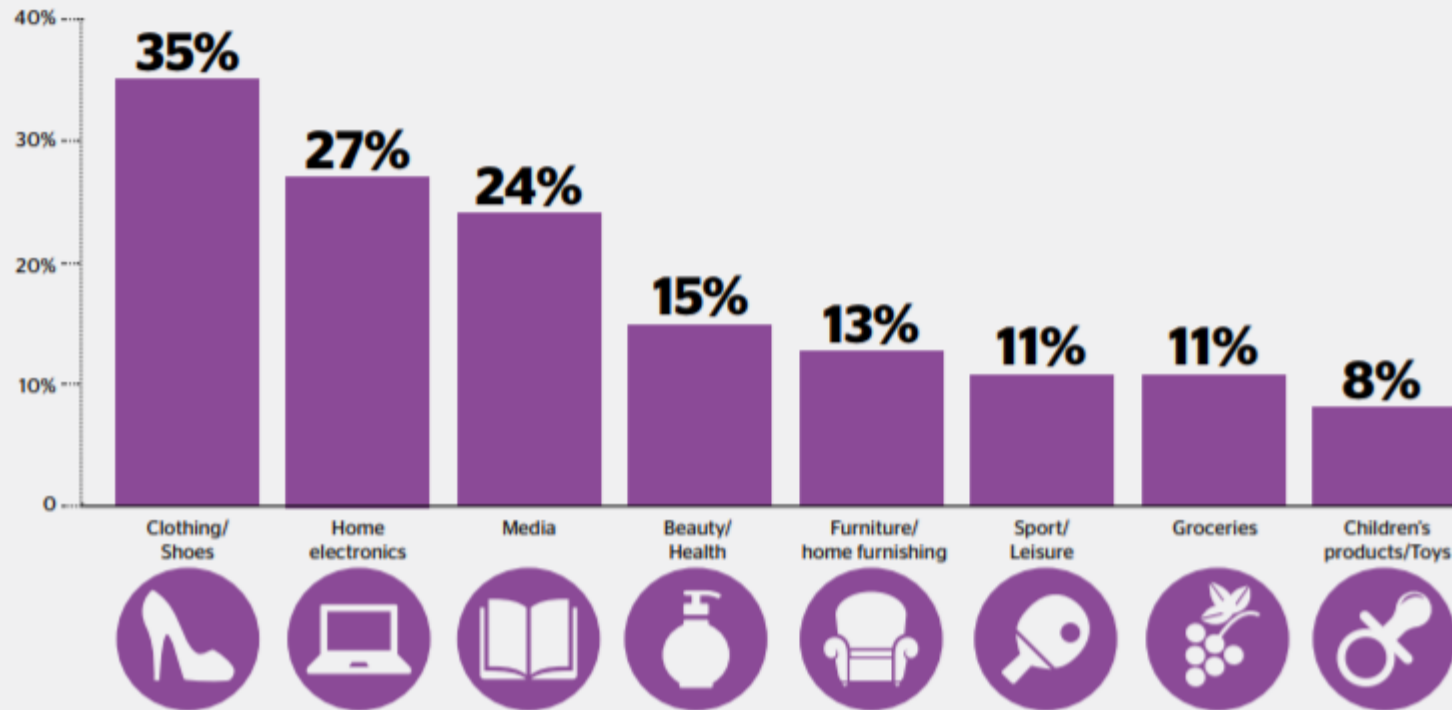


Preferowane formy płatności

- Karta debetowa lub kredytowa była wiodącą metodą płatności za zakupy w Danii w 2021 r., z której korzystała ponad połowa (52 proc.) użytkowników e-commerce.
- Płatności mobilne, takie jak MobilePay, znalazły się na drugim miejscu z wynikiem 22 procent respondentów. Około 13 procent duńskich kupujących online korzystało z systemu PayPal, a 4 procent korzystało z bankowości internetowej. Jeśli chodzi o preferowane karty płatnicze, większość konsumentów wybrała karty Dankort i Visa/Dankort.

Dania – e – commerce

Top list of goods purchased online**

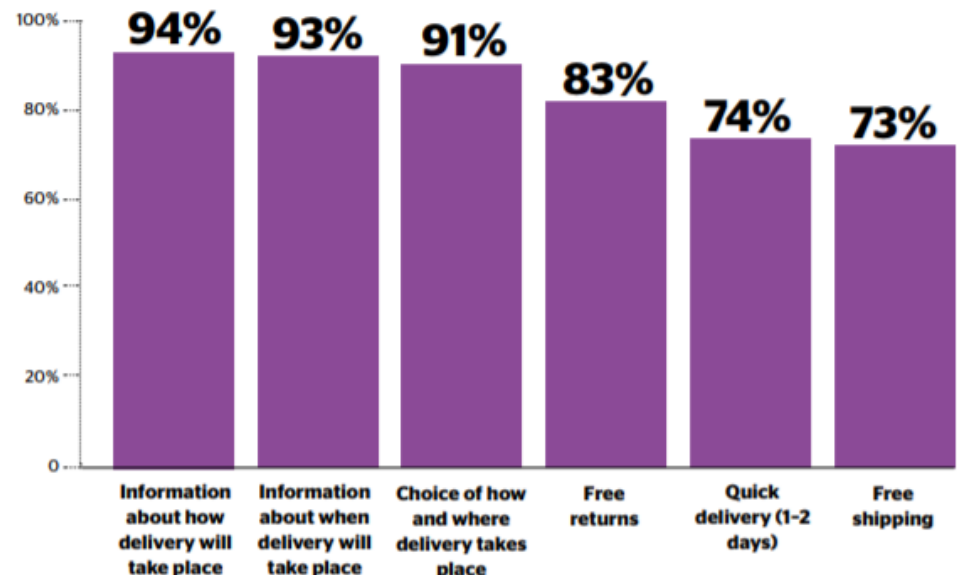


Dania – e – commerce

Duńczycy stawiają najwyższe wymagania w regionie nordyckim, jeśli chodzi o szybkie dostawy. Prawie trzy na cztery osoby uważa, że czas dostawy wynoszący maksymalnie dwa dni jest ważny lub bardzo ważny. Może to wynikać z faktu, że pod względem geograficznym Dania jest stosunkowo małym krajem o krótkich dystansach, co spowodowało wzrost oczekiwań co do szybkości.

Dania zajmuje również czołową pozycję w krajach nordyckich pod względem chęci bezpłatnych zwrotów. Oznacza to, że wyzwania logistyczne i wymagania firm, które sprzedają towary konsumentom duńskim za pośrednictwem Internetu, mogą być znaczące.

Istotne cechy sklepów internetowych - dostawa (procent, który odpowiedział "bardzo ważne" i "dość ważne")



Dania – Charakterystyka rynku

Sektor odzieżowy

Duży stopień monopolizacji rynku

Ponad 60 % produkcji trafia na eksport / Głównym odbiorcą są Niemcy
Szwecja, Holandia oraz Norwegia

Stale poszerzanie eksportu na kraje Europy Wschodniej
(głównie Polska i Rosja)

Centra produkcyjne zlokalizowane poza krajem

Dansk Mode & Textil

<http://www.dmogt.dk/>

Wzrost sprzedaży przez sklepy internetowe np.

Boozt (www.boozt.com)

Nelly (www.nelly.com)

Bonaparte (www.bonaparte.dk)

**DANSK
MODEON
&ND
TEXTILE**

Standaryzacja/certyfikacja

Sektor maszynowy

Wysoka specjalizacja rynku

- maszyny rolnicze
- elektrownie wiatrowe
- urządzenia chłodnicze
- części samochodowe

Wyroby przemysłowe



Towar legalnie wyprodukowany i dopuszczony do obrotu na terytorium jednego państwa członkowskiego musi być dopuszczony do obrotu na terytorium pozostałych państw.



- oznakowanie CE
- dyrektywa ATEX

Spełnienie minimalnych, określonych prawem wymagań dotyczących bezpieczeństwa wobec wyrobu oznakowanego tym znakiem

Dotyczy to m.in.

maszyn, sprzętu elektrycznego, zabawek, urządzeń ciśnieniowych i gazowych, sprzętu ochrony indywidualnej

Sektor budowlany

Sektor budowlany stanowi 6 proc. gospodarki i zatrudnia około 190.000 pracowników

Trudny dostęp do zamówień publicznych

Dynamika rozwoju rynku mocno uzależniona od kondycji gospodarczej państwa

Znacząca rola podwykonawców



SKANSKA

NCC

MTHøjgaard

Dynamika sektora

Wielkość rynku budowlanego w Danii została wyceniona na 53,4 miliarda dolarów w 2021 roku. Przewiduje się, że w latach 2023-2026 rynek będzie rósł w tempie ponad 1% AAGR.

Sektor budowlany

Dania nieustannie rozwija wielkie projekty budowlane, a przemysł budowlany w Danii nie doświadczył poważnego upadku od czasu kryzysu finansowego w 2008 roku. Od 2022 roku przemysł zatrudniał ponad 190 000 pracowników, z czego 16% to pracownicy międzynarodowi. Stale rozwijający się przemysł stwarza wspaniałe możliwości zatrudnienia dla pracowników budowlanych, którzy chcą znaleźć pracę w Danii.

Przykłady stanowisk o dużym popycie:

- Spawacz
- Kowal
- Elektryk
- Hydraulik
- Brukarz
- Malarz
- Murarz
- Stolarz
- Guzdrała
- Technik HVAC
- Inżynier
- Architekt



Materiały budowlane

Materiały budowlane zgodnie z obowiązującymi przepisami mogą być wprowadzone na rynek UE jeżeli spełniają określone w przepisach wspólnotowych normy.

Większość wcześniej ustalonych norm duńskich jest dziś zastępowana przez normy zharmonizowane – opracowane przez europejskie jednostki normalizacyjne.

Produkt oznaczony znakiem CE może być sprzedawany na rynku duńskim, ale należy zdawać sobie sprawę z istniejących dla niektórych produktów szczególnych regulacji prawnych - duńskie standardy mają zastosowanie w segmentach, w których normy europejskie nie występują .

Duńskie Rozporządzenie Budowlane - określa m.in. zasady poziomu bezpieczeństwa w duńskim przemyśle budowlanym, w tym wyrobów budowlanych.



<http://ds.dk/>

Materiały budowlane

Applicable standards

[Send as e-mail](#)[Print page](#)

This list shows you, which construction products must have a CE marking. The list contains the names of the standards, numbers, and the date for which the CE marking is possible and when CE marking is mandatory.

Additions to standards

The list does not contain any additions, known as annexes to the standards. It is important to note that the dates on the list only apply to the main standards – thus not necessarily the most current applicable provisions.

Sale of standards

The standards can be purchased at Danish Standards. It is recommended that you contact [Danish Standards](#) about any supplements and their effective dates.

Additional information

The dates on the list should be accepted with certain reservations. A list containing separate dates for the main and additional standards can be found on the [European Commission's Directorate General for Enterprise and Industry website](#). By clicking on a standard from this list, you will access a list of all the notifying agencies in each area.

[Go to soon applicable standards](#)

[Go to standards on the horizon](#)

Group:	Numbers:	Standard:	CE marking is possible:	CE marking is mandatory:
Roofing - M122	DS/EN 544:2005	Bitumen shingles with mineral and/or synthetic reinforcements - Product specification and test methods	1.10.2006	01.10.2007
Roofing - M122	DS/EN 534:2006	Corrugated bitumen sheets – Product specification and test methods	01.04.2007	01.04.2008

Search the list with a free text search or for certain standard groups

Here you can search for a group of construction products or use the free text search. The functions can be combined.

**PRODUCT
CONTACT POINT
FOR CONSTRUCTION**

http://danishcprcontactpoint.dk/applicable_standards/0/18

Dania – Charakterystyka rynku

Zalety:

wysoka stabilność całej gospodarki i

wiarygodny partner gospodarczy

elastyczny rynek pracy - „flexicurity”

mobilność pracowników

przyjazne procedury zakładania działalności gospodarczej

dostęp do zagranicznych rynków / brama do rynków skandynawskich

doskonała infrastruktura



Wady :



stosunkowo niewielki rynek krajowy

wysoki poziom płac i kosztów zatrudnienia

wysokie obciążenia podatkowe (zarówno dla konsumentów jak i przedsiębiorstw)

słaba konkurencja w niektórych sektorach - dominacja kilku podmiotów

dostęp do niektórych sektorów jest ograniczony (przepisy szczególne, certyfikacja)

FORMY PRAWNE PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ NA TERENIE DANII

- **PRZEDSIĘBIORCA JEDNOOSOBOWY**
- SPÓŁKA JAWNA
- SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
- PRZEDSTAWICIELSTWO FIRMY ZAGRANICZNEJ
- **ODDZIAŁ FIRMY ZAGRANICZNEJ**

PODATEK DOCHODOWY OD OSÓB FIZYCZNYCH

- obowiązek rozliczenia się z uzyskanego dochodu w terminie do 1 lipca roku następującego po roku rozliczeniowym
 - progresywny podatek płacony na rzecz skarbu państwa, którego stawka jest uzależniona od wartości uzyskiwanego dochodu:
 - liniowy podatek municypalny płacony na rzecz władz lokalnych, zróżnicowanego w zależności od regionu – jego średnia stawka wynosi ok. 25,% (średnia stawka podatku municypalnego to 24,09%),
 - kwota wolnej od podatku 48.000,- DKK, powiększonych o dochody od kapitału;
 - podatek progresywny 12%, 15%
 - dodatkowo 15% dla dochodów wyższych od kwoty 421.000,- DKK, powiększonych o dochody od kapitału.
-

Ponadto od dochodów osób fizycznych pobierany jest podatek w wysokości 8% na rzecz funduszu zatrudnienia oraz 6% składka na ubezpieczenie zdrowotne
Dochody osób fizycznych mogą być obciążone podatkami do poziomu 51,7% ustalonego jako maksymalny

SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ – (Anpartsselskab – ApS)

Do założenia spółki wymagane są następujące czynności:

- sporządzenie i podpisanie umowy przez udziałowców
- sporządzenie statutu spółki
- wpłata kapitału założycielskiego
- rejestracja spółki – <https://virk.dk/>
- Duński Urząd ds. Biznesu nadaje firmę numer CVR – centralny rejestr firm
- rejestracja musi nastąpić nie później niż 2 m-c po podpisaniu umowy spółki
- rejestracja – koszt 670 DDK

Wymagany kapitał spółki wynosi 40 tys. DKK

Spółka ApS możliwa jest do utworzenia tylko przez jednego udziałowca

ODDZIAŁ FIRMY ZAGRANICZNEJ

- do utworzenia nie jest wymagany kapitał założycielski
- rejestracja oddziału w Agencji Przedsiębiorstw i Handlu

Elementy wniosku o rejestrację oddziału:

- nazwę firmy zagranicznej i jej formę prawną, adres siedziby, numer rejestracyjny, przedmiot działalności, wartość kapitału akcyjnego oraz roczne sprawozdanie finansowe;
- nazwę, adres siedziby i przedmiot działalności oddziału, jak również pełną informację o danych personalnych, działalności oraz miejscu zamieszkania osób upoważnionych do podejmowania zobowiązań w imieniu oddziału;

Właściwe dokumenty:

- oficjalne zaświadczenie potwierdzające prawne funkcjonowanie firmy zagranicznej;
- statut firmy zagranicznej;
- notarialnie potwierdzone pełnomocnictwo udzielone osobie pełniącej funkcję dyrektora oddziału.

ODDZIAŁ FIRMY ZAGRANICZNEJ

- rejestracja oddziału jest bezpłatna
- przynajmniej jedna z osób zarządzających oddziałem musi mieszkać w Danii
- w relacjach z klientami oddziału stosuje się prawo duńskie

PODATEK DOCHODOWY OD OSÓB PRAWNYCH

ZAKRES PODMIOTOWY

- wszystkie duńskie osoby prawne oraz oddziały firm zagranicznych mające stałą siedzibę w Danii
- stałe przedstawicielstwa, nieruchomości stanowiące całkowitą lub udziałową własność zagranicznych przedstawicielstw

TERMIN ROZLICZEŃ

- nie później niż do 6 m-c po zakończeniu roku podatkowego
- stawka podatku od osób prawnych wynosi w Danii 22 %

PODSTAWA



**CAŁKOWITY DOCHÓD FIRMY
ŁĄCZNIE Z DOCHODEM Z KAPITAŁU**

PODATEK VAT

- jednakowa stawka 25% - dla importu oraz dostaw towarów i usług podlegających temu podatkowi
- obowiązkowa rejestracja dla celów podatku VAT następuje gdy roczny obrót z tytułu sprzedaży towarów i usług opodatkowanych VAT przekroczy 50.000 DKK

Transakcje zwolnione z podatku VAT:

- sprzedaż lub wynajem nieruchomości wraz z dostawą gazu, wody, energii i ogrzewania;
- wygrane na loteriach i grach liczbowych;
- usługi bankowe i transakcje ubezpieczeniowe;
- usługi socjalne i opieka medyczna;
- działalność kulturalna, edukacja i sport amatorski;
- transport osób środkami publicznymi.

Eksport usług - Świadczenie usług transgranicznych

– Dania



Ramy prawne

Ustawa o delegowaniu pracowników

(tekst jednolity nr. 342 z dnia 3 kwietnia 2014 roku, ze zmianami wynikającymi z § 1 ustawy nr. 175 z dnia 24 lutego 2015, § 1 ustawy nr. 626 z 8 . czerwca 2016 oraz § 3 ustawy nr. 1717 z dnia 27 grudnia 2016)

§ 5.

Ustawa o środowisku pracy, Ustawa o bezpieczeństwie na morzu,
Część 4 Ustawy o lotnictwie cywilnym

Ustawa o równości płac

Ustawa o stosunkach prawnych – sekcja 7

Ustawa zakazująca dyskryminacji na rynku zatrudnienia

Ustawa o równym traktowaniu mężczyzn i kobiet w zakresie
zatrudnienia i urlopu rodzicielskiego

Ustawa urlopowa §§ 7, 23 i 24

Notyfikacja

Rejestr Usługodawców Zagranicznych

Bekendtgørelse om Register for Udenlandske
Tjenesteydere (RUT- registret)

§ 7a Act Concerning Posting of Workers

Podmioty zobowiązane do zgłoszenia

- zagraniczni przedsiębiorcy delegujący swoich pracowników
- zagraniczni przedsiębiorcy realizujący usługi jednoosobowo

Termin zgłoszenia

Najpóźniej w dniu rozpoczęcia realizacji usługi

Zmiany

Nie później niż następnego dnia roboczego
po zmianie



Notyfikacja

Zgłoszenie w RUT

Pracownik delegowany

- nazwa firmy, adres siedziby oraz dane kontaktowe.
- data rozpoczęcia i zakończenia realizacji usługi.
- miejsce realizacji usług.
- dane osoby ustanowionej do kontaktu z organami administracyjnymi
- kod branżowy
- dane pracowników oraz czas oddelegowania.
- Nr podatkowy VAT

Firma jednoosobowa – pojedynczy wykonawca

- nazwa firmy, adres siedziby oraz dane kontaktowe.
- data rozpoczęcia i zakończenia usługi .
- miejsce realizacji usług.
- kod branżowy
- nr podatkowy VAT

Nie podlega zgłoszeniu

Udział w spotkaniach i konferencjach

Naukowcy, wykładowcy itp., zaproszeni do wystąpień lub do prowadzenia zajęć dydaktycznych

Udział w indywidualnych imprezach artystycznych profesjonalnych artystów

Udział w wyjazdach służbowych do zagranicznych przedsiębiorstw, które nie posiadają stałego zakładu w Danii

Zawodowi sportowcy i trenerzy biorący udział w najważniejszych wydarzeniach sportowych lub szkoleniach w Danii

Konsultanci świadczący usługi doradcze w zakresie audytu i księgowości, jeśli usługa nie przekracza 8 dni

Pracownicy oddelegowani do grupy firmowej przez okres nie dłuższy niż 8 dni i jeśli praca / usługa nie dotyczy branży budowlanej, rolniczej, leśnej, ogrodniczej, czyszczącej, restauracyjnej lub hotelarskiej

Kabotaż w Danii (transport towarów w Danii zgodnie z zasadami międzynarodowego transportu)

Notyfikacja

RUT – brak zgłoszenia

Sankcje / Duńska Inspekcja Pracy

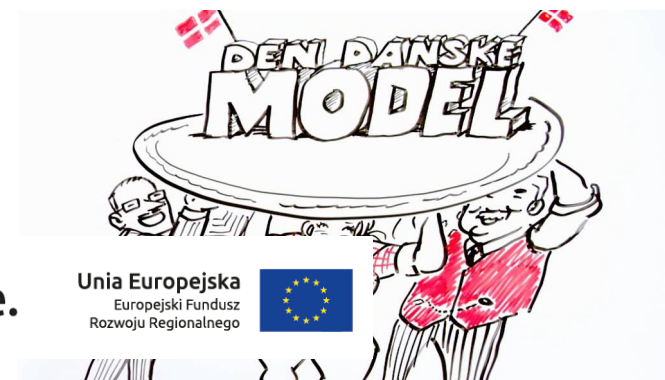
- brak terminowego zgłoszenia informacji
- zgłoszenie fałszywych lub niekompletnych informacji
- niepoinformowanie zleceniodawcy o dokonany zgłoszeniu

Warunki pracy i płacy

Obowiązek przestrzegania przez polskich pracowników duńskich regulacji pracowniczych wskazanych w Ustawie o delegowaniu pracowników

W Danii nie występuje jeden Kodeks pracy ale liczne ustawy regulujące poszczególne materie prawa pracy

Poszczególne akty prawne regulują warunki pracy w podstawowym zakresie, szczegółowe rozwiązania warunków pracy i płacy zawarte są w układach zbiorowych – duński model rynku pracy (decydujące znaczenie parterów społecznych – związków zawodowych)



Warunki pracy i płacy

W Danii nie istnieje ustawowa płaca minimalna.

Wynagrodzenie jest zwykle uzgadniane w umowach zbiorowych dla poszczególnych branż i kwalifikacji .

Wynagrodzenie jest ustalane w stawce godzinowej, akordowej lub indywidualnie w umowie o pracę.

W poszczególnych układach zbiorowych może występować konieczność zapłaty określonych dodatków np. składka na fundusz emerytalny, na fundusz urlopowy (feriepenge), fundusz na dni świąteczne (S-H dage), fundusz urlopowy w związku z urodzeniem się dziecka, dni wolne, nadgodziny,

W przypadku przystąpienia do związku zawodowego – obowiązek wydania **pasków płacowych-lønshedler**

Związki zawodowe

- stosunek pracy regulowany w drodze układów zbiorowych (związki zawodowe/związki pracodawców)
- związki zawodowe pracodawców
- związki zawodowe pracowników

Zagraniczny przedsiębiorca jest zobligowany do przestrzegania postanowień układów oraz porozumień związkowych lub branżowych, które **mają charakter powszechnie obowiązujących – dyrektywa o delegowaniu pracowników**

Przystąpienie do układu zbiorowego zobowiązuje firmę do zaakceptowania poziomu płac pracowników jak również innych zobowiązań na rzecz pracowników

Związki zawodowe

Nie istnieje obowiązek przynależności do związków zawodowych ani po stronie pracownika ani po stronie pracodawcy

Obowiązek przestrzegania układów zbiorowych

- Członkostwo jednej ze stron kontraktu w danym związku zawodowym (np. Dansk Byggeri, Danske Malermestre, HORESTA)
- Podpisanie **Tiltrædelsesoverenskomst** - **Umowy o przystąpieniu** do związku zawodowego

Związki zawodowe

3F to największy związek zawodowy w Danii. Zrzesza on ok. 300 000 członków. Do 3F należy ponad 50 000 pracowników z poza Danii, którzy stanowią 13 procent wszystkich członków

Związek zrzesza wykwalifikowanych i niewykwalifikowanych pracowników wielu branż zatrudnionych przez państwowych i prywatnych pracodawców.

Członkowie związku pracują m.in. w:

- transporcie
- budownictwie
- przemyśle
- rolnictwie
- leśnictwie
- ogrodnictwie
- sprzętaniu
- hotelach i restauracjach
- jako gońcy i roznosiciele gazet



FAGLIGT FÆLLES FORBUND

Związki zawodowe

Użycie sporu zbiorowego przez związki zawodowe

Duńskie związki zawodowe mają prawo do prób osiągnięcia porozumienia z pracodawcami w sprawie układu zbiorowego.

Związki mogą skorzystać z różnych form akcji protestacyjnej skierowanej przeciwko pracodawcy w celu uzgodnienia warunków układu zbiorowego. Takie akcje protestacyjne mogą również doświadczyć zagraniczni pracodawcy z pracownikami oddelegowanymi do pracy w Danii.

Związki zawodowe

Użycie sporu zbiorowego przez związki zawodowe

Ustawa o delegowaniu pracowników

§ 6 a. W celu zapewnienia pracownikom oddelegowanym do pracy zagranicą płac na takim samym poziomie, na jakim duńscy pracodawcy są zobowiązani do zapłaty za wykonanie podobnych prac, możliwe jest użycie działań zbiorowych wobec zagranicznych zleceniodawców na takich samych zasadach, jak w przypadku duńskich pracodawców, w celu poparcia zawarcia układu zbiorowego, zob. jednak pkt. 2.

Pkt. 2. Warunkiem dla podjęcia działań zbiorowych, o których mowa w pkt. 1, jest wcześniejsze przedstawienie zagranicznemu zleceniodawcy postanowień tych układów zbiorowych, które zostały zawarte przez najbardziej reprezentatywnych przedstawicieli rynku pracy w Danii, i które obejmują cały obszar Danii. Umowy te muszą zawierać jasne i jednoznaczne zasady dotyczące płacy obowiązującej po zawarciu umowy zbiorowej.

Związki zawodowe

Możliwe formy wywierania wpływu na przedsiębiorstwa usługowe przez związki zawodowe

- Blokada/ Strajk



- Spór solidarnościowy

Jeśli blokada nie doprowadzi do umowy, zostaje wszczęta demonstracja sympatii przeciwko przedsiębiorstwu ze strony pozostałych związków zrzeszonych w LO (krajowym zrzeszeniu), przez co przedsiębiorstwo zostaje całkowicie odcięte od dostaw i usług z zewnątrz.

Związki zawodowe

Spór solidarnościowy– lista firm



Bezpieczna | <https://lo.dk/wp-content/uploads/2017/06/2.-sympatikonfliktvarselliste-pr.-8-6-2017.pdf>

1 / 115

polen

1 z 602

Verserende - Antal:

1778

ID	CVR-nr.	RUT-nr.	Firma	Gade	Postnr	By	Forbund	Sympatiformbund	Varsel	Konflikt
17-1589	32337473		Poul Pedersen og Søn ApS	Lerpøtvej 123	6800	Varde	3F-TRSP	3F-TRSP;	08-06-2017	17-06-2017
17-1593	30710975		Vognmand Lars Larsen ApS	Hedebovej 1	4682	Tureby	3F-TRSP	3F-TRSP;	08-06-2017	18-06-2017
17-1541		R0019432	D.H. Dienstleistungs GmbH	Schladstr. 27	46047	Oberhausen, Tyskland	MALER	MALER;3F-BYG;3F-TRSP;BLIK;EL-P;METAL	08-06-2017	17-06-2017
17-1506		R0020748	UAB Rusata	Veiveriu g. 9B-41	9B	Vilnius, Litauen	3F-BYG	3F-BYG;3F-TRSP;BLIK;EL-P;METAL;MALER	08-06-2017	17-06-2017
17-1503	17651390		M S Service v/Lone Anne Marie Andersen	Kuglens Kvarter 2	2640	Hedehusene	3F-BYG	3F-BYG;3F-TRSP;BLIK;EL-P;METAL;MALER	08-06-2017	17-06-2017
17-1504	36455667		SBJ BygApS	Randersvej 3	8544	Mørke	3F-BYG	3F-BYG;3F-TRSP;BLIK;EL-P;METAL;MALER	08-06-2017	17-06-2017
17-1505	38555480		Batum ApS	Batumvej 16	7870	Roslev	3F-BYG	3F-BYG;3F-TRSP;BLIK;EL-P;METAL;MALER	08-06-2017	17-06-2017
17-1542		R0015698	Olav Spolka z Ograniczona	Leborska 3B	80-386	Gdansk, Polen	MALER	MALER;3F-BYG;3F-TRSP;BLIK;EL-P;METAL	08-06-2017	17-06-2017
17-1607	10789443		Vognmand Peter Ottesen	Sandvadvej 6	5210	Odense NV	3F-TRSP	3F-TRSP;	08-06-2017	21-06-2017
17-1475		R0001491	K & K Gbr	Weidesstr. 7a	18236	Kröpelin, Tyskland	3F-BYG	3F-BYG;3F-TRSP;BLIK;EL-P;METAL;MALER	23-05-2017	03-06-2017
17-1476		R0017103	UAB Placidus	Bebru tak 2, Dovilu sen., Snaukstu Kaimas	95491	Klaipėdos raj., Litauen	3F-BYG	3F-BYG;3F-TRSP;BLIK;EL-P;METAL;MALER	23-05-2017	03-06-2017
17-1432	30835689		Iversen Byg & Anlæg ApS	Søkildevej 31	8740	Brødstrup	3F-BYG	3F-BYG;3F-TRSP;BLIK;EL-P;METAL;MALER	23-05-2017	03-06-2017
17-1433	38392077		PS Gruppen IVS	Hyldegårds Tværvvej 9	2920	Charlottenlund	3F-BYG	3F-BYG;3F-TRSP;BLIK;EL-P;METAL;MALER	23-05-2017	03-06-2017

Relacje handlowe z duńskim kontrahentem - aspekty kulturowe



Komunikacja face-to-face

- Komunikacja z Duńczykami jest na ogół nieformalna i naznaczona humorem i dobrą wolą, więc staraj się zachować skromne i stonowane podejście. Duńczycy często utrzymują pewien dystans, a bezpretensjonalność jest słowem kluczowym w interakcjach społecznych. Rzadko słyszy się, że ktoś promuje siebie lub swoje umiejętności. Wręcz przeciwnie, ludzie mają tendencję do bagatelizowania własnej roli i kwalifikacji.
- Duńscy przedsiębiorcy mogą początkowo wydawać się nieco formalni, ale szybko mogą pokazać bardziej nieformalną stronę samych siebie. Większość Duńczyków swobodnie rozmawia z kolegami o swoim życiu prywatnym. Rozmawiają o swojej rodzinie, o tym, co robią w czasie wakacji i czasu wolnego. Jednak w trakcie spotkań prawdopodobnie od razu zabiorą się do pracy i ogólnie są konserwatywni i efektywni w swoim działaniu.
- Uściski dłoni (z mężczyznami, kobietami i dziećmi) są akceptowaną formą powitania, a Duńczycy podają sobie ręce zarówno na powitanie po przyjeździe, jak i po opuszczeniu spotkania. Uściski dłoni powinny być mocne i krótkie, a kontakt wzrokowy powinien być utrzymywany podczas uścisku dłoni. W przeciwieństwie do Stanów Zjednoczonych, mężczyźni nie stoją, gdy kobieta wchodzi lub wychodzi z pokoju. Wizytówki są wymieniane, ale nie ma jednej prawidłowej procedury, aby to zrobić. Duńczycy szybko zaczynają używać imion. Nie należy jednak używać imion samodzielnie, dopóki nie zostaniesz do tego zaproszony.

Komunikacja face-to-face

- Spotkania odgrywają kluczową rolę w duńskiej kulturze biznesowej. Duńczycy lubią prostotę, a spotkania są krótkie i dobrze zorganizowane - im mniej papierkowej roboty, tym lepiej. Jednak dla Duńczyków niezmiennie ważne jest przestrzeganie pisemnego porządku obrad i zapisywanie wszystkich najważniejszych uzgodnień i decyzji w pisemnym streszczeniu.
- Duńczycy cieszą się opinią nieformalnych i preferują humorystyczny i ekstrawertykalny charakter pracy. Duńskie miejsca pracy charakteryzują się brakiem struktury hierarchicznej występującej w wielu innych krajach. Linia podziału kompetencji między szefem a pracownikami jest krótka i w zasadzie wszyscy - niezależnie od wykształcenia, pozycji czy statusu społecznego - są traktowani jednakowo. Często zdarza się, że pracownicy zwracają się do szefa po imieniu. Praca zespołowa jest powszechna, a otwarty dialog jest szeroko promowany.
- Duńczycy cenią swoją integralność cielesną. Nie przepadają za dotykaniem ich przez nieznanymi (należy zachować minimalną odległość 30 cm).

Stosunki handlowe

- Nie ma żadnych wymogów formalnych dotyczących zawierania umów. Oferty, akceptacje i umowy mogą być składane i zawierane ustnie, ale preferowana jest umowa pisemna. W przypadku sporu sądy mają tendencję do subiektywnej interpretacji umów i poszukują wskazówek co do pierwotnych intencji stron.
- Ważne jest, aby stworzyć dobre relacje osobiste z partnerem biznesowym w celu podjęcia określonej decyzji, chociaż Duńczycy są dość pragmatyczni w swoich kontaktach biznesowych. To sugeruje, że wszelkie niedociągnięcia w relacjach międzyludzkich można przezwyciężyć, w zależności od faktów i dobrych argumentów.

Nawiązywanie kontaktu

- Zgodnie z zasadami społeczeństwa duńskiego, duńskie środowisko pracy rzadko opiera się na hierarchii i formalnościach pomiędzy różnymi szczeblami zarządzania i jako takie, wszyscy pracownicy, niezależnie od tego, czy są menedżerami najwyższego szczebla czy sprzątaczem, są uważani za równie ważnych. Duńczycy są pracowitymi ludźmi i chcą, aby każda minuta spędzona w pracy była produktywna i efektywnie wykorzystywana. Dlatego ważne jest, aby przybyć na czas, zarówno w pracy, jak i na spotkaniach.
- Przedsiębiorcy nie powinni rutynowo oczekiwać, że spotkają się ze swoimi duńskimi odpowiednikami po 16:00 w dni powszednie. Nie należy planować spotkań w soboty, niedziele i święta państwowe. Nie wszyscy Duńczycy doceniają spotkania śniadaniowe, które powinny być zaplanowane tylko z należytym uwzględnieniem konkretnej sytuacji.
- Jeśli siedzisz i jesteś przedstawiany nowemu kontaktowi lub współpracownikowi, upewnij się, że wstałeś przed wyciągnięciem ręki. Podaj mocny uścisk dłoni podczas kontaktu wzrokowego. Wszelkie wysiłki, które podejmiesz w celu włączenia duńskiego pozdrowienia do Twojego przedstawienia będą mile przyjęte.

Nawiązywanie kontaktu

- Dania jest małym i jednorodnym krajem, ale oczywiście ludzie mieszkający w różnych częściach kraju mają również własną tożsamość lokalną. Na przykład ludzie mieszkający w stolicy różnią się od ludzi mieszkających na obszarach wiejskich. Jednak widziane z zewnątrz, nadal istnieją pewne cechy wspólne dla wszystkich Duńczyków. Mówienie po duńsku różni się znacznie pod względem wymowy w zależności od regionu. Niewiele jest jednak osób, które nadal posługują się czystymi dialektami; większość z nich mówi różnymi wariantami. W południowej Jutlandii istnieje niewielka mniejszość niemieckojęzycznych osób mówiących po niemiecku.
- W wielu duńskich firmach szefowie są bardziej postrzegani jako kierownicy zespołów i moderatorzy grup, a nie jako kluczowi decydenci, którzy delegują zadania innym. W związku z tym pracownicy są często zachęcani do swobodnego wyrażania swoich opinii na spotkaniach, a opinia każdego z nich jest brana pod uwagę przy podejmowaniu decyzji. Ostateczna decyzja leży jednak często w rękach lidera grupy.

Proces negocjacji

- Jeśli prowadzisz interesy w Danii, które wiążą się z negocjacjami, dobrze się przygotuj. Duńczycy są skrupulatni w analizowaniu informacji i propozycji. Przynieś mnóstwo pisemnych informacji do zbadania przez swojego duńskiego odpowiednika. Prezentacje powinny być rzeczowe i dobrze zorganizowane. Bycie wygadany nigdy cię nie zaprowadzi, jeśli nie będzie to poparte logicznymi, racjonalnymi i sprawdzonymi dowodami.
- Doceniają również krytyczne podejście i nie zawahają się wyrazić swoich odmiennych opinii. W Danii nie uważa się tego za niegrzeczne i nie należy się tym obrazić. Krytyka jest uważana za coś, co ma związek z pracą i nie jest osobistym atakiem. Możliwe jest wspólne świętowanie zaraz po zakończeniu spotkania. Ważne jest, aby poświęcić trochę czasu na omówienie i spór z duńskim odpowiednikiem w celu zbudowania relacji opartej na zaufaniu, która jest niezbędna, zanim Duńczyk zawrze umowę z nowym partnerem biznesowym.
- Zazwyczaj na początku spotkania trwa maksymalnie 10 minut "small talk". Potem Duńczycy mają tendencję do szybkiego dotarcia do sedna sprawy i intensywnego skupienia się na bieżącym biznesie.

SZWECJA



Współpraca gospodarcza

Eksportujemy głównie:

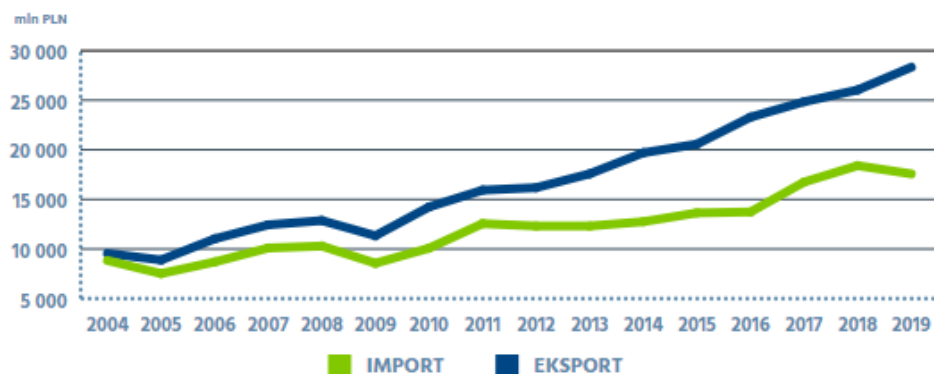
Maszyny i urządzenia mechaniczne, elektryczne oraz ich części

Wyroby przemysłu chemicznego

Wyroby przemysłu elektromaszynowego

Wyroby metalurgiczne

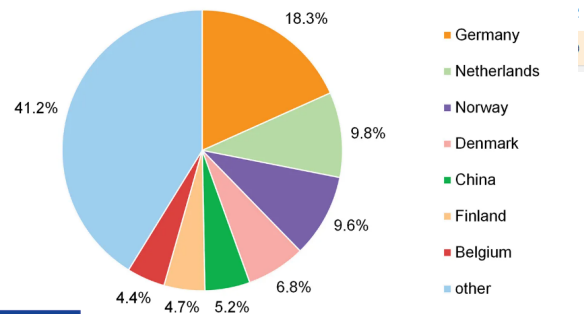
Pojazdy, statki



<http://www.scb.se/en/finding-statistics/statistics-by-subject-area/trade-in-goods-and-services/foreign-trade/foreign-trade---exports-and-imports-of-goods/pong/tables-and-graphs/exports-and-imports-of-goods-by-countries/>

The Swedish import of goods from the thirty largest countries of consignment (SEK million)

Ranking	Country	Value January-September		Share in %	Change in %
		2017	2016		
	TOTAL	960 872	874 787	100.0	10
1	Germany	180 481	164 396	18.8	10
2	Netherlands	82 626	74 443	8.6	11
3	Norway	79 698	71 538	8.3	11
4	Denmark	70 257	66 477	7.3	6
5	United Kingdom	49 922	46 229	5.2	8
6	Belgium	47 584	41 120	5.0	16
7	China	45 438	42 101	4.7	8
8	Finland	44 680	40 093	4.6	11
9	France	37 091	35 573	3.9	4
10	Poland	36 846	31 754	3.8	16
11	Italy	31 274	28 707	3.3	9
12	Russia	27 489	21 937	2.9	25



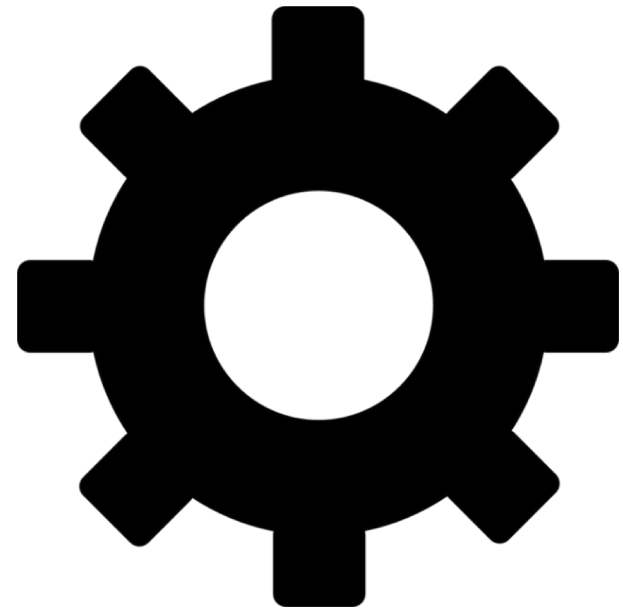
Szwecja – Charakterystyka rynku

Charakterystyczne cechy rynku szwedzkiego:

- proste i przejrzyste procedury zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej
- dostęp do wysoko wykwalifikowanych pracowników
- elastyczna organizacja regulacji pracowniczych
- doskonale rozwinięta infrastruktura
- rynek silnie skoncentrowany wokół organizacji branżowych (silna pozycja negocjacyjna)
- wymagający klient / kontrahent

SZWECJA

Główne gałęzie
przemysłu i biznesu



Szwecja – Charakterystyka rynku

Szwecja ma centralną pozycję w północnej Europie i jest największym rynkiem w regionie nordyckim

Specjalizacja rynku

Medycyna
Biotechnologia

Energia odnawialna
Technologie ochrony środowiska

ICT

Budownictwo i infrastruktura

Logistyka i transport

Turystyka i hotelarstwo

Materiały i technologia produkcji



<http://www.business-sweden.se>

Life sciences

biologia, biotechnologia, genomika,
proteomika, farmacja, biomedycyna,
bioinformatyka

#1
for innovation
in EU

#4
for competitiveness
in Europe

#1
in Europe for R&D
spending per capita -
and 4th worldwide

#4
worldwide
for published
scientific articles
per capita

#3
in EU for
patents per
capita

#2
worldwide
for PhDs per
capita

Źródło: <http://www.business-sweden.se/en/Invest/industries/ICT/>

ICT i technologia

Skype, Spotify, MineCraft,
Candy Crush, iZettle, Klarna

#3
in the world for
networked
readiness

Stockholm #2
worldwide in unicorns per capita
after Silicon Valley

3.2%
of GDP spent on R&D - more
than any European country

#2
Global
Innovation
Index

Źródło: <http://www.business-sweden.se/en/Invest/industries/ICT/>

Gospodarka materiałowa

Szwecja jest wiodącym europejskim przemysłem górnictwem i globalnym gigantem przemysłu leśnego.

Cyfryzacja osłabia zapotrzebowanie na papier i napędza nowe technologie innowacyjne zastosowania metali tradycyjnych i metali wysokowydajnych. Szwecja posiada zasoby mineralne, takie jak grafit, lit oraz metale ziem rzadkich.

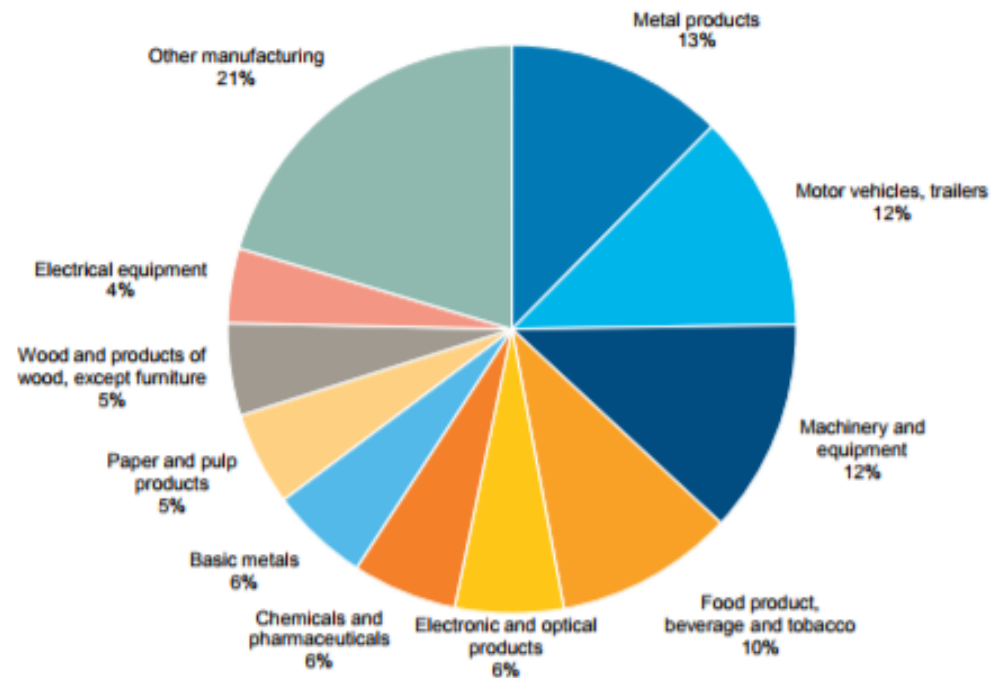
- 11 mld Euro netto** – wartość eksportu szwedzkiego eksportu branży leśnej
- 1 miejsce** – eksport masy papierniczej, drewna i tarcicy
- 2 w Europie** – producent cynku i srebra
- 1 w Europie** – producent rudy żelaza i ołowiu

Źródło: SCB, GSU, Skogsindustrierna

Produkcja

Firmy międzynarodowe, takie jak Volvo, Scania, ABB czy Electrolux, opracowały ekosystemy badawcze, które przyciągają firmy z całego świata. Przedsiębiorstwa zagraniczne zatrudniają obecnie trzecią część 600 000 osób pracujących w szwedzkiej produkcji.

Siła szwedzkich koncernów międzynarodowych pomogła stworzyć bogate środowisko B + R, w którym współpraca między firmą, środowiskiem akademickim i rządem. To środowisko jest otwarte i dostępne dla zagranicznych firm.



Źródło: SCB, GSU, Skogsindustrierna

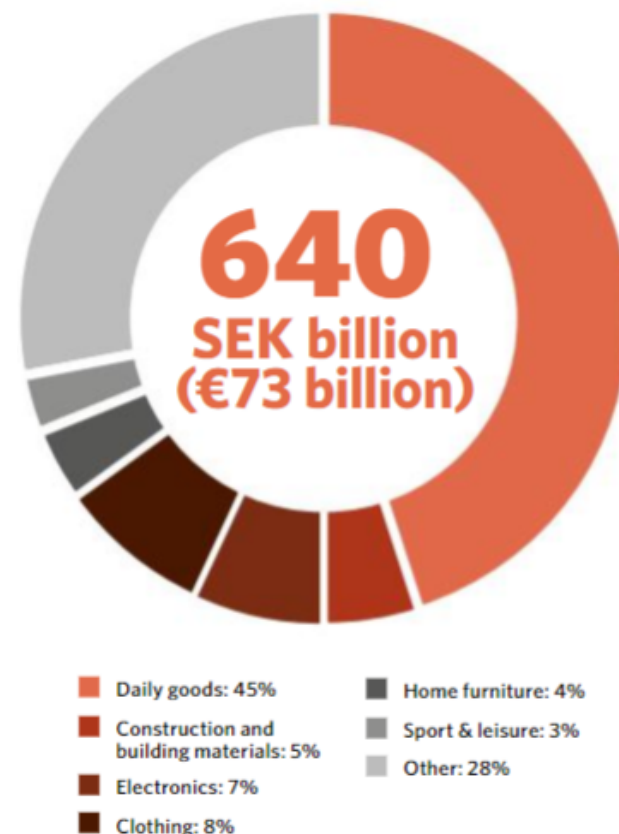
Handel

Klient szwedzki - wyrafinowany, doświadczony i rozsądny. Szwedzcy konsumenci wydają w sklepach 40 procent swoich dochodów.

Szwecja zajmuje pierwsze miejsce jako lokalizacja najbardziej przyjazna dla handlu i logistyki. Firmy zagraniczne wybierają Szwecję jako miejsce gdzie konsolidują dystrybucję i magazynowanie w obszarze Europy Północnej. Lokalizacja w Szwecji daje możliwość dotarcia do wszystkich krajów skandynawskich, państw bałtyckich oraz Rosji.

Struktura zakupów

RETAIL SALES PER SEGMENT, 2015



Source: HUI, 2015

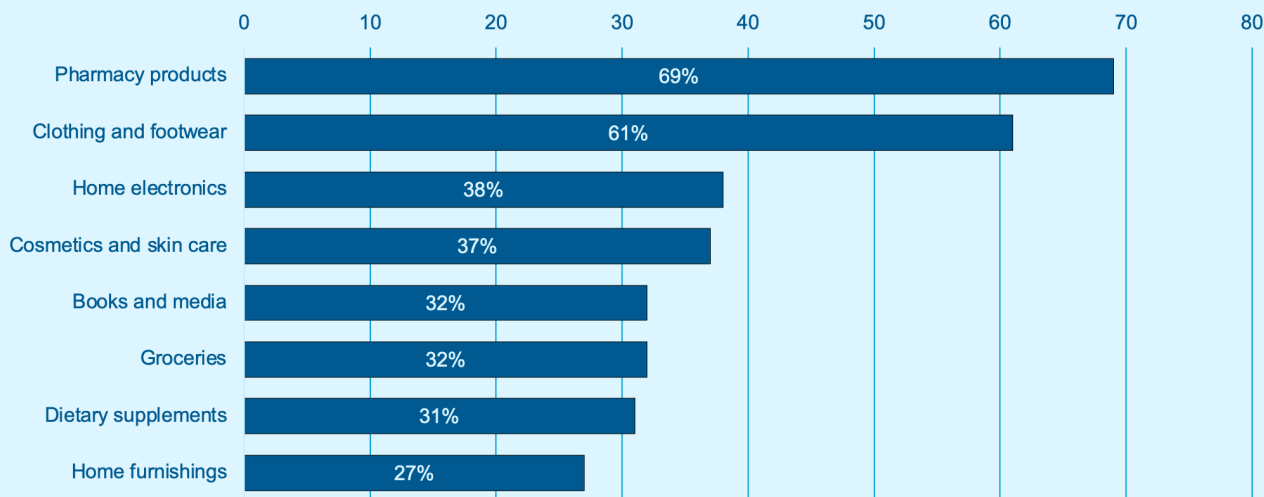
Szwecja – rynek e-commerce

- Pod wieloma względami Szwecja zajmuje czołową pozycję jako kraj handlu e-commerce w porównaniu z resztą krajów nordyckich.
- Odsetek konsumentów, którzy robią zakupy online w Szwecji jest najwyższy w krajach skandynawskich, a Szwedzi udowodnili, że są gotowi wypróbować nowe narzędzia, które usprawnią ich zakupy i ułatwią codzienne życie.
- Wskaźnikiem nasycenia rynku w Szwecji jest penetracja online na poziomie 73%. Innymi słowy: w 2021 roku 73% szwedzkiej populacji kupi co najmniej jeden produkt online.
- Konsumentów w Szwecji to osoby obeznane z technologią i wykwalifikowane w wydawaniu pieniędzy, które zajmują czołowe miejsca w handlu elektronicznym w Europie i na świecie. W rocznym raporcie krajowym dotyczącym Szwecji za 2021 r. sporządzonym przez ecommerceDB podano, że w Szwecji było 8 milionów użytkowników, a penetracja eCommerce wynosiła 80%.
- W 2021 r. 17,3 proc. zakupów online wydano na usługi (3,8 mld dol.), 22,2 proc. na podróże (4,9 mld dol.) i 60,5 proc. na towary (13,5 mld dol.). Najpopularniejszymi kategoriami produktów kupowanych online w Szwecji w 2021 r. były farmaceutyki, odzież, kosmetyki, artykuły spożywcze i jedzenie na wynos. Usługi zakupione online w 2021 roku obejmują usługi streamingowe, ubezpieczenia, zakłady online, media cyfrowe, darowizny na cele charytatywne oraz bilety na wydarzenia kulturalne i sportowe
- Smartfony są najczęściej używanymi urządzeniami do zakupów online B2C w Szwecji. Kupujący online są najbardziej zorientowani na cenę w przypadku odzieży, która ma również najwyższy wskaźnik zwrotów w Szwecji. Najpopularniejsze witryny eCommerce w Szwecji to NetonNet, Elgiganten, Apotea, Zalando, Apotek Hjärtat, Apoteket, Mathem, H&M, Ikea i Apple.

Szwecja – rynek e-commerce

Szwecja jest 19 największym rynkiem e-commerce na świecie z **obrotami na poziomie 16 miliardów dolarów** w 2021 roku.

Percentage of e-commerce consumers who have made purchases from each respective product category



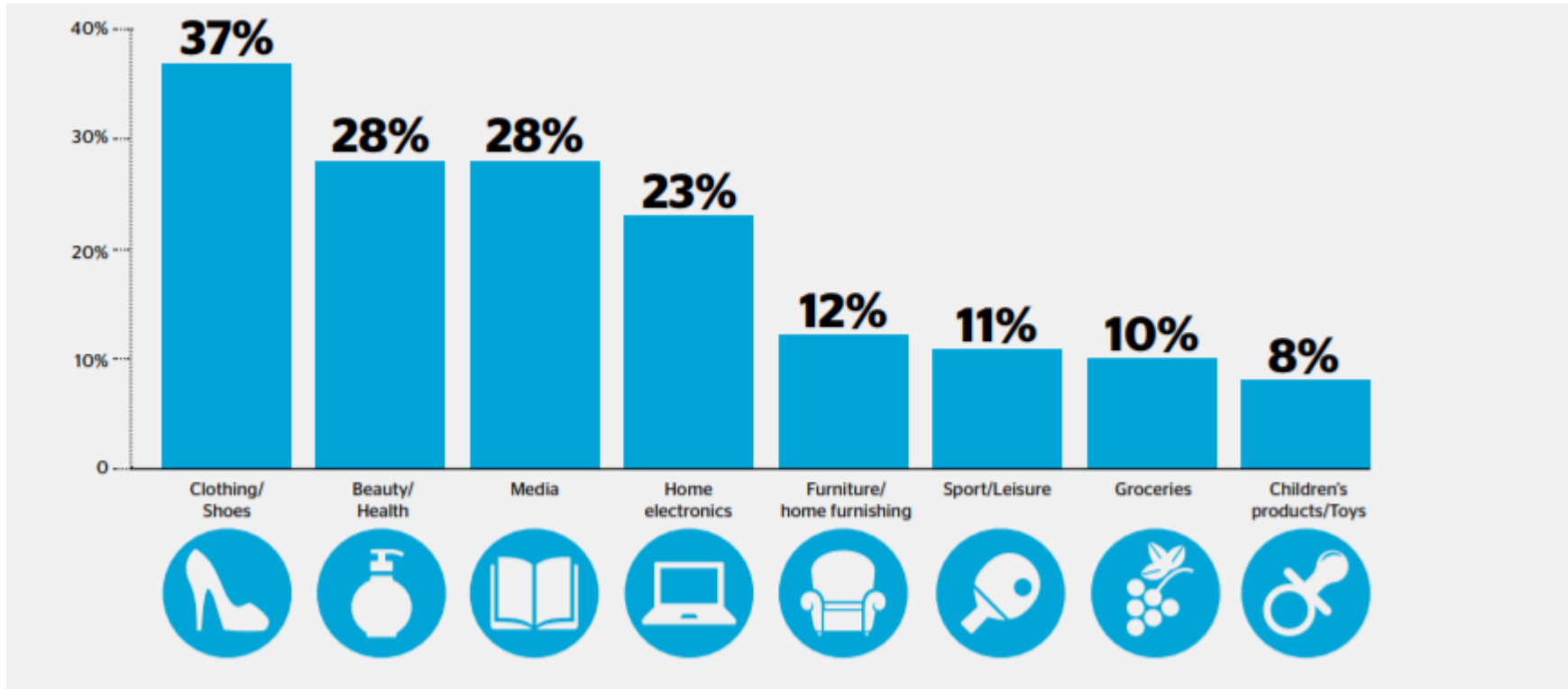
Szwecja – rynek e-commerce

- Karty są podstawową metodą płatności online, która odpowiada za 38 procent sprzedaży. W przypadku korzystania z kart, debet jest preferowany nad kredytem, co ponownie sugeruje nieco konserwatywne podejście do wydatków.
- Penetracja kart pozostaje na wysokim poziomie w kraju - 1,1 karty debetowej na mieszkańca i 0,7 karty kredytowej na mieszkańca, co sprawia, że jest to wszechobecna opcja płatności dla sprzedawców.
- Przelewy bankowe zyskują na znaczeniu i do 2023 roku staną się dominującą metodą płatności. Można to wyjaśnić stuprocentową penetracją rachunków bankowych w Szwecji oraz rozwojem Swish, mobilnej aplikacji płatniczej prowadzonej przez wiodące szwedzkie banki. Umożliwia ona natychmiastowe przelewy bankowe między firmami i konsumentami i jest używana przez dwie trzecie populacji. Jej wszechobecność jest tak duża, że termin "swisha" jest obecnie używany jako krajowy slang do dokonywania płatności.
- Krajowa marka Klarna jest również kluczową alternatywną metodą płatności, która wykorzystuje przelewy bankowe do realizacji zakupów w ratach. Szwedzkim rynkiem płatniczym mogą wstrząsnąć prowadzone przez rząd w 2020 r. próby wprowadzenia e-krony, pierwszej na świecie cyfrowej waluty banku narodowego.



Szwecja – rynek e-commerce

Top lista towarów zakupionych online



Źródło zdjęcia: https://www.emota.eu/media/1217/e-commerce-in-the-nordics-2021_eng_low.pdf

Konsumenci dokonują zakupów w Internecie, ponieważ korzyści płynące z zakupów przez Internet są postrzegane jako większe niż korzyści z fizycznej sprzedaży detalicznej. Możliwość robienia zakupów w dowolnym momencie, a tym samym unikanie konieczności wcześniejszego planowania, jest niezmiennie silnym powodem dokonywania większej ilości zakupów cyfrowych, zwłaszcza w Szwecji. Szwedzcy konsumenci widzą jednak więcej dodatkowych korzyści z zakupów w Internecie niż w sklepach fizycznych. Doceniają oni dużą ofertę i niskie ceny w Internecie oraz większą liczbę sklepów internetowych niż w innych krajach nordyckich, ponieważ są one postrzegane jako bardziej komfortowe niż zakupy w zwykłych sklepach.

Szwecja – rynek ecommerce

Największe sklepy internetowe w Szwecji

1. Netflix.com
2. Ebay.com
3. Amazon.com
4. Apple.com
5. Amazon.co.uk
6. Aliexpress.com
7. Ebay.co.uk
8. Norwegian.com
9. Amazon.de
10. Asos.com

1. Blocket.se
2. Elgiganten.se
3. Cdon.se
4. Netonnet.se
5. Ikea.com
6. Viaplay.se
7. Webhallen.com
8. Hm.com
9. Telia.se
10. Biltema.se

Sklepy zagraniczne

Sklepy krajowe

Szwecja - rolnictwo i przemysł spożywczy

Silna koncentracja rynku

Ograniczony asortyment artykułów żywnościowych

Wysokie ceny towarów

Wymagający konsument

Specyficzne regulacje dotyczące sprzedaży alkoholu

Specjalne regulacje UE dotyczące standardów kontroli na obecność salmonelli

ICA

COOP

axfood

**Zrzeszenie
Sprzedawców Mięsa i
Wędlin** <http://www.kcf.se>

**Agencja d/s Rolnictwa /
Jordbruksverket** <http://www.jordbruksverket.se/>

Szwecja - rolnictwo i przemysł spożywczy

- Położenie geograficzne i warunki klimatyczne sprawiają, że Szwecja jest silnie uzależniona od importowanej żywności. Obecnie około połowa całej żywności spożywanej w Szwecji pochodzi z importu. Import obejmuje głównie ryby, owoce i warzywa, mięso, napoje, kawę i produkty mleczne.
- Liczący około 10,2 miliona mieszkańców szwedzki rynek zbytu oferuje raczej niewielki wolumen, ale konsumenci mają stosunkowo dużą siłę nabywczą. Ogółem około 12% wydatków prywatnych gospodarstw domowych przeznaczają się na żywność.
- Szwecja ma jedno z najwyższych na świecie spożycia produktów ekologicznych na jednego mieszkańca. W 2020 r. aż 9 procent całej żywności i napojów sprzedawanych w Szwecji było z sektora żywności ekologicznej, co razem z Danią stanowi najwyższy odsetek na świecie. Napoje organiczne odnotowały jeden z najsilniejszych wzrostów.

Szwecja - rolnictwo i przemysł spożywczy

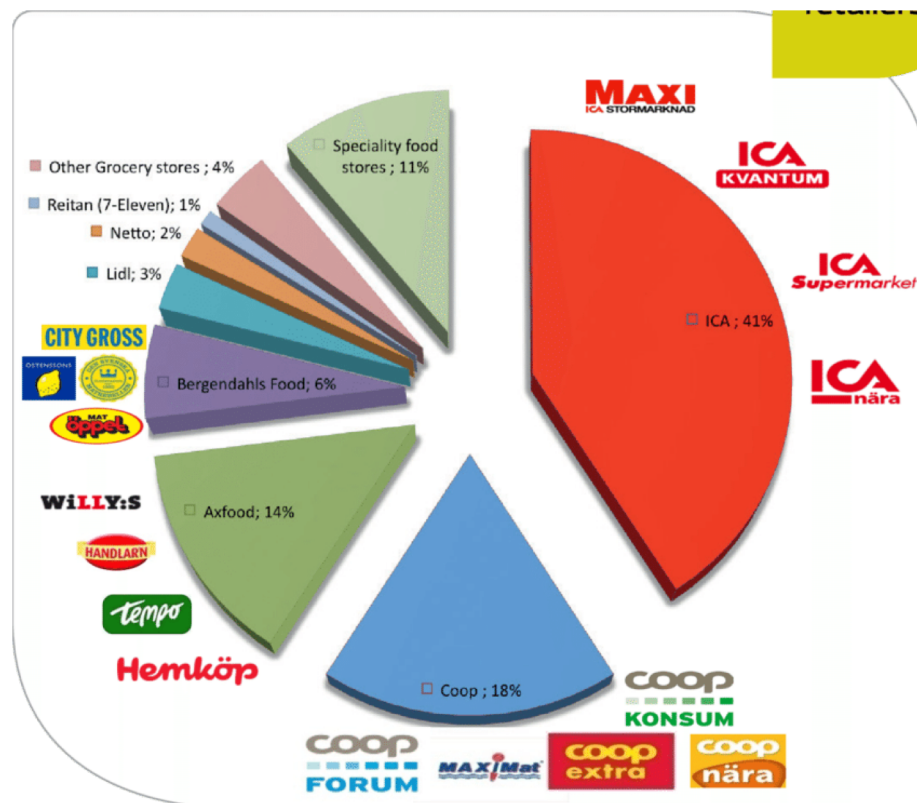
Duża koncentracja w gastronomii i handlu hurtowym.

Wzrost zapotrzebowania na produkty wysokiej jakości.

Kryteria warunkujące takie oznaczenie dotyczą zawartości tłuszczu, cukru, soli i błonnika i są oparte na skandynawskich rekomendacjach żywieniowych.

Rosnące zapotrzebowanie na ekologiczne produkty spożywcze i napoje.

Przedsiębiorstwa – udziały w rynku sprzedaży detalicznej w Szwecji



Szwecja - rolnictwo i przemysł spożywczy

Wybór towarów ze znakiem **zielonej dziurki od klucza** **The Keyhole** . Dziurka jest to wspólne oznaczenie dla sprzedawanych w Danii, Norwegii i Szwecji zdrowych produktów.

Jest 25 kategorii w następujących 9 grupach produktów

- Nabiał
- Produkty do smarowania o niskiej zawartości tłuszczu, margaryny i oleje
- Mięso i wędliny
- Ryby i owoce morza
- Produkty wegetariańskie
- Chleb, makaron, płatki śniadaniowe, mąka
- Gotowe posiłki, ciasta, pizza, zupy, kanapki
- Ziemniaki i warzywa
- Owoce i owoce jagodowe



Żywność oznaczona zieloną dziurką od klucza zawiera mniej cukrów i soli, więcej błonnika i pełnoziarnisty oraz zdrowszych lub mniej tłuszczowych niż produkty żywnościowe tego samego rodzaju, które nie posiadają symbolu.



Design manual for the Keyhole logo

– prepacked food and generic marketing

Published 17th of June 2009, revised 25th of June 2012 by the Swedish National Food Administration, the Danish Veterinary and Food Administration, the Norwegian Directorate of Health and the Norwegian Food Safety Authority.

Nordic Nutrition Recommendations

Żywność pakowana, która może nosić symbol Keyhole, musi spełniać określone warunki określone przez władze Szwecji, Danii, Norwegii i Islandii. Ryby i owoce morza, owoce, warzywa i ziemniaki mogą być etykietowane bez opakowania. Warunki te - w odniesieniu do ilości tłuszczu, cukrów, soli, błonnika pokarmowego i pełnoziarnistego który może występować w żywności z symbolem Keyhole - opierają się na nordyckich zaleceniach żywieniowych, które opierają się na badaniach naukowych.



Use and placement of the Keyhole logo

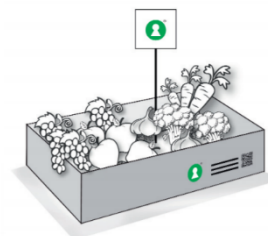
There are several options for the use of the Keyhole logo on packaged food-stuffs.

The Keyhole logo can be placed by itself or in combination with one or more of the options on page 6.

The Keyhole logo should appear on the front of product packaging, as long as the exclusion zone around the Keyhole logo is respected. The Keyhole logo may be placed on various places on the packaging.

Foodstuffs typically sold without packaging, in bulk, such as unprocessed fish, fruits and vegetables, can be branded with the Keyhole by signage in the immediate vicinity of the products that can carry the logo. This signage should leave no doubt about which products the Keyhole logo refers to.

Use of the Keyhole logo alongside other labels
The Keyhole logo may be used along with other labels, e.g. Fairtrade, eco-labels, etc., provided the guidelines for the exclusion zone are respected.



Szwecja

Handel alkoholem

Systembolaget – państwowa sieć sklepów mająca w Szwecji monopol na sprzedaż napojów alkoholowych o zawartości alkoholu powyżej 3,5%

<http://www.systembolaget.se/>  Systembolaget

NIE dokonuje zakupu alkoholi bezpośrednio od producentów zagranicznych.

Zakupy prowadzone są przez firmy zrzeszone w Swedish Spirits & Wine Suppliers (SSWS) - Sprit och Vinleverantörsföreningen.

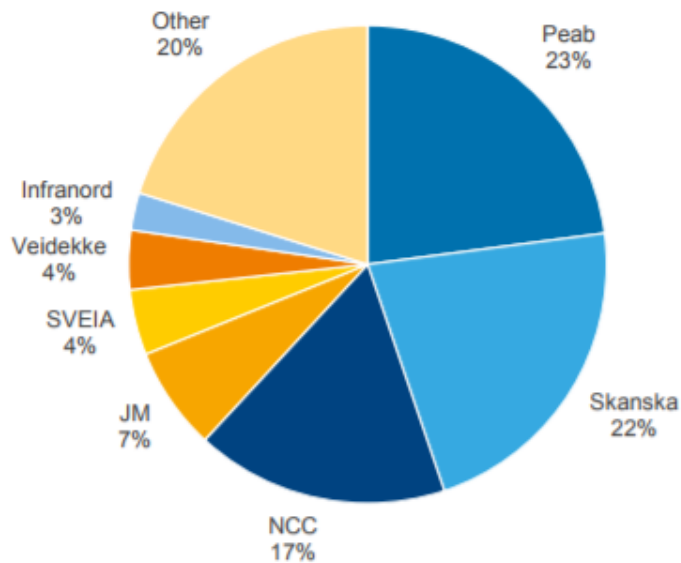
<http://www.svl.se/> 



Zgodnie z prawem szwedzkim Systembolaget może kupić tylko produkty przez szwedzkiego importera / dostawcy napojów.

Rynek budowlany i infrastruktura

Ogólnym celem szwedzkiej polityki transportowej jest zapewnienie efektywności finansowej i zrównoważonego transportu dla obywateli i przedsiębiorstw w całym kraju. Obecnie szwedzki rynek infrastruktury i budownictwa zdominowane przez kilka firm, które prowadzą wiele różnych projektów we wszystkich sektorach budownictwa. Duże inwestycje na szwedzkim rynku infrastruktury jest miejscem gdzie międzynarodowe firmy budowlane mogą uczestniczyć w projektach infrastrukturalnych.



€64_{bn}
Sweden's spending on road and rail projects in 2014-2025

700,000
new homes to be built in Sweden by 2025

64%
market share of Sweden's four largest contractors



Budownictwo

duży stopień koncentracji

silne przywiązanie do rodzimej marki

silna pozycja związków zawodowych

wysokie stawki minimalnego wynagrodzenia

duże zapotrzebowanie na nowe mieszkania/ mieszkania socjalne/
budownictwo społeczne

duży rynek prywatnych klientów

brak wykonawców (generalnych)

Istnieje duże zainteresowanie polską ofertą materiałów budowlanych m.in. oknami, drzwiami, podłogami, glazurami i innymi materiałami wykończeniowymi, a również stalą zbrojeniową, gotowymi belkami, stropami i konstrukcjami stalowymi.

Stolarka otworowa

Wymagania podstawowe

CE - oznaczenie obowiązkowe

Umożliwia swobodny przepływ produktów w Europejskim Obszarze Gospodarczym

Wymagania dodatkowe

Szwedzki Instytut Badawczy

RISE – The Swedish Research Institute



<http://www.sp.se/>

P-Mark - oznacza, że produkt spełnia wymogi prawne i regulacje, w większości przypadków bardziej rygorystyczne - stawiane przez rynek szwedzki.

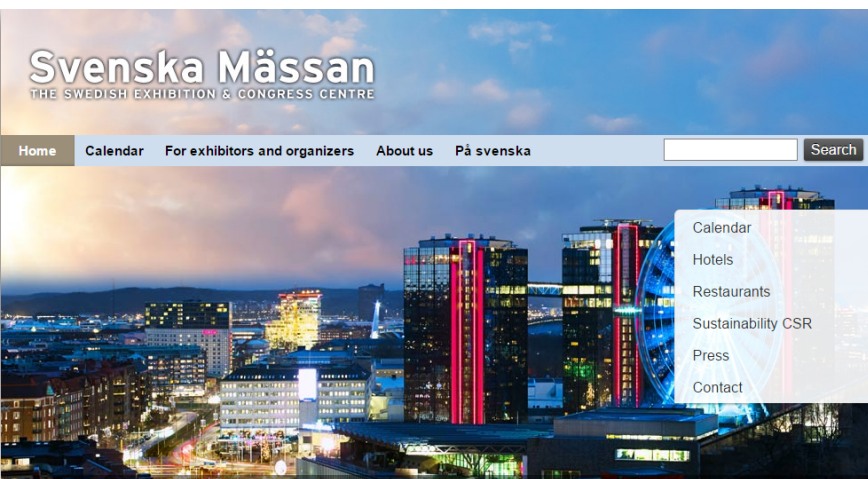
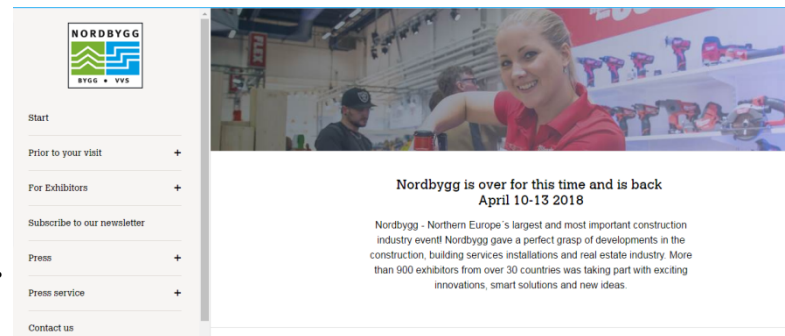
- Construction products
 - Boards
 - Cables
 - Concrete - constructions and components
- Doors, windows, shutters
 - Barnsäkerhetsbeslag
 - Fönster
 - Glas**
 - Glaspartier
 - Innerdörrar
 - Komponenttillverkare
 - Luckor och inspektionsluckor
 - Nödöppningsanordning
 - Panikutrymningsbeslag / Panic exit devices
 - EN1125
 - Portar
 - Tillbehör
 - Ytterdörrar
 - ETA issued by SP
 - Facades, roofings, external wallings
 - Firefighting and safety
 - Ground and foundation

Budownictwo

Targi budowlane – sposób na pozyskanie szwedzkiego klienta.

Największymi targami budowlanymi w Szwecji są Targi NordBygg

www.nordbygg.se



<http://www.svenskamassan.se>

Szwedzka Federacja Budowlana

<http://www.sverigesbyggindustrier.se/>

Szukasz agenta handlowego ?

Związek Agentów w Szwecji

<http://www.agenturforetagen.se>

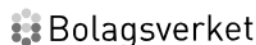
The screenshot shows the website for Agenturforetagen (Trade Partner Sweden). At the top right, there are language options for SVENSKA and ENGLISH. The main header features the logo 'a AGENTUR FÖRETAGEN'. Below the header is a navigation menu with items: ABOUT TRADE PARTNER SWEDEN, FOR COMPANIES (highlighted), VENUES, INTERNATIONAL, MEMBERSHIP, PRESS, and CONTACT. The main content area is titled 'For Companies' and includes a list of links: 'To work as agent, distributor or importer', 'Looking for agents', 'Agreements & Contracts', 'Business groups & networks', 'Insurance Questions', 'Company coaches', 'Legal Questions', and 'Ask us a question'. A central image shows two women in conversation. Below the image, there is a text block in Swedish explaining the organization's role for agents, distributors, importers, and suppliers. It lists 'Areas of counseling' such as Law, Insurance, and Company coaching. On the right side of the page, there is a vertical list of buttons: 'Bli medlem', 'Agent, distributör eller importör?', 'Beställ avtal', 'Databas', 'Kalendarium', 'Vill du få nyhetsbrev?', and 'Logga in'. At the bottom right, there is a logo for 'HAND IN HAND Sweden'.

FORMY PRAWNE PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ NA TERENIE SZWECJI

- Przedsiębiorca jednoosobowy (Enskild näringsidkare)
- Spółka handlowa (Handelsbolag)
- Spółka komandytowa (Kommanditbolag)
- Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (Aktiebolag)
- Oddział (Filial)

Przedsiębiorca jednoosobowy (Enskild näringsidkare)

- Brak osobowości prawnej
- Brak kapitału zakładowego
- Nieograniczona odpowiedzialność osobista właściciela firmy
- Standardowa rejestracja w Szwedzkim Urzędzie Podatkowym (Skatteverket) / w niektórych przypadkach konieczność rejestracji w Szwedzkim Urzędzie Rejestracji Przedsiębiorstw - Bolagsverket
- Obowiązek opłacania podatku dochodowego oraz składek na ubezpieczenie społeczne



SE-851 81 Sundsvall, Sweden
+46 771 670 670
www.bolagsverket.se

Fill in the form on your computer or legibly by hand.
Sign the form and send in the original.

Nyregistrering |
Registration as a sole trader

Enskild näringsidkare | Sole trader

903 e

1 (2)

Skicka till | Send to
Bolagsverket
851 81 Sundsvall



1. Näringsidkaren (innehavaren) | The business owner Fill in your email address and phone number for easy contact.

Samtliga förnamn och efternamn | All first names and surname

Postadress Postal address	Postnr Postcode	Postort Post town
E-postadress Email address		Telefonnummer dagtid Phone number daytime
Personnummer Personal identity number	Folkbokförd i kommun Registered in the municipality of	

2. Företagsnamn | Business name Please leave more than one proposal and vary them as much as possible.

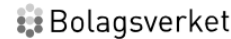
Förslag nr 1 | Proposal no. 1 (This name proposal should be stated when paying the registration fee)

Förslag nr 2 | Proposal no. 2

Förslag nr 3 | Proposal no. 3

Spółka handlowa (Handelsbolag)

- Osobowość prawna
- 2 osoby – minimalna liczba wspólników
- Odpowiedzialność solidarna i osobista wspólników
- Rejestracja w Szwedzkim Urzędzie Rejestracji Przedsiębiorstw – Bolagsverket
- Rejestracja w Szwedzkim Urzędzie Podatkowym (Skatteverket)
- Opodatkowanie – proporcjonalnie do udziałów wspólników
- Koszt rejestracji – Podstawowy/1200 SEK



SE-851 81 Sundsvall, Sweden
+46 771 670 670
www.bolagsverket.se

Fill in the form on your computer or legibly by hand.
Sign the form and send in the original.

Nyregistrering |
Registration of a new partnership

902 e

Kommanditbolag | Limited partnership

1 (4)

Skicka till | Send to
Bolagsverket
851 81 Sundsvall



1. Kontaktperson i detta ärende | Contact person for this case Fill in your email address and phone number for easy contact.

Kontaktpersonens förnamn och efternamn First name and surname of the contact person		Företagsnamn Business name	
Postadress Postal address		Postnr Postcode	Postort Post town
E-postadress Email address		Telefonnr Phone number daytime	Deposittkonto, if allt, 3 siffror

2. Företagsnamn | Business name Please leave more than one proposal and vary them as much as possible.

Förslag nr 1 Proposal no. 1 (This name proposal should be stated when paying the registration fee)
Förslag nr 2 Proposal no. 2
Förslag nr 3 Proposal no. 3

3. Företagets adress | Address of the partnership

Postadress Postal address			
Postnr Postcode	Postort Post town		E-postadress Email address
Kommun Municipality			Län County

Oddział (Filial)

- Wyodrębniona część podmiotu zagranicznego
- Zagraniczna firma może mieć tylko jeden oddział w Szwecji
- Konieczność ustanowienia dyrektora zarządzającego
- Dyrektor zarządzający reprezentuje oddział i jest odpowiedzialny za rejestrację oddziału
- Oddział w zakresie swojej działalności podlega prawu szwedzkiemu
- Brak kapitału zakładowego /zobowiązania odnoszą się do głównego majątku spółki
- Odrębna księgowość
- Koszt rejestracji / opłata podstawowa – 2 tys. SEK

 Bolagsverket
SE-851 81 Sundsvall, Sweden
+46 771 670 670
www.bolagsverket.se

Nyregistrering |
Registration of a branch 887 e
Filial | Branch 1 (5)

Skicka till | Send to
Bolagsverket
851 81 Sundsvall

[More information on page 4](#)

Fill in the form on your computer or legibly by hand.
Sign the form and send in the original.

1. Kontaktperson i detta ärende | Contact person for this case Fill in your email address and phone number for easy contact.

Kontaktpersonens förnamn och efternamn First name and surname of the contact person		Företagsnamn Business name	
Postadress Postal address		Postnr Postcode	Postort Post town
E-postadress Email address		Telefonnr Phone number daytime	Depositt konto, if any, 3 digits

2. Det utländska företags namn och adress | Name and address of the foreign-based company

Namn Business name			
Postadress Postal address			
Postnr Postcode	Postort Post town		
Land Country		Säte Registered office	

3. Filialens namn och adress | Name and address of the branch

Namn Business name	
Postadress Postal address	
Postnr Postcode	Postort Post town

Dostęp do rynku – Licencje / Zezwolenia

Lokalne władze miejskie (Kommun) ----- www.skl.se/

- Sprzedaż żywności i alkoholu
- Prace budowlane
- Działalność zagrażająca środowisku naturalnemu

Szwedzkiego Stowarzyszenia Władz Lokalnych i Regionalnych
(Sveriges Kommuner och Landstingu)

Zarząd powiatu (Länsstyrelsen)

----- www.lst.se

- Transport towarów i osób
- Wynajem samochodów
- Ochrona osób i mienia

Krajowa Rada Zdrowia i Opieki Społecznej (Socialstyrelsen)

- Pracownicy opieki zdrowotnej
- Lekarze
- Fizjoterapeuci

Dostęp do rynku – Licencje / Zezwolenia

Krajowa Izba Handlu ----- **www.kommers.se**

- Licencje na import towarów

Szwedzki Urząd Rolnictwa (Jordbruksverket) ----- **www.sjv.se**

- Wydaje licencje na przywóz produktów rolnych

Narodowa Administracja Żywności (Livsmedelsverket) ----- **www.slv.se**

- Rejestracja importerów żywności

Obowiązki podatkowe oraz ubezpieczeniowe

Podatek dochodowy od osób fizycznych

Dochód z tytułu zatrudnienia podlega opodatkowaniu według następujących zaokrąglonych kwot dochodu podlegającego opodatkowaniu (2023 r.):

Dochód podlegający opodatkowaniu (SEK *)	Narodowy podatek dochodowy (%)	Miejski podatek dochodowy ** (%)
Od 0 do 613 900	0	32
Ponad 613 900	20	32

* Korona szwedzka

** Stawka ta jest równa średniej stawce podatku miejskiego.

Nierezydenci pracujący w Szwecji dla szwedzkiego pracodawcy lub zagranicznego pracodawcy posiadającego stałą placówkę (PE) w Szwecji podlegają opodatkowaniu według stawki ryczałtowej w wysokości 25% u źródła. Ta sama stawka ma zastosowanie, gdy emerytura jest wypłacana ze szwedzkiego źródła osobie niebędącej rezydentem podatkowym w Szwecji.

Nierezydenci pracujący w Szwecji dla nieszwedzkiego pracodawcy bez PE w Szwecji podlegają opodatkowaniu w Szwecji, jeśli beneficjentem pracy pracownika jest podmiot w Szwecji, a praca jest wykonywana pod kierownictwem i kontrolą szwedzkiego podmiotu. Stawka podatku wynosi 25%. Wyjątek dotyczy sytuacji, gdy pracownik pracuje w Szwecji krócej niż 15 dni z rzędu i łącznie krócej niż 45 dni w ciągu roku kalendarzowego.

Obowiązki podatkowe oraz ubezpieczeniowe

Składki na ubezpieczenie społeczne

- Pracodawcy płacą składki na ubezpieczenie społeczne szwedzkiego pracodawcy od wynagrodzeń wypłacanych pracownikom objętym szwedzkim systemem zabezpieczenia społecznego.
- Składki na ubezpieczenie społeczne są pobierane w wysokości 31,42% całkowitego wynagrodzenia podlegającego opodatkowaniu (bez limitu) w gotówce i w naturze płaconego przez szwedzkiego pracodawcę lub zagranicznego pracodawcę posiadającego PE w Szwecji. Pracodawcy zagraniczni, którzy nie mają PE w Szwecji, muszą zgłosić się do opłacania składek na ubezpieczenie społeczne lub mogą zawrzeć z pracownikiem umowę, że pracownik opłaca i raportuje składki w okresach miesięcznych. W zależności od zastosowanego rozwiązania obowiązują różne stawki.
- Opłata emerytalna w wysokości 7% zarobków brutto, do 599 250 SEK (tj. maksymalna opłata 49 938 SEK), jest płacona przez pracownika, ale zwykle jest ona w całości uznawana za podatek w zeznaniu podatkowym pracownika

Państwowy (krajowy) podatek dochodowy

- Osoby prawne będące rezydentami są zobowiązane do płacenia podatku od swoich dochodów na całym świecie, chyba że mają zastosowanie umowy o unikaniu podwójnego opodatkowania lub specjalne zwolnienia. Podmioty niebędące rezydentami podlegają opodatkowaniu od dochodów, które uznaje się za mające źródło w Szwecji.
- Dochód podlegający opodatkowaniu podlega opodatkowaniu podatkiem dochodowym od osób prawnych według zryczałtowanej stawki 20,6% obowiązującej od 1 stycznia 2021 r. Do 31 grudnia 2020 r. stawka podatku od osób prawnych wynosiła 21,4%.
- Wszystkie dochody podmiotów korporacyjnych są traktowane jako dochody z działalności gospodarczej.

Świadczenie usług transgranicznych



Szwecja

Podstawy prawne

Szvedzka ustawa o pracownikach oddelegowanych –
Posting of Employees Act (SFS 1999:678).

Sekcja 2, 2a, 5, 7, 16–16b, 17–17b, 24, 28–29a, 31 and 32 of the Annual
Leave Act (1977:480)

Section 2, Section 4, first paragraph and Sections 16–22 of the Parental Leave
Act (1995:584)

Sections 2–7 of the Prohibition of Discrimination of Employees Working Part Time and Employees
with Fixed-term Employment Act (2002:293)

Chapter 1, Sections 4 and 5, Chapter 2, Sections 1–4 and 18, and Chapter 5, Sections 1 and 3 of
the Discrimination Act (2008:567)

→
procedury administracyjne
warunki pracy i płacy

**Niezależnie od tego, jakie prawo ma
zastosowanie do stosunku pracy,
pracodawca musi przestrzegać
przedmiotowych przepisów dla
pracowników delegowanych do Szwecji**

Podstawy prawne

Szwedzka ustawa o pracownikach oddelegowanych –
Posting of Employees Act (SFS 1999:678).

Ponadto mają zastosowanie m.in przepisy:

Ustawa o środowisku pracy (1977:1160)

Ustawa o czasie pracy (1982:673) z wyjątkiem sekcji 12

Ustawa o czasie pracy w transporcie drogowym (2005:395) z wyjątkiem sekcji 16

Naruszenie w/w przepisów może skutkować nałożeniem kary grzywny od 1 000, do maksymalnie 100 000 SEK.

Notyfikacja

Rozporządzenie o notyfikacji pracowników delegowanych

Rejestracja może być przekazywana drogą elektroniczną do szwedzkiego Urzędu Bezpieczeństwa i Higieny Pracy

Zgłoszenia nie są konieczne, jeżeli działalność w Szwecji mają trwać maksymalnie pięć dni. Jeśli takie działanie okazuje się być dłuższy niż pięć dni, pracodawca musi spełnić obowiązek powiadomienia odpowiednio szóstego dnia

W przypadku wystąpienia zmian w zakresie danych zgłoszonych do szwedzkiego Urzędu Bezpieczeństwa i Higieny Pracy pracodawca winien je zgłosić w terminie nie późniejszym niż 3 dni od ich wystąpienia.

Dane podlegające zarejestrowaniu:

- imię i nazwisko pracodawcy (firma, miejsce stałego zamieszkania)
- siedziba
- rodzaj usług ofiarowanych w Szwecji
- przewidziany okres czasu.
- miejsce wykonywania usług.
- dane kontaktowe do upoważnionego przedstawiciela pracodawcy
- tożsamość delegowanych pracowników (Imię, nazwisko oraz osobisty numer identyfikacyjny/data urodzenia)
- dane dotyczące powołanej osoby kontaktowej,
- osobisty numer identyfikacyjny/data urodzenia adres oraz numer telefonu w Szwecji,
- adres e-mail.

Pracodawca powinien wyznaczyć osobę kontaktową w Szwecji i powiadomić o tym Urząd ds. Bezpieczeństwa i Higieny Pracy.

Osoba ta musi być upoważniona przez pracodawcę do działania w jego imieniu jak również do przyjmowania określonych decyzji administracyjnych

Osoba kontaktowa musi również przekazywać informacje, w tym właściwe dokumenty organom administracyjnym oraz przedstawicielom organizacji związkowych

Urząd ds. Bezpieczeństwa i Higieny Pracy

Naruszenie obowiązku rejestracji

- brak zgłoszenia usługi
- niepełne zgłoszenie danych
- brak wskazania osoby kontaktowej
- brak uzupełnienia zmienionych danych



W pierwszej kolejności organ administracyjny wydaje nakaz usunięcia braków lub niezwłocznego zgłoszenia usługi

Brak działań przedsiębiorcy – nałożenie kary

6 § Szwedzka ustawa o pracownikach oddelegowanych
Pracodawca musi zapłacić karę za naruszenie obowiązku zgłoszenia pracowników w wysokości 20 000 koron.

Warunki pracy i płacy

Obok przepisów powszechnie obowiązujących, warunki pracy i płacy są w większości przypadków uregulowane na płaszczyźnie układów związkowych

- zasady zatrudniania,
- płace w tym stawki dla różnych grup pracowników,
- urlopy, zwolnienia chorobowe i inne,
- płace za nadgodziny,
- zasady rozstrzygania sporów,
- zasady zwalniania pracowników,
- szkolenia,
- ogólne warunki pracy w przedsiębiorstwie

Wynagrodzenie

Brak powszechnie obowiązującej stawki minimalnego wynagrodzenia

Decydujące znaczenie mają tu zbiorowe układy pracy.
Większość branż ma własne regulacje prawne kształtujące poziom wynagrodzeń

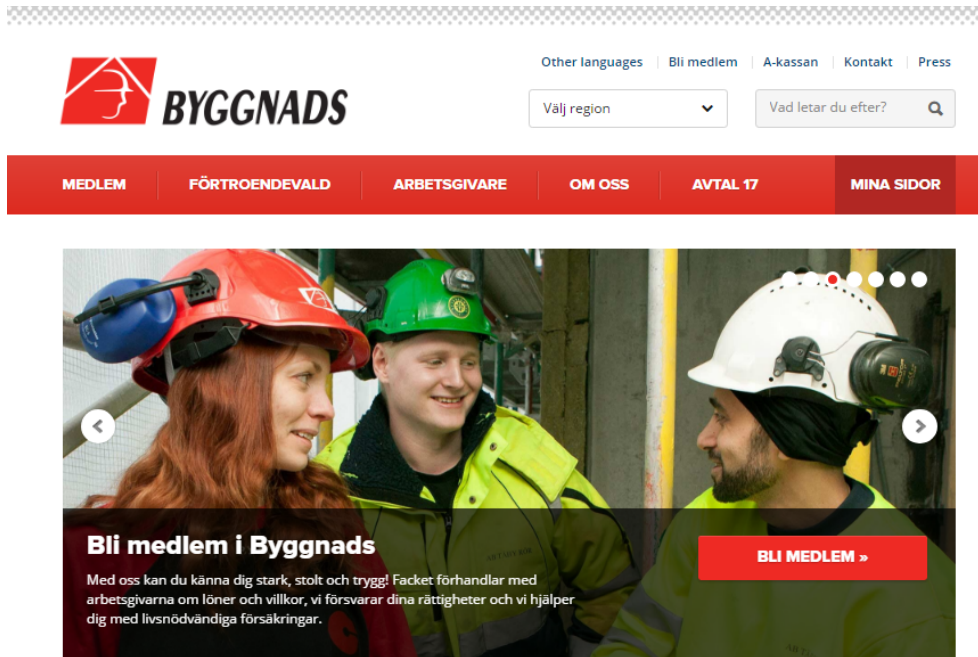
Obowiązek przystąpienia do zbiorowego układu pracy w przypadku gdy ma on charakter powszechnie obowiązujący

Związki zawodowe

MINIMALNE WYNAGRODZENIE -

na terenie Szwecji nie wprowadzono przepisów, które określają wysokość/stawki minimalnego wynagrodzenia. Nie oznacza to jednak, że dana firma nie ma żadnych obowiązków w tym zakresie. W poszczególnych branżach w tym również w branży metalowej obowiązują układy zbiorowe pracy które zawierają organizacje pracowników i pracodawców. Nie mają one charakteru powszechnego tzn. nie ma obowiązku ich stosowania niemniej związki zawodowe mogą skutecznie i w pełni legalnie wymusić jego podpisanie. W tym zakresie warto pamiętać aby uważnie przeanalizować umowę tak by nie podjąć się dodatkowych zobowiązań finansowych, które mogą wpłynąć na koszty realizacji zamówienia.

Związki zawodowe



Other languages | Bli medlem | A-kassan | Kontakt | Press

Välj region

Vad letar du efter?

MEDLEM | FÖRTROENDEVALD | ARBETSGIVARE | OM OSS | AVTAL 17 | MINA SIDOR

Bli medlem i Byggnads

Med oss kan du känna dig stark, stolt och trygg! Facket förhandlar med arbetsgivarna om löner och villkor, vi försvarar dina rättigheter och vi hjälper dig med livsnödvändiga försäkringar.

BLI MEDLEM »

Byggnads jest dobrowolnym związkiem zawodowym założonym przez pracowników w 1881 roku. Jest to związek zawodowy pracowników budowlanych w Szwecji, do którego należy około 70 % pracowników budowlanych na budowach.

Układy zbiorowe regulują między innymi :

- Czas pracy
- Wynagrodzenie urlopowe
- Ubezpieczenia
- Warunki zatrudnienia.

Pracodawcy, którzy posiadają układy zbiorowe, wykupują również ubezpieczenia dla swoich pracowników.

Pojęcie „ekonomicznego pracodawcy” w prawie szwedzkim.

- Szwedzki rząd przyjął ustawę, wprowadzając w szwedzkim ustawodawstwie podatkowym koncepcję pracodawcy ekonomicznego dla określonych sytuacji. Interpretując szwedzkie ustawodawstwo podatkowe dla nierezydentów, jak również niektóre umowy podatkowe, pracodawca zostanie określony nie przez podmiot wypłacający wynagrodzenie, lecz przez podmiot czerpiący korzyści ekonomiczne z wykonywanej pracy.
- Szwedzki obowiązek podatkowy powstaje zatem w przypadku wielu zagranicznych pracowników pracujących tymczasowo w Szwecji, a na zagranicznym pracodawcy ciąży obowiązek meldunkowy w Szwecji. Zmiany legislacyjne mają zastosowanie od 1 stycznia 2021 roku.
- Obecnie zgodnie z obowiązującym w Szwecji ustawodawstwem podatkowym stosowane jest prawne lub formalne pojęcie pracodawcy. Oznacza to, że ocena, kto jest uznawany za pracodawcę, opiera się na tym, kto faktycznie wypłaca wynagrodzenie pracownika. Zgodnie z proponowanymi przepisami, formalne pojęcie pracodawcy będzie nadal stosowane w Szwecji, jednak w niektórych sytuacjach będzie stosowane pojęcie pracodawcy ekonomicznego. Podejście to jest obecnie stosowane w wielu krajach na całym świecie przy interpretacji lokalnych przepisów i artykułów dotyczących usług zależnych (obejmujących wynagrodzenia wypłacane pracownikom) umów o unikaniu podwójnego opodatkowania.

Szwecja – Charakterystyka rynku

Zalety



Największa gospodarka w Europie Północnej
Centralna lokalizacja

Otwartość na techniczne
ulepszenia i innowacje

Efektywne, wydajne zarządzanie,
Bardzo liczne ośrodki B&R.

Wysoka stabilność polityczna,
zaufani partnerzy biznesowi

Dostęp do wysoko wykwalifikowanych pracowników

Elastyczna organizacja regulacji pracowniczych

Doskonale rozwinięta infrastruktura

Wady



Bardzo niska gęstość zaludnienia (zwłaszcza na północy)

Wysokie koszty pracy

Wysokie podatki
(zarówno dla przedsiębiorców jak i konsumentów)

Długie procesy podejmowania decyzji w
biznesie i zarządzaniu

Rynek silnie skoncentrowany wokół organizacji branżowych
(silna pozycja negocjacyjna)

Relacje handlowe ze szwedzkim kontrahentem - aspekty kulturowe



Komunikacja face-to-face

- Przy przedstawianiu się należy koniecznie uścisnąć sobie dłonie w zdecydowany sposób. Jest to jednak typowe głównie dla początkowego etapu spotkania biznesowego i nie należy się tego spodziewać podczas kolejnych spotkań.
- Szwedzi są uważani za przyjaznych i otwartych w dyskusjach, ale mają tendencję do wypowiedzania się tylko wtedy, gdy mają coś ważnego do powiedzenia, innymi słowy, nie ma potrzeby wypowiedzania się, jeśli tak naprawdę nie ma się nic do powiedzenia.
- Szwedzi zwracają się do ludzi po imieniu, niezależnie od ich statusu. Ta nieformalność nie musi koniecznie oznaczać bliskości, a Szwedzi często rozdzielają pracę i życie osobiste.

Komunikacja face-to-face

- Jeśli potrafisz wypowiedzieć kilka słów po szwedzku, jest to miły gest, jeśli spróbujesz ich użyć. Większość Szwedów będzie mile zaskoczona, jeśli potrafisz powiedzieć coś po szwedzku (np. pozdrowienia "hej" [hello] lub "hej då" [goodbye]). Jednak należy pamiętać, że jak tylko zostaniesz zidentyfikowany jako osoba mówiąca po angielsku, twoi szwedzcy koledzy prawdopodobnie przejdą na język angielski.
- Szwedzi ograniczają swój język ciała i gesty rąk do minimum, zamiast polegać na niewerbalnych formach komunikacji. Wolą oni zachować pewną przestrzeń osobistą w swoich interakcjach, więc upewnij się, że pozostawiasz wystarczająco dużo dystansu między Tobą a osobą, z którą rozmawiasz.

Komunikacja face-to-face

- Szwedzi są nieformalni w formie wypowiedzi, ale w innych przypadkach mogą wydawać się nieco powściągliwi i sztywni na początek. Mają tendencję do oddzielania życia prywatnego od zawodowego, co ma wpływ na to, co uważa się za odpowiednie tematy do dyskusji. Szwedzi ograniczają również do minimum publiczne wyrażanie emocji, co dodatkowo potęguje wrażenie sztywności.
- Zawsze czekaj na przedstawienie nieznanym. Podaj rękę każdemu z osobna w którejkolwiek grupie, zarówno podczas przedstawiania, jak i podczas opuszczania firmy.

Relacje biznesowe

- Szwedzi są dość rozmowni, przynajmniej w porównaniu do swoich wschodnich sąsiadów. Szwedzi dobrze znają język angielski, więc nie powinno być problemu z angielskim podczas prowadzenia interesów w kraju. Dotyczy to zwłaszcza młodszych pokoleń.
-
- Dobrze jest pamiętać, że umowy ustne są wiążące w Szwecji. Wypowiedziane słowa są traktowane poważnie i Szwedzi oczekują, że to zauważysz. W związku z tym nie należy zbyt pochopnie składać żadnych zaproszeń czy zobowiązań. Kiedy porozumienie zostaje osiągnięte i zabezpieczone uściskiem dłoni, to jest to zawarcie umowy! Oczywiście również umowy pisemne są zawsze podpisywane. Ich rolą jest mniej więcej gwarantowanie porozumienia - i oczywiście działa jako dokument prawny w przypadku konfliktu.
- Podczas negocjacji ze Szwedami należy być przygotowanym na wiele dyskusji. Szwedzi są znani ze swojej demokratycznej kultury podejmowania decyzji i szczegółowego i długiego omawiania spraw.
- Harmonogramy i planowanie są czasem wymieniane jako część szwedzkiego „stylu życia”. Zasadniczo spontaniczność i improwizacja nie są najsilniejszymi cechami Szwedów.

Nawiązywanie kontaktu

- W komunikacji należy stosować łagodne podejście. Nie akceptuje się pokazów władzy, hierarchii czy emocji. Szwedzi lubią planowanie i procedury i doceniają to w komunikacji swoich odpowiedników.
- Szwedzki styl komunikacji jest bezpośredni i otwarty. Przydatne jest bezpośrednio dotarcie do sedna sprawy, aby uniknąć marnowania czasu. Może się to wydawać nieco niegrzeczne, ale nie należy brać tego do siebie. Szwedzi są dobrymi słuchaczami i oczekują, że Ty też nim będziesz. Zamiast komuś przeszkadzać, poczekaj na swoją kolej, aby wyrazić swoją opinię.

Tytuły osobiste

Szwedzi nie biorą pod uwagę tytułów ani poziomu wykształcenia, którym można się pochwalić. Na początku relacji, Szwedzi zachowują się dość formalnie, dopóki partnerzy nie zaznajomią się z nimi. Mimo to, od samego początku związku posługują się imionami.

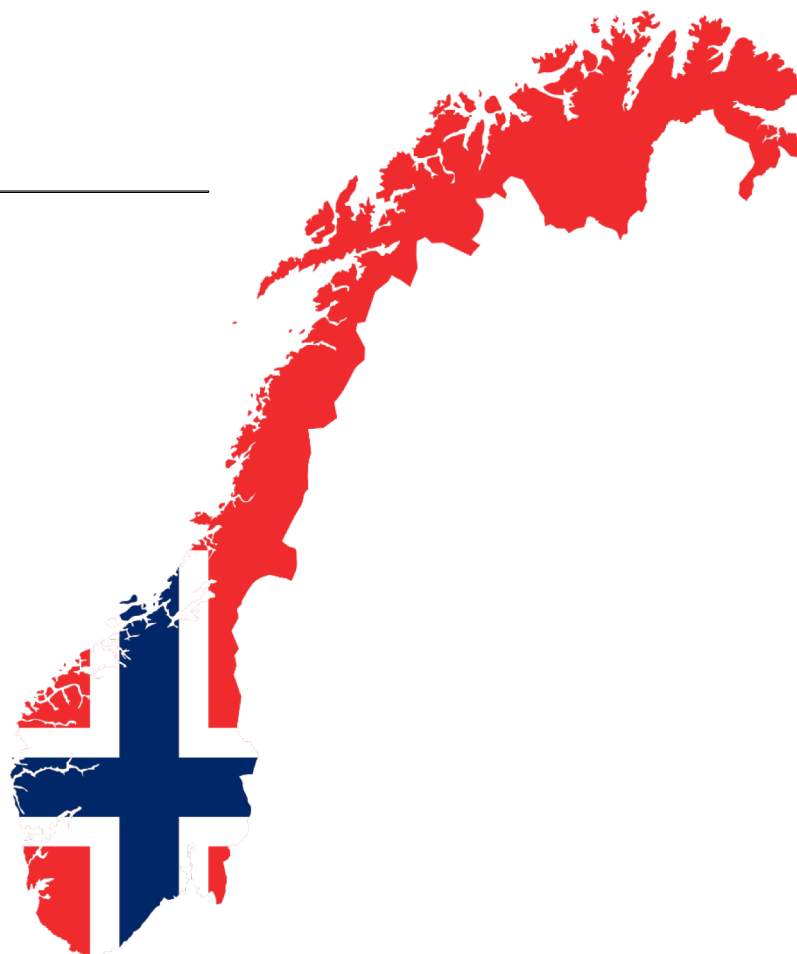
Proces negocjacji

- Bądź dobrze przygotowany do rozpoczęcia negocjacji ze Szwedami, ponieważ są oni znani z dokładnej analizy informacji, kontekstu i propozycji. Zaleca się, abyś przekazał swojemu szwedzkiemu partnerowi biznesowemu dużo informacji na piśmie, aby mógł on je przeanalizować.
- Upewnij się, że Twoja prezentacja jest rzeczowa i dobrze zorganizowana. Szwedzi są znani z tego, że są w stanie zapewnić sobie dobre oferty, nie robiąc sobie wrogów. Uwielbiają dialog i ideę demokracji i normalne jest szczegółowe omawianie tematów w celu osiągnięcia porozumienia. Ze względu na twz. „budujący konsensus” – istotny aspekt kultury szwedzkiej, czasem wiele spotkań jest koniecznych do osiągnięcia porozumienia nawet w drobnych kwestiach.

Proces negocjacji

- Szwedzi często ukrywają swoje prawdziwe emocje, a brak wyraźnego lidera w spotkaniach może prowadzić do nieporozumień. Często z góry podają swoją "uczciwą" cenę i niechętnie negocjują dalej. Wykazują bardzo mało emocji w kontaktach biznesowych.
- Negocjując z partnerem ze Szwecji, pamiętaj, aby nie okazywać zbyt wielu emocji, ponieważ może być błędem i wywoływać złe wrażenie. Stosowanie humoru nie jest zwykłym zachowaniem podczas negocjacji - to poważny interes. Ważne jest również, aby wziąć pod uwagę warunki płatności. W relacjach biznesowych, Szwedzi są przyzwyczajeni do płacenia w ciągu 30 dni, a wszystkie ceny są w SEK.
- Zagraniczny kontrahent może mieć trudności z negocjowaniem ze Szwedami, a główną przeszkodą jest próba zmiany ich stanowiska w sprawie większych ustępstw. Są to ludzie metodyczni i szczegółowi, powolni w zmianie swoich stanowisk i sami będą mocno naciskać na ustępstwa. Aby robić interesy ze Szwedami, należy być szczerym i wszystkie umowy powinny być spisane i podpisane, ponieważ Szwedzi uważają umowę pisemną za protokół ustaleń oraz dowód zawarcia umowy.

Norwegia



Norwegia – polsko – norweska wymiana handlowa

Eksport Polski ogółem w okresie styczeń-maj 2020 r. wzrósł o 7,0% i wyniósł 81,149 mld EUR. W tym samym okresie import wzrósł o 10,1% wyniósł 80,259 mld EUR. Tym samym bilans w handlu zagranicznym Polski w skali roku wyniósł 0,890 mld EUR.

Eksport :

- Pojazdy, statki powietrzne, jednostki pływające i współdziałające urządzenia
- Wyroby nieszlachetne i wyroby z metali nieszlachetnych
- Urządzenia mechanicznie i elektryczne; do rejestracji i odbioru
- dźwięku

Import

- Zwierzęta żywe; produkty pochodzenia zwierzęcego
- Wyroby nieszlachetne i wyroby z metali nieszlachetnych
- Produkty mineralne

Norwegia – charakterystyka rynku

Charakterystyczne cechy rynku norweskiego :

- Silna gospodarka
- Branże o klasie światowej (globalne centra wiedzy)
- Ścisła współpraca między przemysłem a instytucjami B+R
- Wydajność i innowacyjność pracowników
- Konkurencyjność produktów (jakość)
- Płaskie struktury i otwarta komunikacja w miejscu pracy
- Doskonała infrastruktura
- "Norweski model" - współpraca między rządem, federacjami pracodawców i organizacjami pracowniczymi

Norwegia

Specjalizacja rynku

Ropa naftowa i gaz

Energia odnawialna i ochrona środowiska

Sektor morski

Green IT

Opieka zdrowotna

Przemysł leśny

<http://www.invinor.no>



Sektor morski

Norwescy armatorzy kontrolują 7 % światowej floty.

Firmy transportowe (w tym platformy i firm wiertnicze), dostawcy usług morskich i statków, stocznie budowlane, producenci maszyn stoczniowych posiadają wiodącą pozycję na rynku.

Norweski sektor morski obejmuje 7 500 przedsiębiorstw, 100 000 pracowników, generuje obrót w wysokości 410 miliardów NOK.

Norweskie stocznie działają w czterech głównych segmentach: statki morskie, statki specjalistyczne, małe statki rybackie i promy pasażerskie.

Norwegia jest siedzibą producentów sprzętu morskiego w wielu różnych dziedzinach, w tym silników, układów pompowych, sprzętu nawigacyjnego, powłok, systemów grzewczych, mebli do statków i systemów pozycjonowania.

Obszary współpracy

Systemy konstrukcyjne kadłuba, manewrowania i napędu

Transportu i dystrybucji LNG

Sprzęt i statki do eksploracji morza (energia, górnictwo, hodowla ryb, Biotech)

Energooszczędne i niskoemisyjne silniki

Metody i technologie w zakresie ewakuacji, poszukiwania i ratownictwa w Arktyce

Sprzęt i statki do operacji na głębszych i bardziej odległych obszarach morskich

Rozwiązanie i systemy do analizy, modelowania, projektowania, prototypowania i symulacji



Instytucje wsparcia

Norweskie Stowarzyszenie Armatorów



<http://www.rederi.no/>

Norweska Federacja Przemysłu

Norweska Federacja Przemysłu zrzesza ok. 2400 firm członkowskich które zatrudniają ponad 130.000 pracowników.



Norsk industri er Norges framtid

<http://www.norskindustri.no/>

Branże:

aluminiowa, biotechnologia, przemysł chemiczny, elektroniczny i elektryczny, odlewnictwo, meble, szkło i ceramika, pranie i czyszczenie odzieży, maszyny i urządzenia przemysłowe, przemysł morski, metali, górnictwa, ropy, opakowań, farb i lakierów, przemysł naftowy, farmaceutyki, tworzywa sztuczne, masy celulozowej i papieru, recyklingu, gumy, tkanin i gotowych ubrań.

Norwegia wyznaczyła ambitne cele w zakresie redukcji emisji gazów cieplarnianych (GHG) i ustanowienia społeczeństwa niskoemisyjnego do 2050 r.

- Dzięki dużym rezerwom ropy naftowej i gazu ziemnego Norwegia jest eksporterem energii netto: w 2020 r. 87% jej produkcji energii było eksportowane. Z perspektywy globalnej Norwegia jest siódmym co do wielkości producentem gazu ziemnego na świecie, dostarczając 3% światowego zużycia gazu. Norwegia jest również znaczącym producentem ropy naftowej, odpowiadając za 2,3% światowej produkcji ropy naftowej w 2020 r.
- Rozległe zasoby hydroenergetyczne pokrywały 92% produkcji energii elektrycznej, wspierając prawie całkowicie sektor energetyczny oparty na źródłach odnawialnych.

Okoliczności wojny na Ukrainie –

- Rosyjska inwazja na Ukrainę w krótkim okresie zwiększyła eksport energii z Norwegii, ale w dłuższej perspektywie doprowadzi do bardziej gwałtownego spadku popytu na gaz ziemny.
- Rekordowo wysokie ceny energii elektrycznej i zbliżający się deficyt energii elektrycznej w latach 2026-2030 hamują rozwój przemysłu czystych technologii.

Regionalne klastry

Regionalne klastry w dziedzinie energii i środowiska

<http://en.ncesmart.com/>



<http://www.electricmobility.no>



<http://smartwatercluster.no>



<https://windcluster.no/>

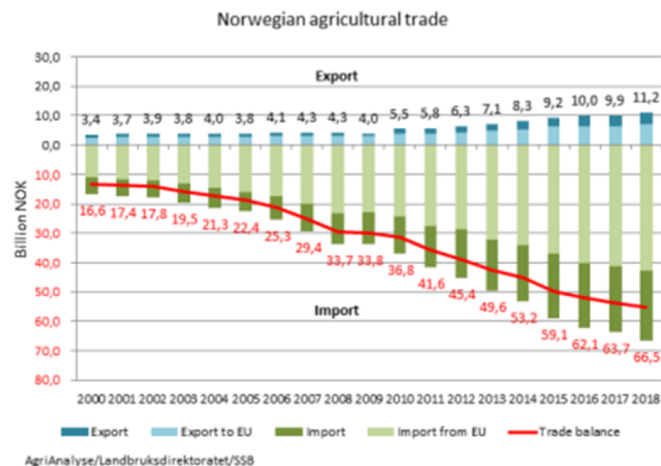


Sektor rolno - spożywczy

- Norwegia jest producentem o wysokich kosztach, a polityka rolna koncentruje się na utrzymaniu wysokiego stopnia samowystarczalności. Aby utrzymać produkcję rolną, dotacje Norwegii do większości produktów rolnych przewyższają dotacje UE. Wysokie cła, ograniczenia ilościowe i bariery techniczne w handlu poważnie ograniczają wejście konkurencyjnych produktów na rynek norweski. Istnieją kontyngenty taryfowe na zboża, mięso i szereg produktów ogrodniczych. Ponadto Norwegia udziela rabatów przetwórcom żywności w ramach rekompensaty za wysokie koszty środków produkcji rolnej oraz w celu zapewnienia, że norweskie produkty przetworzone mogą konkurować z importem.
- Przepisy norweskie są bardziej restrykcyjne niż przepisy UE w odniesieniu do produktów modyfikowanych genetycznie. Ta różnica w ocenie produktów biotechnologicznych doprowadziła do odrzucenia przez Norwęgę kilku produktów dopuszczonych w UE.

Sektor rolno - spożywczy

- Od 1 stycznia 2022 r. w UE zaczęły obowiązywać nowe przepisy dotyczące produkcji ekologicznej, a od 25 czerwca 2022 r. przepisy obowiązują również w Norwegii. Przepisy dotyczące rolnictwa ekologicznego określają warunki oznaczania produktów rolnych i akwakultury, środków spożywczych i pasz jako ekologicznych. Przepisy zawierają wymagania chroniące zaufanie konsumentów, zdrowie roślin, zdrowie zwierząt i ryb, dobrostan zwierząt i ryb oraz środowisko.
- Detaliczny rynek wyrobów spirytusowych, win i piwa (o zawartości alkoholu powyżej 4,75% obj.) kontrolowany jest przez rządowego monopolistę Vinmonopolet.
- Norwegia jest tylko w 50% samowystarczalna pod względem produkcji żywności i rolnictwa.



Sektor rolno - spożywczy

- ✓ Silne przywiązanie do marki/
Produktu krajowego
- ✓ Silna koncentracja rynku
- ✓ System kontyngentów
- ✓ Ochrona celna

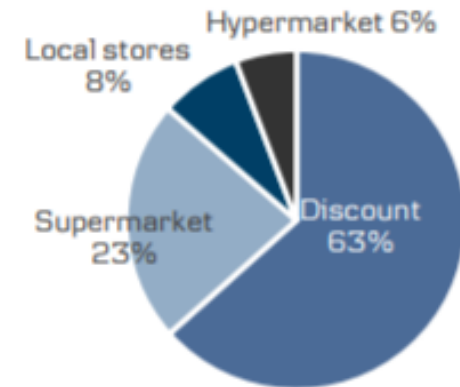
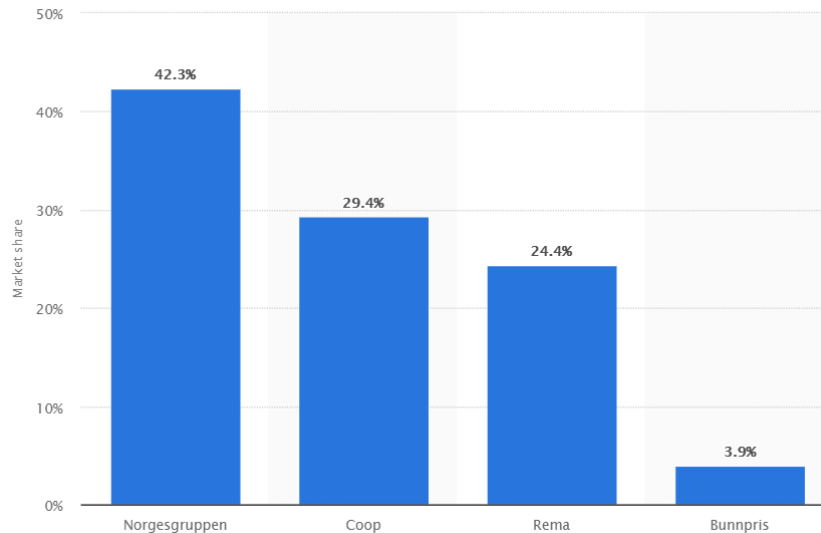
Sektor rolno - spożywczy

Wiodący detaliści spożywczy w Norwegii : Norgesgruppen, Coop Norge AS Haendel, Reitangruppen, i ICA Norge

Dominacja ww. czterech firm na rynku.

Bardzo skonsolidowany rynek detaliczny handlu artykułami spożywczymi.

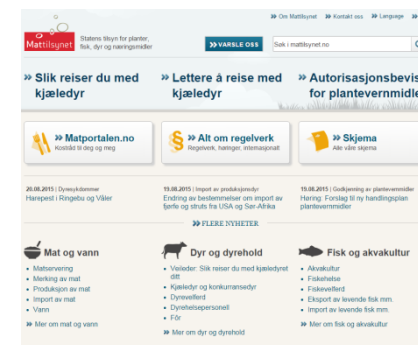
Przedsiębiorstwa – udziały w rynku sprzedaży detalicznej w Norwegii



Źródło: www.statista.com

Etykietowanie żywności

- Ogólne wymagania dotyczące etykietowania żywności,
- Przepisy dotyczące jakości dla produktów spożywczych
- Alergeny
- Żywność ekologiczna
- Oświadczenia żywieniowe i zdrowotne
- Nazwy chronione



Norweski Urząd Sanitarny ds. Żywności – MATTILSYNET – www.mattilsynet.no

Kawa i herbata są wolne od cła na przywóz do Norwegii.
Ekstrakty i preparaty kawy i herbaty mogą być importowane bez cła w ramach Porozumienia EOG.

Woda mineralna z UE są wolne od cła w Norwegii na podstawie porozumienia EOG.

Świeże i mrożone owoce morza oraz przygotowane produkty importowane są do Norwegii bez cła.

Sektor rolno - spożywczy

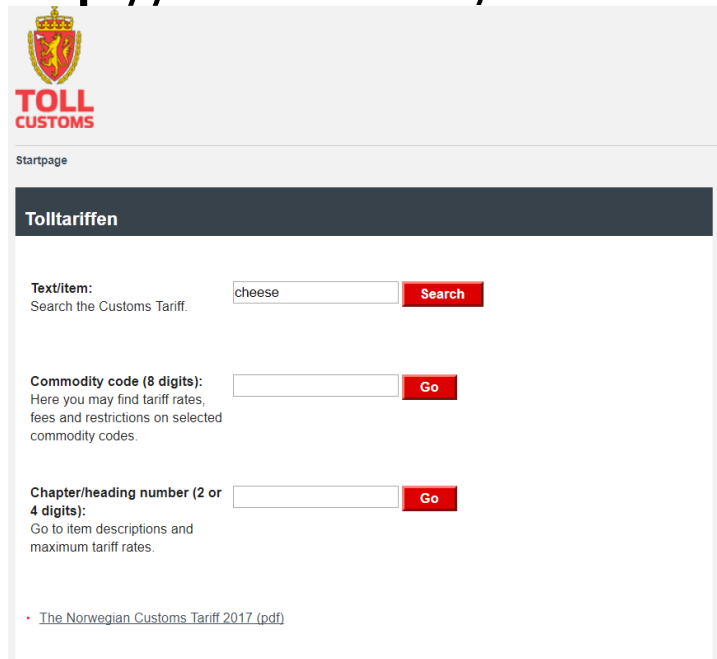
Rynek oparty głównie na markach krajowych



Sektor rolno - spożywczy

CŁA - TOLLVESENET

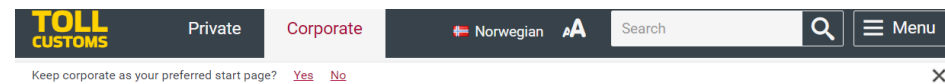
<http://www.toll.no/>



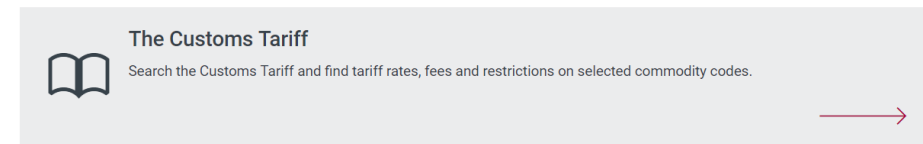
The screenshot shows the 'TOLL CUSTOMS' website. At the top left is the logo featuring a crown and a shield with a red lion, with the text 'TOLL CUSTOMS' below it. Underneath the logo is the word 'Startpage'. The main content area is titled 'Tolltariffen' and contains three search sections:

- Text/Item:** Search the Customs Tariff. Input field contains 'cheese', followed by a red 'Search' button.
- Commodity code (8 digits):** Here you may find tariff rates, fees and restrictions on selected commodity codes. Input field is empty, followed by a red 'Go' button.
- Chapter/heading number (2 or 4 digits):** Go to item descriptions and maximum tariff rates. Input field is empty, followed by a red 'Go' button.

At the bottom left, there is a link: [The Norwegian Customs Tariff 2017 \(pdf\)](#)



The screenshot shows the search bar area of the Toll Customs website. It features the 'TOLL CUSTOMS' logo on the left, followed by tabs for 'Private' and 'Corporate'. To the right of the tabs are the Norwegian flag, a language selector 'A', a search input field with a magnifying glass icon, and a 'Menu' button with a hamburger icon. Below the search bar, there is a checkbox labeled 'Keep corporate as your preferred start page?' with 'Yes' and 'No' options, and a close 'X' button on the far right.



The screenshot shows a section titled 'The Customs Tariff' with an open book icon. Below the title is the text: 'Search the Customs Tariff and find tariff rates, fees and restrictions on selected commodity codes.' A red arrow points to the right at the bottom right of the section.

Norweski Urząd Sanitarny ds. Żywności -
MATTILSYNET - www.mattilsynet.no

Norweska Agencja Rolna - **Statens
landbruksforvaltning** - www.slf.dep.no

Budownictwo

W ostatnich latach nastąpił znaczny wzrost w sektorze budownictwa mieszkaniowego oraz przemysłowo-infrastrukturalnego.

Standaryzacja

Co do zasady obowiązuje oznakowanie CE

(Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) Nr 305/2011 z dnia 9 marca 2011 r. ustanawiające zharmonizowane warunki wprowadzania do obrotu wyrobów budowlanych)

W niektórych przypadkach występują szczególne wymagania odnośnie jakości i certyfikacji

W przypadku braku norm zharmonizowanych

Rozporządzenie o technicznych warunkach dla budowli - Forskrift om tekniske krav til byggverk (byggteknisk forskrift) TEK10 m.in.

Dokumentacja produktów

Dokumentacja użytkowania, obsługi i konserwacji (budowli lub instalacji)

Bezpieczeństwo w przypadku pożaru

Warunki energetyczne



Stolarka otworowa

Wymagania podstawowe

CE - oznaczenie obowiązkowe

Umożliwia swobodny przepływ produktów w Europejskim Obszarze Gospodarczym

Wymagania dodatkowe

Certyfikat NDVK (Norwegian Door-And Window Control)

parametry w zakresie :
energooszczędności, wodoszczelności,
odporności na wiatr, przepuszczalności
powietrza

**SINTEF – największa w Skandynawii niezależna
organizacja badawcza**



Certificate

<http://www.sintef.no/>



Norwegia – rynek e-commerce

Norwegia jest najbogatszym krajem w regionie nordyckim liczoną jako PKB na mieszkańca. Nie jest więc zaskoczeniem, że Norwegowie wykazują się wysoką średnią kwotą zakupów na konsumenta w handlu elektronicznym: 220 EUR miesięcznie, nawet jeśli w 2017 r. byli oni prześcigani przez Duńczyków.

Ponad jedna ósma Norwegów, którzy złożyli zamówienie online w ubiegłym miesiącu, robiła zakupy w Szwecji, co wynika między innymi z dobrych historycznych powiązań i stosunkowo minimalnych barier językowych. Z drugiej strony internetowe w Chinach, Wielkiej Brytanii i USA przyciągają konsumentów.

Wśród poszczególnych produktów na czele listy zakupów znajdują się ubrania, książki i kosmetyki. Norwegowie lubią sport, dlatego też kupują towary sportowe w większym stopniu niż ich nordyccy sąsiedzi.

W prawie dwóch trzecich przypadków konsumenci norwescy odbierają swoje zakupy online z punktu dystrybucji. Norwegia nie jest członkiem UE, co oznacza, że istnieją inne zasady dotyczące ceł i podatku VAT, które należy wziąć pod uwagę niż inne kraje nordyckie. Większość produktów z wyjątkiem odzieży, obuwia i artykułów spożywczych jest bezcłowa, ale do wszystkich importowanych produktów o wartości ponad 350 NOK, w tym wysyłki, doliczany jest VAT. W związku z tym import produktów tańszych niż ten jest wspierany przez przepisy, podczas gdy ci, którzy planują sprzedawać droższe produkty do Norwegii, muszą rozważyć rozwiązania w zakresie płatności i obsługi podatku VAT, aby być konkurencyjnymi.

Norwegia – rynek e-commerce

Norwegia jest jednym z czołowych krajów europejskich pod względem penetracji Internetu: 100 procent populacji to użytkownicy internetu. Co więcej, według raportu E-commerce Europe Report 2022 aż 92 proc. Norwegów robi zakupy online. Tylko Dania i Holandia mają wyższy wskaźnik kupujących online.

Prawie jedna trzecia populacji przynajmniej raz kupiła coś online, a 35 procent robi to regularnie. Zakupy te są najczęściej dokonywane u sprzedawców krajowych, a mianowicie w 85 procentach przypadków. E-commerce stanowi ponad 12 procent krajowego sektora detalicznego.

Norweski e-commerce jest wart 17 miliardów euro w 2021 roku według danych Statista. Od 2012 r. sprzedaż internetowa w Norwegii rośnie w stałym tempie, z największym skokiem w 2018 r. W pierwszej połowie tego roku skandynawski handel elektroniczny wzrósł ogółem o 11 procent .

Formy płatności w transakcjach on-line

Norwegowie mają duże zaufanie do nowoczesnych rozwiązań płatniczych. Uważają, że najważniejsza jest możliwość płacenia za zakupy online za pomocą karty debetowej lub kredytowej. W znacznie większym stopniu niż w pozostałych krajach skandynawskich, sprzedawcy detaliczni mogą stracić klienta, jeśli nie będą oferować płatności za pośrednictwem usług takich jak PayPal lub Payson. Spośród najczęściej stosowanych metod płatności, jednak najbardziej popularne w ubiegłym roku stały się usługi mobilne Vipps. Siedem procent norweskich konsumentów handlu elektronicznego używa Vipps jako pierwszego wyboru, w porównaniu z dwoma procentami rok temu.

5 najpopularniejszych metod płatności w handlu elektronicznym

1. Karta debetowa lub kredytowa 59%
2. Paypal, Payson lub podobne 17%
3. Faktura 15%
4. Vipps (ok. 7%)
5. Płatność gotówką przy odbiorze 1%

The logo for Vipps, featuring the word "vipps" in a bold, orange, lowercase sans-serif font. The letter "i" is replaced by a stylized orange smiley face.

Norwegia – rynek ecommerce

Najpopularniejsze sklepy on-line w Norwegii

- Blush.no
- Gmax.no
- Godtlevart.no
- HaugenBok.no
- HM.com
- Ikea.no
- Mpx.no
- Nespresso.no
- NetOnNet.no
- Netthandelen.no
- Sportmann.no
- Stormberg.com
- Vinmonopolet.no
- Zalando.no
- Zara.no
- Komplett.no

Dlaczego Norwedzy robią zakupy online ?

Oferowanie swobody i elastyczności w dokonywaniu zakupów jest uważane za spójny element, który ma decydujące znaczenie dla klientów norweskich. Podobnie jak ich nordyccy sąsiedzi, norwescy konsumenci coraz częściej dokonują zakupów w Internecie, przede wszystkim dlatego, że jest to dla nich wygodne. Jednak więcej niż jeden na pięciu Norwegów woli robić zakupy online, ponieważ jest to postrzegane jako tańszy sposób niż zakupy w sklepach fizycznych.

Jest to nieco wyższy udział niż w pozostałych krajach nordyckich. Wynik ten dobrze wpisuje się w stosunkowo wysoką skłonność Norwegów do importu produktów z zagranicy oraz w fakt, że krajowe punkty cenowe są często postrzegane jako wysokie.

FORMY DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ NA TERENIE NORWEGII

- Działalność na własny rachunek (samozatrudnienie) - selvstendig næringsdrivende firma
- Spółka AS (Aksjeselskap) - prywatna spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
- Spółka ASA - (allmennaksjeselska) publiczna spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
- Spółki z nieograniczoną odpowiedzialnością - ANS – ansvarlig selskap (odpowiedzialność solidarna)
- Spółki z nieograniczoną odpowiedzialnością - DA – delt ansvar (odpowiedzialność kolektywna)
- Filia - oddział firmy zagranicznej

Działalność na własny rachunek (samozatrudnienie) - selvstendig næringsdrivende firma

Kiedy mamy do czynienia z działalnością gospodarczą na własny rachunek


- osoba jest odpowiedzialna za wykonanie prac
- ma trzech lub więcej zleceniodawców jednocześnie lub kolejno
- ma swoje własne biuro lub lokal
- dysponuje własnym sprzętem do wykonania pracy, tj. maszyny, transport i komputery
- otrzymuje wynagrodzenie za towary i / lub świadczone usługi,
- może angażować inne osoby (pracowników) do wykonania zadania
- zachowuje ciągłość pracy (nie pracuje tylko w danym okresie)
- odpowiada osobiście za zobowiązania
- wyżej wymienione kryteria muszą być rozpatrywane łącznie.

Żaden z punktów nie decyduje oddzielnie.





Działalność na własny rachunek (samozatrudnienie) - selvstendig næringsdrivende firma

Wniosek rejestracyjny

Brønnøysundregistrene
Enhetsregisteret, 8910 Brønnøysund

Altinn  **altinn**
enkler dialog med det offentlige

Select an electronic ID:

-  **MinID**
Use codes from SMS or PIN code letter
-  **BankID**
Use security code generator from your bank
-  **buypass**
Use smart card and card reader
-  **Commfides**
Use your USB stick

[How to obtain an electronic ID](#)

[Proceed to alternative log-in met](#)

 **Brønnøysundregistra**

Fjern utfylling

Samordna registermelding Del 1 – Hovudblankett

for registrering i Einingsregisteret, Føretaksregisteret, Meirverdiavgiftsregisteret, NAV Aa-registeret, Statistisk sentralbyrås Virksomhets- og føretaksregister, Stiftelsesregisteret og Skattedirektoratet sitt register over upersonlege skattyatar

1. Namn/føretaksnamn			
1.1 Fullstendig namn/føretaksnamn på eininga (skal alltid fyllast ut)	Organisasjonsnummer		
1.2 Eventuelt nytt namn/føretaksnamn. For einingar registrerte i Føretaksregisteret kjem det gebyr på namne-/føretaksnamneendinga			
1.3 Eige namn på verksemda (gi opp namnet berre dersom sjølve verksemda blir driven under eit anna namn enn det fullstendige namnet/føretaksnamnet på eininga)			
2. Meldinga gjeld			
<input type="checkbox"/> 2.1 Eining som ikkje er registrert tidlegare (eining som ikkje har eige organisasjonsnummer)	<input type="checkbox"/> 2.3 Vedtak om opplysning av eining	→ Ved kjøp, sal eller nedlegging av verksemd, må felt 9 og 10 fyllast ut	
<input type="checkbox"/> 2.2 Endringar/nye opplysningar (fyll berre ut dei felta endringa gjeld)	<input type="checkbox"/> 2.4 Sletting av eining		
3. Registrering i andre register (i tillegg til registrering i Einingsregisteret)		→ Sjå rettleinga om registreringsrett-/plikt i Føretaksregisteret.	
3.1 Skal eininga registrerast i Føretaksregisteret? Det er gebyr på registreringa.	<input type="checkbox"/> Nei <input type="checkbox"/> Ja	→ Er svaret ja, må del 2 i blanketten òg fyllast ut. Sjå eiga rettleing for del 2.	
3.2 Har verksemda omsetning som kjem inn under føresegnene i meirverdiavgiftslova?	<input type="checkbox"/> Nei <input type="checkbox"/> Ja	→	
3.3 Eininga - har eller ventar å få arbeidstakarar - betaler/skal betale andre enn arbeidstakarar vederlag som det skal betalast arbeidsgivaravgift av etter § 23-2 i folketrygdlova	<input type="checkbox"/> Nei <input type="checkbox"/> Ja	→	
3.4 Har eller ventar eininga å få verksemd på fleire adresser?	<input type="checkbox"/> Nei <input type="checkbox"/> Ja	→ Dersom ja, får du nærmare informasjon tilsend.	
4. Adressa til hovudkontoret (forretningsadresse/besøksadresse)			
Gate, husnummer eller stad			
Postnummer	Poststad	Kommune	Land
Telefonnummer	Telefaksnummer	Mobiltelefonnummer	Heimeside

rift i felt 27. For nærmare forklaring/utdyping av dei einiskilde felta – sjå eiga rettleing.

Filia firmy zagranicznej

- rejestracja w Rejestrze Przedsiębiorstw – Foretaksregisteret

Dokumenty niezbędne do rejestracji

- zaświadczenie o wpisie do określonego rejestru w kraju, w którym znajduje się główna siedziba.
 - uchwała zarządu przedsiębiorstwa powołująca oddział firmy w Norwegii
 - imię i nazwisko osoby reprezentującej oddział oraz oświadczenie o wyrażeniu zgody na reprezentację
-
- wszystkie dokumenty muszą być przetłumaczone na język norweski przez tłumacza przysięgłego
 - w przypadku braku pracowników oddziału należy ustanowić przedstawiciela który będzie zobowiązany do opłacania podatków w Norwegii

System podatkowy / ubezpieczenia społeczne

- Norweskie przepisy podatkowe rozróżniają pełną odpowiedzialność podatkową podatników będących rezydentami i ograniczoną odpowiedzialność podatkową podatników niebędących rezydentami. Rezydenci podlegają opodatkowaniu podatkiem dochodowym od swoich światowych dochodów, podczas gdy podatnicy niebędący rezydentami podlegają opodatkowaniu podatkiem dochodowym tylko od określonych rodzajów dochodów ze źródeł norweskich.
- Aby uprościć zgłaszanie i przestrzeganie przepisów dotyczących pracy tymczasowej w Norwegii, wprowadzono system PAYE, który obowiązuje od 1 stycznia 2019 r. System PAYE ma zastosowanie do pracowników nierezydentów podlegających opodatkowaniu w ograniczonym zakresie, z wyjątkiem pracowników na morzu i marynarzy na statkach, którzy otrzymują wynagrodzenie poniżej progu podatkowego 3 (w 2022 r. byłoby to 643 800, a w roku dochodowym 2023 maksymalna kwota to 644 700 koron norweskich [NOK]). Stawka jest zryczałtowana i wynosi 25% (zawiera składki na ubezpieczenie społeczne). Tam, gdzie obowiązuje system PAYE, potrącenia nie mają zastosowania.
- Jeśli stosuje się system PAYE, pracownicy nie potrzebują indywidualnego zeznania podatkowego. Podatek jest ostateczny w chwili zapłaty i dlatego nie podlega zmianom.

Ogólny podatek dochodowy

Ogólny dochód jest opodatkowany według stawki ryczałtowej w wysokości 22%. Ogólna podstawa podatku dochodowego obejmuje wszystkie kategorie dochodów podlegających opodatkowaniu (tj. dochody z tytułu zatrudnienia, działalności gospodarczej i kapitału). Ulgi podatkowe, wydatki i niektóre straty podlegają odliczeniu przy obliczaniu ogólnego dochodu. Podatki od ogólnego dochodu to podatek okręgowy, podatek miejski (Norwegia jest podzielona na 11 hrabstw i podzielona na 356 gmin) oraz podatek państwowy.

Podatek od dochodów osobistych

- Dochód osobisty pomiędzy 190 350 NOK a 279 150 NOK podlega podatkowi w wysokości 1,7%.
- W przypadku dochodów osobistych między 279 150 NOK a 644 700 NOK stawka podatku w przedziale wynosi 4,0%.
- Dla dochodów osobistych między 644 700 NOK a 969 200 NOK stawka podatku w przedziale wynosi 13,4%. Na rok 2022 wprowadzono nowy krok. Tak więc, dla dochodów między 969 200 a 2 mln NOK, stawka podatku w przedziale wynosi 16,5% w 2023 r.
- Dochód osobisty przekraczający 2 mln NOK podlega podatkowi w przedziale w wysokości 17,5%. Podstawa opodatkowania podatkiem dochodowym od osób fizycznych obejmuje dochody głównie z tytułu zatrudnienia, w tym świadczeń rzeczowych i emerytur, a także dochody z tytułu prowadzenia działalności gospodarczej na własny rachunek oraz niektóre wynagrodzenia ze spółek osobowych.

Corporate - Podatki od dochodów przedsiębiorstw

- Norweska spółka będąca rezydentem podlega, jako punkt wyjścia, opodatkowaniu podatkiem dochodowym od osób prawnych (CIT) od swoich światowych dochodów. Spółki niebędące rezydentami są, na początek, odpowiedzialne za podatek CIT w Norwegii, gdy prowadzą działalność gospodarczą prowadzoną w Norwegii lub zarządzaną z Norwegii.
- CIT jest na ogół naliczany według stawki 22%. Niektóre spółki z sektora finansowego objęte są stawką CIT w wysokości 25%.
- Co do zasady, dochód podlega opodatkowaniu w momencie powstania prawa do jego otrzymania, a koszty podlegają odliczeniu w momencie powstania zobowiązania do ich pokrycia. Rzeczywista płatność na ogół nie jest istotna.

Podatek od wartości dodanej (VAT)

- Ogólna stawka VAT wynosi 25% i dotyczy wszystkich dostaw towarów i usług niekwalifikujących się do innej stawki lub zwolnienia. Obniżona stawka w wysokości 15% dotyczy dostarczania żywności i napojów z wyłączeniem wyrobów tytoniowych, alkoholu, leków oraz wody z wodociągów. Stawka obniżona nie dotyczy zaopatrzenia w żywność i napoje spożywane w restauracjach i innych placówkach gastronomicznych.
- Stawka VAT w wysokości 12% dotyczy krajowych przewozów pasażerskich i zamówień na te usługi, krajowych usług promowych związanych z przewozem pojazdów, usług noclegowych, biletów do kina, biletów do muzeów i galerii, biletów do parków rozrywki oraz imprez sportowych.

Świadczenie usług transgranicznych



Norwegia

Ramy prawne

Na gruncie prawa norweskiego postanowienia dyrektywy 97/ są implementowane przez **Forskrift om utsendte arbeidstakere**.

Zakres regulacji prawnych stosowanych w odniesieniu do pracowników oddelegowanych:

- Ustawa o środowisku pracy – rozdział 4, 10, 11, 13, § 12-9, § 14-5, § 14-6, §14-12 do § 14-14 i § 15-9
- Ustawa urlopową – cała ustawa
- Ustawa urlopową rybaków - § 2, § 4 til § 6, § 9 and § 10
- Ustawa o zatrudnieniu - § 27
- Ustawa o równości płci - § 3 - §6

Świadczenie usług na terenie Norwegii

Rejestracja firmy zagranicznej oraz zgłoszenie pracowników i kontraktu, który będzie realizowany na terenie Norwegii.

Krok 1. Numer organizacyjny w Norwegii

Krok 2. Kontrola tożsamości pracowników delegowanych.

W związku z tym, iż w 2014 wprowadzono w Norwegii obowiązek kontroli tożsamości, każdy pracownik delegowany jest zobligowany udać się do lokalnego – położnego najbliższej miejsca świadczonej pracy – urzędu podatkowego w celu dokonania takiej kontroli tożsamości.

Krok 3.

Zgłoszenie pracowników delegowanych oraz kontraktu.

Krok 4.

Raportowanie wypłaconych wynagrodzeń oraz czasu pracy

Świadczenie usług na terenie Norwegii – obowiązek informacyjny

Informacje o zleceniach i pracownikach należy przestać jak najszybciej – nie później niż 14 dni po rozpoczęciu prac przy zleceniu

Wszelkie zmiany w tym również personelu należy zgłaszać najpóźniej w ciągu 14 dni

**Sentralskattekontoret for utenlandssaker**
Central Office - Foreign Tax Affairs

P.O. Box 8031, NO-4068 STAVANGER Tel +47 51 96 96 00
Fax +47 51 96 96 96 e-mail: sfu@skatteetaten.no

Opplysninger om kontrakt, oppdragstaker og arbeidstakere
Information about contracts, contractors and employees

Ligningsloven av 13. juni 1980 § 6-10 og forskrift av 15. august 2008 nr. 929
Tax Assessment Act of 13 June 1980 and regulations 15 August 2008 no 929

DEL 1/PART 1 Fjern utfylling

Hvem gir opplysningene?
Who submits the Information?

Oppdragsgiver/Client (Party awarding the contract)
 Hovedoppdragsgiver/Main client (Party awarding the contract)
 Oppdragstaker/Contractor

Oppdragsgiver/Client (Party awarding the contract)	Norsk org.nr./Norwegian org.no
Hovedoppdragsgiver/Main client (Party awarding the contract)	Norsk org.nr./Norwegian org.no
Oppdragstaker/Arbeidsgiver/Contractor/Employer	Norsk org.nr./Norwegian org.no

Fylles ut dersom oppdragstaker/arbeidsgiver ikke er registrert med norsk organisasjonsnummer
To be filled in if the contractor/employer does not have a Norwegian organisation no

Adresse i hjemlandet/Address in country of residence

Świadczenie usług na terenie Norwegii – obowiązek informacyjny

Wszelkie zlecenia i ewentualne podzlecenia muszą być zgłaszane do SFU (Centralny Urząd Podatkowy dla Zagranicy) jeśli są one realizowane :

- w miejscu wykonywania działalności budowlanej i montażowej w Norwegii
- w miejscu pozostającym pod kontrolą zleceniodawcy w Norwegii
- na norweskim szelfie kontynentalnym

Obowiązek zgłoszenia dotyczy zarówno przedsiębiorców jak i organów publicznych

Obowiązek informacyjny nie zachodzi, jeżeli zleceniodawca jest osobą prywatną lub zlecenie ma wartość poniżej 10 000 NOK

Świadczenie usług na terenie Norwegii – obowiązek informacyjny

Kary finansowe za brak złożenia formularzy informacyjnych

- w przypadku nie zgłoszenia informacji o kontrakcie – kara jest naliczana w wysokości 150 koron za każdy dzień do maksymalnie 75 000 koron
- brak zgłoszenia pracownika - naliczanie kary w wysokości 30 koron za każdy dzień maksymalnie do kwoty 15 000 koron
- dodatkowo na przedsiębiorcę, który nie dopełnił przedmiotowego obowiązku mogą być nałożone dodatkowe obciążenia np. obowiązek uiszczenia składek na ubezpieczenie społeczne

Identyfikatory

Przedsiębiorstwa, zarówno norweskie jak i zagraniczne, które wykonują prace na placach budowy, muszą wyposażyć swoich pracowników w identyfikatory

Przez prace budowlane –

- wznoszenie budynków
- prace wyposażeniowe i instalacyjne
- montaż i demontaż prefabrykowanych elementów
- rozbiórkę, przebudowę i prace przygotowawcze do budowy
- usuwanie substancji szkodliwych i konserwację
- budowę infrastruktury, na przykład tuneli i mostów
- wykopy, roboty strzałowe i inne roboty ziemne
- inną działalność związaną z pracami na placu budowy, na przykład tymczasowy warsztat napraw i konserwacji maszyn używanych na budowie

Karty HSE



<https://hmskort.no>

Delegowanie pracowników do pracy w Norwegii – warunki pracy i płacy

Regulacje ogólne/ powszechnie obowiązujące układy zbiorowe

Warunki wynagradzania

W Norwegii wynagrodzenie jest kwestią prawa prywatnego i nie jest objęte regulacjami publicznymi. Ogólnie obowiązującymi układami zbiorowymi są umowy dotyczące warunków płacy i pracy, które mają zastosowanie do wszystkich osób pracujących w danym sektorze, niezależnie od tego, czy są stronami porozumienia, czy nie. W Norwegii porozumienia zbiorowe obowiązują w następujących sektorach

- Budownictwo
- Morski przemysł budowlany
- Rolnictwo i ogrodnictwo
- Pracownicy sprzątający
- Przedsiębiorstwa przetwórstwa rybnego

Relacje handlowe z norweskim kontrahentem - aspekty kulturowe



Fundamentalne zasady

- Norweska kultura biznesowa opiera się na norweskich (skandynawskich) wartościach pracy. Jedną z głównych wartości jest nacisk na równość. W rezultacie widać niewielką hierarchię, płaskie struktury i nieformalną komunikację.
- Norwegowie rzadziej niż w innych krajach stosują tytuły i symbole władzy. Ogólnie rzecz biorąc, istnieją niewielkie różnice w społeczeństwie i w miejscu pracy.
- Poziom zaufania w społeczeństwie jest wysoki. Zaufanie to dotyczy instytucji państwowych i obywateli, pracodawców i osób zatrudnionych, a także partnerów biznesowych. Oznacza to, że również biznes może być efektywny bez tworzenia wielu struktur.

RELACJE

- Współpraca jest bardzo ceniona. Podstawą "modelu norweskiego" jest współpraca pomiędzy rządem, związkami pracodawców i związkami pracowników. Na poziomie przedsiębiorstwa, współpraca pomiędzy pracodawcą i pracownikiem oraz pomiędzy kierownikiem i podwładnym jest bardzo ważna.
- Należy również wspomnieć o upodmiotowieniu. Praca w Norwegii oznacza, że musisz przejąć odpowiedzialność i inicjatywę. Zarówno społeczeństwo, jak i miejsce pracy opiera się na zaufaniu. Dzięki zaufaniu norwescy pracownicy są postrzegani jako produktywni, kompetentni i zmotywowani.
- Wreszcie, jako kierownik, musisz być świadomy cech kulturowych. Nie oczekuje się od Ciebie wydawania poleceń, ale pełnienie funkcji trenera lub moderatora. Pamiętaj, aby angażować ludzi w podejmowanie decyzji i postrzegać siebie jako pierwszego spośród równych sobie. Ponadto płaska struktura i otwartość powinny być postrzegane jako narzędzie osiągnięcia wyników, a nie jako zagrożenie.

Spotkania biznesowe i negocjacje

- Terminy są generalnie konieczne i powinny być potwierdzone, jeśli są dokonywane przez telefon. Podstawowy styl biznesowy jest stosunkowo nieformalny, ale mimo to spotkania powinny być bardzo dobrze przygotowane, ponieważ wskazuje to, że poważnie podchodzisz do swojej pracy.
- Podczas spotkania biznesowego, możesz zauważyć, że negocjacje toczą się szybko, ponieważ większość Norwegów nie potrzebuje długotrwałych relacji osobistych, aby prowadzić interesy. Wolą jednak robić interesy z tymi, którym ufają. Zaufanie i wiarygodność we wszystkich aspektach jest wielką zaletą w kontaktach z norweskimi firmami.

Spotkania biznesowe i negocjacje

- Spotkania należy umówić wcześniej i potwierdzić e-mailem lub telefonicznie. Punktualność jest ceniona, ponieważ wskazuje na wiarygodność, a za niegrzeczne uznaje się spóźnienie na spotkania. Jeśli spóźnisz się na spotkanie, nawet na kilka minut, oczekuje się, że zadzwonisz po informację. Przybycie z opóźnieniem bez uprzedzenia może spowodować, że spotkanie odbędzie się na złej stopie i potencjalnie zniszczy relację.
- Ponad 99% ludności posługuje się językiem norweskim jako językiem ojczystym. Jednak większość Norwegów jest bardzo dobrze wykształcona w języku angielskim, więc można się spodziewać, że będzie się swobodnie posługiwać w społeczeństwie i biznesie. Nie bądź zaskoczony, jeśli ludzie nie rozmawiają ze sobą w windzie, w sklepie lub w autobusie. Mała rozmowa z nieznanymi nie jest powszechna w Norwegii.
- Niemiecki, francuski i hiszpański są również często nauczone w szkole, ale większość Norwegów nie zna tych języków płynnie. Norwegowie rozumieją Szwedów i Duńczyków bez większych trudności.

FINLANDIA



Polska – Finlandia - wymiana gospodarcza

Eksport do Finlandii wyniósł 1 589 mln EUR

Import z Finlandii osiągnął poziom 1 410 mln EUR

udział polskiego eksportu w fińskim imporcie ogółem wyniósł 2,9%,
udział naszego importu w fińskim eksporcie osiągnął 2,7%

Główne pozycje w eksporcie:

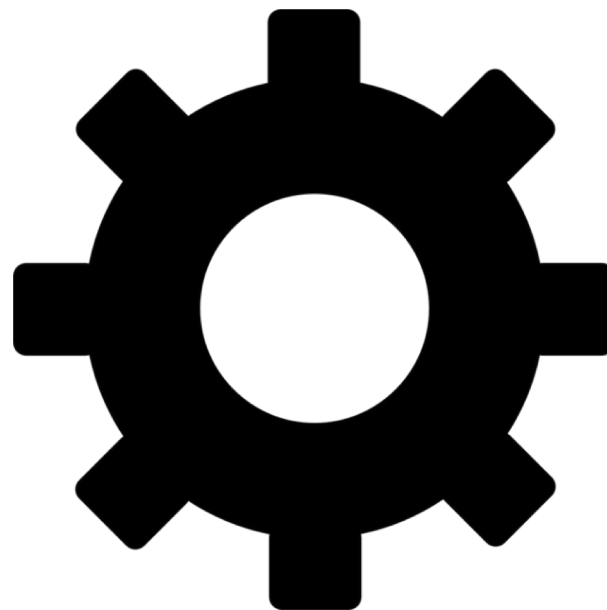
- aparatura, maszyny i urządzenia elektryczne (158,1 mln EUR),
- produkty metalowe (125,9 mln EUR),
- rudy metali i złom (145,8 mln EUR),
- skóry surowe i futrzarskie (63,4 mln EUR),
- pojazdy drogowe (92,6 mln EUR),

Główne pozycje w imporcie:

- papier, tektura (280,2 mln EUR),
- sprzęt specjalistyczny dla przemysłu (90,4 mln EUR),
- żelazo i stal (155,1 mln EUR), - aparatura, maszyny i urządzenia elektryczne (96,1 mln EUR)

FINLANDIA

Główne gałęzie
przemysłu i biznesu



FINLANDIA

PRZEMYSŁ TECHNOLOGICZNY

Przemysł technologiczny to najważniejszy przemysł eksportowy w Finlandii. Firmy technologiczne działające na międzynarodowych rynkach stanowią ponad 50% wszystkich fińskich eksportów. Niemal 300 000 Finów pracuje w firmach technologicznych, a łącznie około 700 000 osób pracuje w sektorze technologii bezpośrednio lub pośrednio. Przemysł jest odpowiedzialny za 80% wszystkich inwestycji w badania i rozwój przeprowadzonych w Finlandii.

Klaster technologii obejmuje pięć sektorów: metalurgii, przemysł elektroniki i elektrotechniki ; inżynierii mechanicznej; technologii informacji oraz doradztwo techniczne i usługi architektoniczne.

TURNOVER IN THE TECHNOLOGY INDUSTRY

Turnover EUR million in 2013

Electronics and electrotechnical industry	15,782
Mechanical engineering (metal goods, machinery, transport equipment)	27,153
Metals industry	8,840
Consulting engineering	5,048
Information technology	8,341

FINLANDIA

PRZEMYSŁ CHEMICZNY

Z przychodami w wysokości 25,9 mld euro w 2021 r. i 12,7 mld euro eksportu w 2021 r. przemysł chemiczny jest największym sektorem eksportowym Finlandii. Dostarczał 19% fińskiej produkcji przemysłowej i 19% eksportu.

Przemysł chemiczny w Finlandii wyznaczył sobie ambitny cel.

Dąży do neutralności węglowej sektora do 2045 r. Fińskie firmy chemiczne napędzają i kreują wzrost poprzez wprowadzanie nowych, innowacyjnych produktów i usług. A sektor ten stał się stosunkowo ważniejszy, ponieważ inne branże, takie jak elektronika i produkty leśne, podupadły

Produkcja fińskiego przemysłu chemicznego waha się od chemikaliów i produktów chemicznych, rafinacji ropy naftowej, farmaceutyków, wyrobów z tworzyw sztucznych i gumy, farb i powłok, po detergenty i kosmetyki. Podstawowe środki chemiczne obejmują środki do uzdatniania wody, nawozy sztuczne, dwutlenek tytanu i poliolefiny. Fińskie firmy są liderami, na przykład, w odnawialnym oleju napędowym, a także w chemii celulozowo-papierniczej.

FINLANDIA

PRZEMYSŁ DRZEWNY

Fińska branża leśna stanowi około 18% wartości produkcji przemysłowej Finlandii i generuje około 15% miejsc pracy w Finlandii.

Wartość eksportu w przemyśle drzewnym w (w tym meblarstwa) wyniosła w 2020 r. 15 mld EUR. Przemysł leśny stanowi 20% przychodów z eksportu w Finlandii i jest jednym z głównych pracodawców zwłaszcza poza dużymi ośrodkami miejskimi. Przemysł w Finlandii zatrudnia bezpośrednio około 48 000 osób.

W Finlandii działa 49 fabryk papieru, tektury i celulozy. Jest też około 130 tartaków przemysłowych, a także fabryki blacharskie i inne przedsiębiorstwa z branży drzewnej. Udział inwestycji sektora leśnego w całościowych inwestycjach w fabryki w Finlandii wynosił od około piątej do jednej trzeciej.

Przedsiębiorstwa przemysłu leśnego inwestują około 100 milionów euro rocznie w funkcje badawczo-rozwojowe w Finlandii

FOREST INDUSTRY IN FINLAND

*Production 1000 tonnes/m³ in 2014
and exports, % of production*

Paper (tonnes)	7,450	94%
Paperboard (tonnes)	2,950	95%
Chemical pulp (tonnes)	7,000	40%
Sawn wood (m ³)	10,900	69%
Plywood (m ³)	1,160	87%

Finnish Forest Industries Federation, Finnish Customs

PRZEMYSŁ WYDOBYWCZY

Finlandia ma długą historię działalności górniczej, a fińska technologia hutnicza i producenci sprzętu górniczego są dobrze znane w całej międzynarodowej społeczności górniczej.

Finlandia ma doskonałe geologiczne bazy danych, dobrą infrastrukturę i łatwo dostępne usługi poszukiwawcze. Czynniki te czynią przemysł wydobywczy korzystnym otoczeniem inwestycyjnym i operacyjnym, z dużym potencjałem dla nowych odkryć, ponieważ wiele towarów jest nadal niewykorzystanych. Według Ministerstwa Zatrudnienia i Gospodarki w 2013 roku w Finlandii działało 46 kopalń i kamieniołomów. Obecna działalność koncentruje się na złocie, metalach grupy platynowców, metali nieszlachetnych, diamentach i minerałach przemysłowych.

Według Roczego Badania Fraser Institute of Mining Companies Finlandia jest najbardziej atrakcyjną na świecie lokalizacją dla inwestycji w górnictwo. Raport ocenia 122 lokalizacji na całym świecie

w oparciu o ich atrakcyjność geologiczną oraz stopień, w jakim dane kraje zachęcają do poszukiwań i inwestycji.

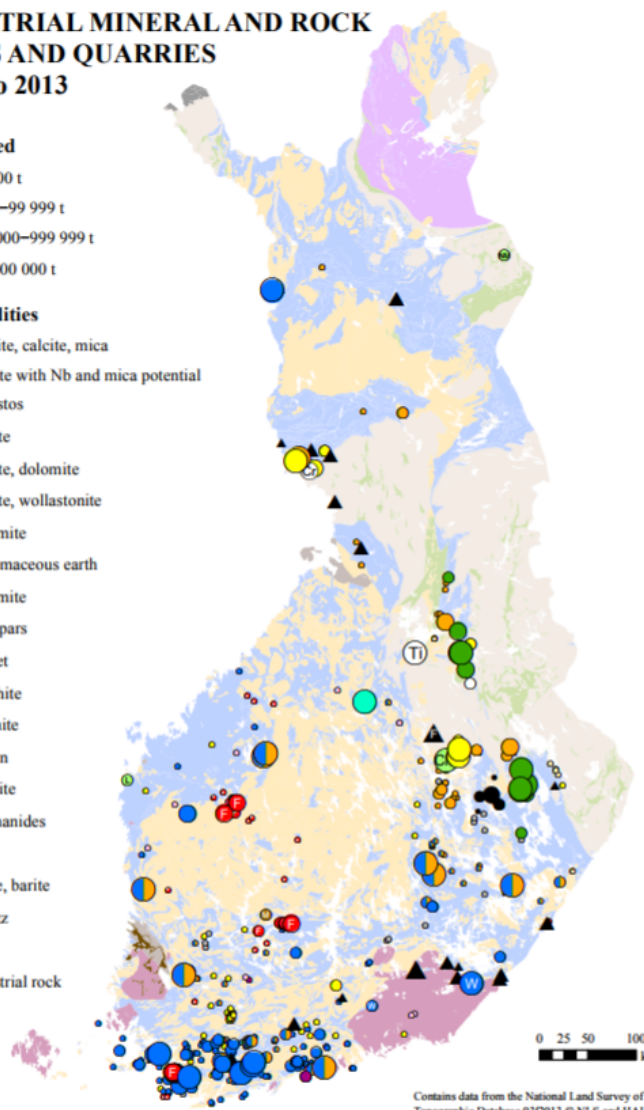
INDUSTRIAL MINERAL AND ROCK MINES AND QUARRIES 1300s to 2013

Ore mined

- < 1000 t
- 1000–99 999 t
- 100 000–999 999 t
- > 1 000 000 t

Commodities

- Apatite, calcite, mica
- Apatite with Nb and mica potential
- Asbestos
- Calcite
- Calcite, dolomite
- Calcite, wollastonite
- Chromite
- Diatomaceous earth
- Dolomite
- Feldspars
- Garnet
- Graphite
- Ilmenite
- Kaolin
- Kyanite
- Lanthanides
- Mica
- Pyrite, barite
- Quartz
- Talc
- ▲ Industrial rock



Contains data from the National Land Survey of Finland Topographic Database 03/2013 © NLS and HALTIK

ENERGIA ODNAWIALNA

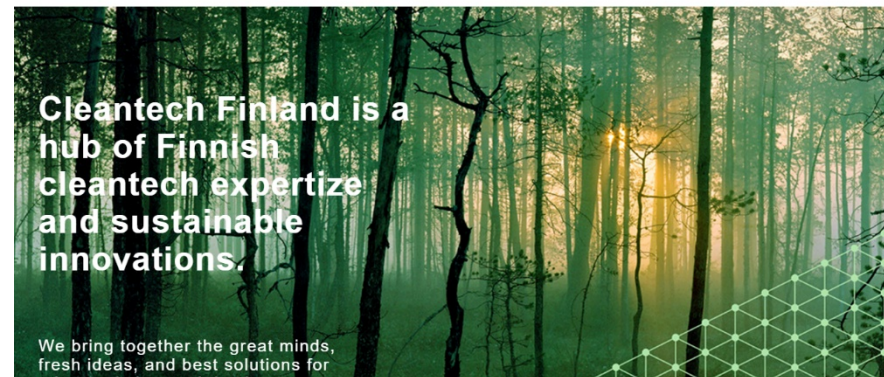
Przemysł Cleantech jest już jednym z najsilniejszych fundamentów fińskiej gospodarki. W 2020 r. Fińska branża Cleantech wzrosła o 5%, przy czym całkowite obroty przemysłu wzrosły o 1,2 mld EUR w stosunku do roku ubiegłego.

Całkowite obroty fińskiej branży Cleantech w 2020 r. wyniosły 25,8 mld EUR. 2/3 firm planuje nowe inwestycje, 88% planuje rozszerzenie na nowe rynki, a 90% zamierza tworzyć nowe miejsca pracy w Cleantech w Finlandii w następnych 5 latach.



HOME NEWS & EVENTS COMPANIES GET STARTED ABOUT US CONTACT US

CLEANTECH ► HOME



cleantechfinland.com

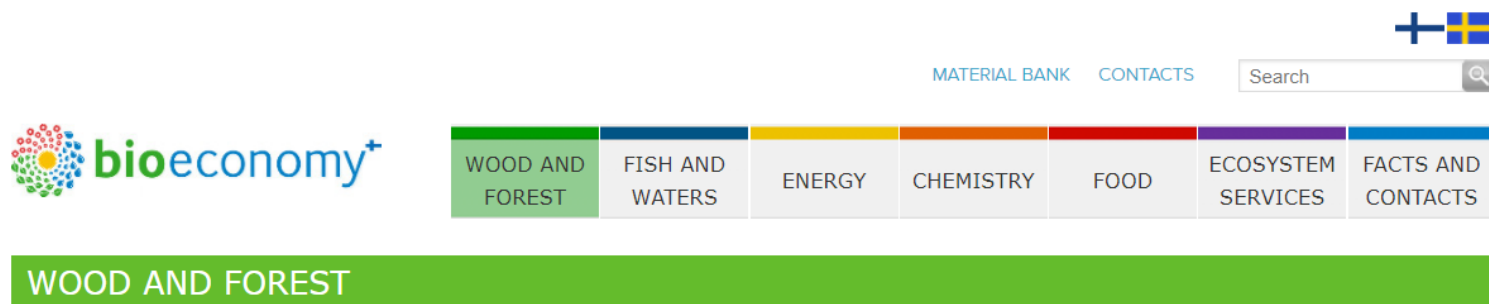


FINLANDIA

BIOGOSPODARKA

Celem Finlandii jest stworzenie społeczeństwa niskoemisyjnego, wydajnego energetycznie, opartego na wykorzystaniu odnawialnych zasobów naturalnych i materiałów pochodzących z recyklingu. Finlandia dysponuje wysokim poziomem wiedzy z zakresu zrównoważonej bioekonomii lasów a także know-how w dziedzinie technologii, budownictwa, energii, chemii, żywności i nauk o zdrowiu.

Wartość rocznej produkcji w tym sektorze wynosiła w roku 2020 – 95 mld euro. W sektorze biotechnologii odnotowuje się stały wzrost eksportu oraz nowe miejsca pracy.



MATERIAL BANK CONTACTS Search

WOOD AND FOREST FISH AND WATERS ENERGY CHEMISTRY FOOD ECOSYSTEM SERVICES FACTS AND CONTACTS

WOOD AND FOREST

<http://www.bioeconomy.fi>

FINLANDIA

BIODISEL

Pierwsza na świecie biorafineria - biopaliwo na bazie drewna - rozpoczęła produkcję komercyjną w Lappeenranta w Finlandii. Nowa inwestycja fińskiej firmy UPM jest prezentacją innowacyjnych rozwiązań wykorzystania biomasy. Głównym surowcem biorafinerii firmy UPM jest surowy olej talowy, który jest pozostałością w produkcji chemicznej masy celulozowej. Łączna wartość inwestycji w biorafinerii to 150 mln EUR. Rafineria produkuje ok 120 milionów litrów biodiesla rocznie. Według UPM, biodiesel BioVerno zmniejszy emisję gazów cieplarnianych do pojazdów nawet o 80%.



FINLANDIA

ICT

Finlandia jest krajem o wiodącej roli w zakresie rozwoju innowacji na świecie (ITIF 2021). r.

**SMS, Heart Rate Monitor,
system operacyjny Linux**

Finlandia ma wiele do zaoferowania inwestorom międzynarodowym oraz firm z sektora ICT, w tym pierwszej dostępność wykwalifikowanych i wykwalifikowanych inżynierów ICT, oraz łatwy dostęp do finansowania publicznego w dziedzinie badań i rozwoju oraz sieci rozwoju.

Sektor B&R opiera się na silnym nacisku na ochronę praw własności intelektualnej. Warto zauważyć, że w ramach wspólnego projektu badawczo-rozwojowego IPR jest własnością firmy, a nie instytucji badawczej lub uniwersytetu w Finlandii. To zachęca firmy do rozwijania i testowania nowych usług cyfrowych w Finlandii. Najbardziej zaawansowana sieć testowa 5G po raz pierwszy łączy „Wielką trójkę” - Nokia, Ericsson i Huawei - udowodniając ostateczną otwartość ekosystemu.

Wearables

Finlandia ma głębokie korzenie w tworzeniu produktów typu Wearable. Pionierzy takich rozwiązań jak firmy Polar i Suunto, oraz stale rozwijający się ekosystem specjalistycznych firm projektujących i produkujących urządzenia typu Wearable sprawiają, iż jest to dynamicznie rozwijający się sektor fińskiej gospodarki.

W Finlandii deweloperzy korzystają z najlepszych dostawców technologii i producentów a najnowsze badania wspierają rozwój i komercjalizację technologii Wearable.



Sektor budowlany w Finlandii

Przemysł budowlany w Finlandii prezentuje obecnie dobrą dynamikę rozwoju. Według statystyk opracowanych przez Konfederację Fińskiego Przemysłu Budowlanego, inwestycje związane z budową w 2015 r. kk. 12% produktu krajowego brutto. Budownictwo i sektory nieruchomości zatrudniały łącznie 20% siły roboczej w Finlandii, co czyni go największą grupą zatrudnienia w Finlandii.

W latach 2012 i 2014 przemysł budowlany przeżywał kryzys. W 2015 r. koniunktura na rynku zaczęła się poprawiać w roku 2016 nastąpił wzrost ponad 6% wolumenu produktu krajowego brutto w budownictwie. Obecne prognozy na rok 2017 są również pozytywne. Ceny w sektorze budowlanym wykazywały wyraźne oznaki dynamicznego rozwoju rynku w ostatniej połowie 2016 r.

W Finlandii pojawiły się również budownictwo związane z energią. Na przykład system taryfowy w energetyce wiatrowej wywołał znaczne inwestycje w energetykę wiatrową. Obecny kontyngent taryfowy na energetykę wiatrową został wypełniony i rozwijany jest nowy system wsparcia ekologicznego.

Główne projekty

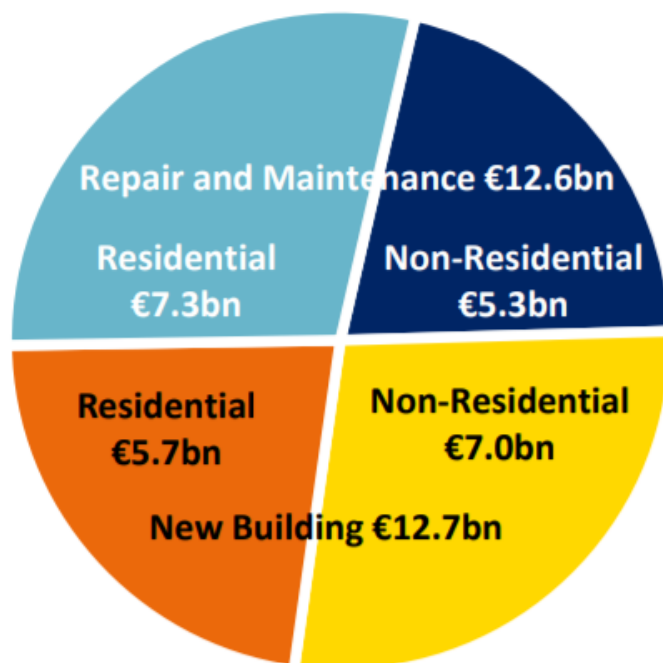
Inwestycje budowlane na dużą skalę są realizowane w stolicy Finlandii – Helsinkach oraz jej okolicach. W trakcie rozwoju jest kilka miejskich dzielnic mieszkalnych z komercyjnymi przestrzeniami (takimi jak Pasila i Kalasatama). Innymi ważnymi projektami są trwające budowa kolei metra - Länsimetro

Sektor budowlany w Finlandii

Produkcja w sektorze budownictwa

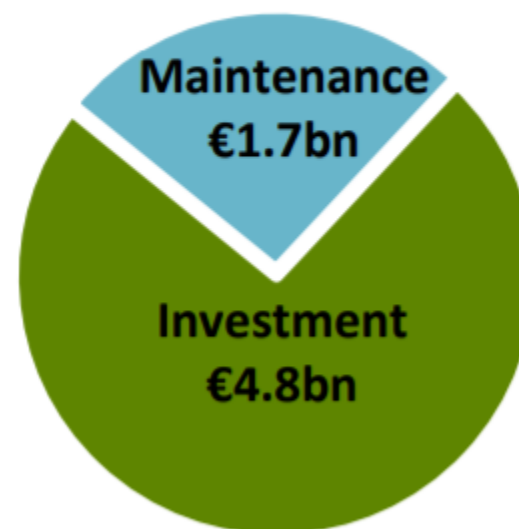
Building Construction

€25.3bn



Civil Engineering

€6.5bn



Konfederacja Fińskiego Przemysłu Budowlanego RT (CFCI) – organizacja zrzeszająca przedsiębiorców z sektora budowlanego (m.in. wykonawcy, producenci)

Confederation of Finnish Construction Industries RT










General Contractors of Finland	Finnish Association of Construction Product Industries RTT	Infra Contractors' Association	Finnish Association of HPAC Technical Contractors	Surface
<p>9 Regional Associations</p> <p>328 member companies</p>	<p>5 Divisions</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construction materials • Concrete Industry • Single-Family House Industries PTT • Wood Product Industry • Constructional steelwork <p>120 member companies</p>	<p>10 Regional Associations</p> <p>1 545 member companies</p>	<p>268 member companies</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Federation of Surface Contractors and 19 member associations • Finnish Roofing Association • Federation of Floor and Wall Covering Constructors • Finnish Association of Industrial Bricklayers <p>400 member companies</p>

Rynek spożywczy

Fińskie rolnictwo opiera się w dużej mierze na rodzinnych gospodarstwach rolnych – niemal 90% farm znajduje się w prywatnym posiadaniu. Średni obszar uprawny fińskich gospodarstw rolnych to 35 ha, natomiast lasów – 48 ha. W większości gospodarstw (27 400) uprawia się zboża, a jedna piąta farm (czyli 11 256) zajmuje się produkcją mleka.

Dystrybucję produktów rolnych w Finlandii charakteryzuje duża koncentracja. Rynek jest hermetyczny i dominują tutaj dwie firmy: S-Group, K-Group.



GROUP	MARKET SHARE %	GROCERY SALES (MEUR)
 S Group	47.2%	7,896
 K Group	36.2%	6,055
 Lidl*	9.3%	1,551
 Tokmanni Group*	1.7%	276***
 Suomen Lähikauppa Oy (until 11 April 2016)	1.5%	249
 Stockmann*	1.0%	165
 Minimani*	0.6%	93
 M-ketju*	0.6%	93**
 Other private*	1.9%	360

Fiński handel spożywczy charakteryzuje się **tworzeniem łańcuchów i centralizacją zamówień i logistyki**. Sytuacja jest podobna jak w innych krajach skandynawskich; bez dużych ilości nie jest możliwy efektywny handel przy tak słabo zaludnionych krajach.

Struktura fińskiego handlu spożywczego została również zmieniona poprzez migrację do dużych ośrodków miejskich, zwiększonym wykorzystaniem samochodów, a także szerszym wyborem dóbr i podstawowym rozwojem IT, który zwiększył wybór towarów. W ciągu 25 lat liczba sklepów na rynku spadła z blisko 10.000 sklepów do około 3.100 sklepów.

Finnish Grocery Trade Association



Duże sklepy są wyraźnie bardziej efektywne pod względem kosztów niż mniejsze. Duże sklepy odgrywają znaczącą rolę w Finlandii. Największe sklepy stanowią 30 % sklepów w Finlandii i generują 79 % całej sprzedaży artykułów spożywczych. Jednak mniejsze sklepy niezależnie od wielkości obrotu ogrywają istotną rolę w utrzymaniu podaży żywności oraz utrzymania miejsca zamieszkania jako lokalny dostawca towarów. W 2015 r. wartość sprzedaży detalicznej artykułów spożywczych wyniosła około 16,600 mld euro.

Oryginalnie Fińskie (Maakuntien parhaat) to zatwierdzony system uznania i fiński znak jakości przyznawany drobnym przedsiębiorstwom fińskim przez stowarzyszenie ProAgria działające w ramach Centrów Doradztwa Wsi.



The Best Of The Province

Foodstuff Handicraft Services Tourist Trails For Entrepreneurs Label Criteria Contact

Criteria For Branding

The Uniquely Finnish label is granted by Association of ProAgria Centres. Small entrepreneurs, which are either foodstuff companies, arts and crafts companies or rural tourism companies and service companies, can apply for the right to use the label.

[Quality Criteria](#)

The general criteria of The Uniquely Finnish companies:

- 1. An approved quality management system**
Assessed at least every three years.
- 2. A high degree of domestic origin**
 - At least 80 per cent of the cost of the product (including work and materials)
 - The most important ingredients of foodstuffs and meals provided by service companies must be 100 per cent domestic
- 3. The product or service must be accepted by a panel of experts**
- 4. A company like production method as well as the quantity of production**

Swan jest oficjalnym nordyckim oznakowaniem ekologicznym, wprowadzonym przez Nordycką Radę Ministrów.

Wizją nordyckiego oznakowania jest zrównoważone społeczeństwo, w którym przyszłe pokolenia mogą korzystać z tych samych warunków i możliwości, w jakich obecnie funkcjonuje. Ważnym krokiem w kierunku tej wizji jest wybór najbardziej przyjaznych dla środowiska produktów w czym pomóc ma m.in. oznakowanie produktów oznaczeniem ekologicznym.

Logo Swan wskazuje, że produkt jest dobrym wyborem dla środowiska. Zielony symbol jest dostępny dla około 60 grup produktów, dla których uważa się, że oznakowanie ekologiczne jest potrzebne i będzie korzystne. Obecnie wszystko, od płynu do mycia naczyń, po meble i hotele, może nosić etykietkę Swan.



Ladybird Quality Label



Fiński Związek Rolnictwa Organicznego (Luomuliitto ry) zrzeszający rolników producentów żywności wytwarzających produkty organiczne zgodnie ze standardami jakości stworzonymi przez w/w związek. Standardy te uzupełniają wymagania UE i składają się z szeregu odrębnych wymogów i zaleceń. Wymogi dotyczą m.in członkostwa w Związku oraz posiadania systemów zarządzania jakością ISO9001 lub innego adekwatnego.



Oznaczenie – Biedronki dotyczy produktów w których uprawie nie wykorzystuje się środków ochrony roślin lub środków przyspieszających rozwój. W uprawie stosuje tzw. płodozmian.

Luomu

Oznaczenie produktów ekologicznych wskazuje, że produkt znajduje się pod nadzorem fińskiego organu Evira - Biuro ds. Bezpieczeństwa Żywności. Etykieta jest własnością Ministerstwa Rolnictwa i Leśnictwa. Znak może być używany przez przedsiębiorcę, który produkuje, przetwarza, pakuje lub importuje produkty ekologiczne i jest częścią organicznego systemu kontroli produkcji. Znak nie jest zatem znakiem towarowym czysto krajowych surowców i produkcji, chociaż władze Finlandii są za niego odpowiedzialne.



Finlandia – rynek e-commerce

Finlandia jest najmniej dojrzałym rynkiem handlu elektronicznego w regionie nordyckim. Średnia kwota zakupu na konsumenta w handlu elektronicznym i miesiąc jest niższa niż w innych krajach.

Według Eurostatu w 2021 roku 97 procent ludzi w Finlandii to użytkownicy internetu. To sprawia, że Finlandia jest jednym z krajów o wyższych ocenach pod względem penetracji Internetu. Co więcej, według raportu Europe E-commerce Report 2022 81 procent Finów robi zakupy online.

Popularne metody płatności

Jeśli chodzi o płacenie za towary zakupione online, fińscy konsumenci wolą korzystać z bankowości internetowej, karty, faktury i PayPal. Z 38 procentami bankowość internetowa jest zdecydowanie najbardziej preferowaną metodą płatności, a karta zajmuje drugie miejsce z wynikiem 26 procent. Faktura (13 procent) i PayPal (10 procent) są nieco mniej popularne, ale nadal powinny być brane pod uwagę przez sprzedawców internetowych działających w Finlandii.

Najpopularniejsze kategorie produktów w Finlandii według udziału w przychodach (2021):

1. Zabawki, hobby i majsterkowanie (31 proc.)
2. Elektronika i media (23 proc.)
3. Moda (22 proc.)
4. Meble i sprzęt AGD (15 proc.)
5. Żywność i higiena osobista (9 proc.)

Finlandia – rynek e-commerce

Metody płatności

Fińscy konsumenci wyróżniają się tym, że płatność bezpośrednia jest najpopularniejszą metodą płatności online. Na ogół są oni bardziej ostrożni i mniej skłonni do płacenia kartą niż ich nordyccy sąsiedzi. Jest to prawdopodobne po części dlatego, że nie osiągnęli takiego stopnia zaawansowania w dostosowaniu się do handlu elektronicznego, jak sąsiednie kraje i nie czują się całkowicie bezpieczni, przekazując informacje o swojej karcie online. Tradycyjne metody płatności, takie jak płatność bezpośrednia i faktura, dają im zatem poczucie bezpieczniejsze i są preferowaną alternatywą.

Wiodące sklepy internetowe w Finlandii

Pod względem użytkowników największym sklepem internetowym lub platformą w Finlandii jest Zalando. Najwięcej zakupów na użytkownika wykryto w internetowych sklepach spożywczych K-ruoka.fi i Foodie.fi. Mierząc liczbę zakupów, chińskie platformy e-commerce Aliexpress i DX.com należą do dziesięciu najczęściej używanych sklepów internetowych lub platform w Finlandii.

Formy prowadzenia działalności gospodarczej

- jednoosobowa działalność gospodarcza (elinkeinonharjoittaja, TMI),
- spółka jawna (avoin yhtiö, AY),
- spółka komandytowa (kommandiittiyhtiö, KY),
- spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (osakeyhtiö, Oy),
- fińska spółka z o.o. może przekształcić się w spółkę akcyjną i być notowana na giełdzie - spółka akcyjna (julkinen osakeyhtiö, Oyj),
- oddział (sivuliike)

ODDZIAŁ

Firmy zagraniczne mają możliwość prowadzenia działalności gospodarczej przez oddział w Finlandii. Warto zauważyć, że ta forma działalności nie jest uważana za osobę prawną i spółka macierzysta ponosi odpowiedzialność za działania oddziału.

Oddział firmy zagranicznej jest zdefiniowany jako część firmy zagranicznej prowadzącą nieprzerwaną działalność gospodarczą lub handlową w Finlandii w imieniu i na rzecz firmy zagranicznej. Oddział musi działać w tej samej branży, co jednostka macierzysta.

Nazwa oddziału musi zawierać nazwę handlową zagranicznej firmy na formularzu rejestrowym wraz z dodatkiem wskazującym, że jest to oddział - "sivuliike Suomessa" (oddział w Finlandii).

Y1

<input type="checkbox"/> The company is to continue the trade or business of the previous company (e.g. a private trader becomes a limited partnership), see instructions. Complete the Personal Data Form.	
Name of the previous company	Business ID

Main sector (line of business) to be declared to Tax Administration (five-digit TOL 2008 code. For more information, visit website of Statistics Finland.)				

Type of enterprise (Please complete the mandatory appendix form applicable to your enterprise)		
<input type="checkbox"/> Limited company (private limited company)	<input type="checkbox"/> Co-operative	<input type="checkbox"/> Branch of a foreign enterprise
<input type="checkbox"/> Housing company	<input type="checkbox"/> Foundation	<input type="checkbox"/> Foreign company
<input type="checkbox"/> Public limited company	<input type="checkbox"/> Association _____ <small>Register of Associations no.</small>	<input type="checkbox"/> Other type, please specify _____

YTJ 10012

Enclosures: select at least one, as appropriate for your legal entity form	
<input type="checkbox"/> 1 Limited company or public limited company	<input type="checkbox"/> 5 Right-of-occupancy association, resident administered area, European economic interest grouping or branch of an interest grouping located in Finland but registered in another country, mortgage society savings bank or state public enterprise
<input type="checkbox"/> 1B Housing company or insurance company or public insurance company	<input type="checkbox"/> 11A Foundation (under Act 487/2015 on Foundations)
<input type="checkbox"/> 2 Cooperative or cooperative bank	<input type="checkbox"/> 12 Association
<input type="checkbox"/> 3 Branch of a foreign enterprise	
<input type="checkbox"/> 4 Mutual insurance company, public mutual insurance company or insurance association	
Enclosures for the Tax Administration	
<input type="checkbox"/> 6204 Registration of a foreign enterprise	<input type="checkbox"/> 6208 Registration of a real estate company; Registration of a housing company

ODDZIAŁ

Oddział musi być zarejestrowany w fińskim rejestrze handlowym przez przedstawiciela spółki macierzystej lub pełnomocnika. Rejestracja wymaga pewnych konkretnych dokumentów, takich jak umowa o stowarzyszeniu, statut, certyfikat rejestracji, a także standardowa aplikacja zawierająca: nazwę oddziału i jego adres pocztowy, rodzaj prowadzonej działalności (podobnie jak zagraniczna firma) nazwa firmy zagranicznej, typ przedsiębiorstwa, nazwę rejestru, w którym została zarejestrowana zagraniczna spółka, oraz nazwisko osoby upoważnionej do reprezentowania oddziału. Jeśli procedura jest przestrzegana, a wszystkie dokumenty są w dobrym stanie, rejestracja oddziału nie powinien trwać dłużej niż siedem dni roboczych.

Transgraniczne świadczenie usług

Finlandia



Transgraniczne świadczenie usług

Procedura notyfikacyjna

The Posted Workers Act (447/2016)

Firma delegująca musi złożyć zawiadomienie nie później niż na początku pracy najpóźniej w tym samym dniu, w którym rozpoczęto prace umowne. Powiadomienie może być również złożone z wyprzedzeniem w przypadku zawarcia umowy o oddelegowanie pracowników.

Powiadomienie dotyczy wykonawcy i miejsca pracy tzn. Jeśli praca jest wykonywana w kilku miejscach lub dla kilku wykonawców, zgłoszenie konieczne dla każdego z nich.

Żadne powiadomienie nie jest wymagane, jeśli pracownicy są delegowani do Finlandii w ramach wewnętrznego transferu grupy przedsiębiorstw przez okres pięciu dni roboczych. Przy określaniu tego pięciodniowego okresu rozpatrywany będzie czas bieżącego okresu delegowania i wszystkich poprzednich okresów delegowania (czasu pracy) w ciągu ostatnich czterech miesięcy, podczas których pracownicy tej samej firmy delegującej pracują w Finlandii.

Procedura notyfikacyjna

Informacje wymagane prawem w sprawie delegowania pracownika (447/2016) są podawane w formularzu elektronicznym i obejmują:

- Identyfikacja firmy, dane kontaktowe, zagraniczny numer identyfikacji podatkowej oraz informacje dotyczące osób do kontaktu
- Dane kontaktowe kontrahenta
- Szczegółowe dane dotyczące kontraktu realizowanego w Finlandii
- Szacowana liczba oddelegowanych pracowników
- Dane dotyczące przedstawiciela w Finlandii ewentualnie informacja dlaczego takiego przedstawiciela nie ustanowiono
- Data rozpoczęcia oddelegowania pracowników i szacowany czas trwania oddelegowania
- Miejsce, gdzie będą świadczone usługi
- Branża, w której będzie realizowana usługa

Warunki płacy

Pracownikom delegowanym należy wypłacić co najmniej wynagrodzenie ustalone na podstawie powszechnie obowiązującego układu zbiorowego, o którym mowa w rozdziale 2 ust. 7 ustawy o umowach o pracę. Jeśli nie ma uniwersalnie wiążącego układu zbiorowego dla sektora i nie ma innej umowy ani obowiązującej praktyki, pracownik musi zostać wypłacony zwykłym i rozsądnym wynagrodzeniem.

Wynagrodzenie ustalone przez pracodawcę i pracownika nie może być znacznie niższe niż poziom wynagrodzenia, który można uznać za zwyczajny i rozsądny. Powyższy przepis stosuje się również do sytuacji, w których wynagrodzenia zostały uzgodnione w kraju pochodzenia bez znajomości poziomu płac w Finlandii.

Organizacje centralne i najistotniejsze związki zawodowe

Organizacje centralne

- Centralna Organizacja Związków Zawodowych Finlandii SAK
- Fińska Konfederacja Profesjonalistów STTK
- Konfederacja związków zawodowych i personelu kierowniczego w Finlandii AKAVA
- Konfederacja Przemysłu Fińskiego EK

Branża przemysłowa:

- Związek Zawodowy Budownictwa
- Fińska Unia Pracowników Elektrycznych
- Związek Metalowców
- Związek pr

Warunki pracy

Obowiązujące prawodawstwo	Przepis prawny (* - zawsze obowiązujący)
Young workers Act (998/1993)	Must be applied as a whole *
Occupational Health Care Act (1383/2001)	Must be applied as a whole *
Occupational Safety and Health Act (738/2002)	Must be applied as a whole *
The Act on Equality between Women and Men (609/1986)	Sections 6, 7, 8, 8 a, 8 d, 9 ja 9 a *
Non-Discrimination Act (1325/2014)	Section 7 subsection 1, Sections 8-10, Sections 12-16 and Section 28 *
Employment Contracts Act (55/2001)	Chapter 1 Section 9 * Chapter 2 section 2 subsections 1-2 * Chapter 2 Sections 11-12 Chapter 2 Section 7: Wages, working hours, annual holiday and occupational safety according to the collective agreement Chapter 2 Section 9: Wages, working hours, annual holiday and occupational safety according to the collective agreement of hired employees Chapter 3 Sections 1-2 Chapter 4 Sections 2, 8 and 9 Chapter 13 Sections 1-2 * Chapter 13 Section 5
Working Hours Act (605/1996)	Sections 4-14 Sections 16-33 Sections 34-35 Sections 36-37, 37 a
Work in Bakeries Act (302/1961)	Sections 5
Annual Holidays Act (162/2005)	Sections 5-19

Zobowiązania podatkowe

Fińska Administracja Podatkowa (Verohallinto)

www.tax.fi

Podatek od wartości dodanej (VAT)

Firma prowadząca działalność gospodarczą podlegająca opodatkowaniu podatkiem VAT musi zarejestrować się w rejestrze VAT - chyba że jego obrót w okresie finansowym (12 miesięcy) wynosi mniej niż 10 000 EUR.

Stawka podstawowa podatku VAT wynosi 24%.

Dwie stawki zredukowane:

- 14% (np. artykuły spożywcze)
- 10% (np. lekarstwa, książki, hotele)

Relacje handlowe z fińskim kontrahentem - aspekty kulturowe



Komunikacja face-to-face

- Podczas powitania Finowie podają rękę krótko i mocno, kiwając głową. Żadne wspierające gesty, takie jak dotykanie ramienia, nie są w to zaangażowane. Ważne jest, aby mieć kontakt wzrokowy i uśmiechać się podczas uścisku dłoni, a powszechną praktyką jest podawanie imienia i nazwiska. Mężczyźni, kobiety i dzieci są witani jednakowo. Ręce są ponownie uściskane przy wyjściu.
- Uściskanie lub całowanie, gdy powitanie jest rzadkie i jest zwykle zarezerwowane dla członków rodziny i bliskich przyjaciół. Finowie cenią swoją integralność cielesną i nie przepadają za dotykaniami przez obcych. Istnieje również pewne regionalne zróżnicowanie w podejściu do publicznych gestów intymności. Większość Finów uważa, że dawanie pocałunków, jeśli pozdrowienia idą nieco dalej. Mężczyźni nigdy się nie całują.

Komunikacja face-to-face

- Finowie są powściągliwi. Rzadko też wchodzą w rozmowy z nieznanymi. Jak często zauważają cudzoziemcy, Finowie milczą w metrze, autobusie lub tramwaju. Jednakże, turysta ściskający mapę nie będzie miał problemów z uzyskaniem porady na rogu ulicy lub w jakimkolwiek innym miejscu publicznym, ponieważ gościnność Finów łatwo przewyższa ich zwyczajowe rezerwy.
- Wielu Finów jest dość skromnych i oszczędnych w swoich gestach, co można łatwo zinterpretować jako brak zainteresowania. Finowie są zazwyczaj bardzo skromni, co często może prowadzić do niedoszacowania fińskiego partnera biznesowego. Kluczem do bycia akceptowanym i szanowanym w Finlandii jest raczej wtapiać się w otoczenie niż być widocznym. Nie podnoś głosu, gdy rozmawiasz z Finami. Mówienie głośnym głosem jest uważane za niegrzeczne, ponieważ większość Finów jest cicha. W rozmowie uprzejmie jest czekać, aż druga osoba dokończy to, co mówi, zanim przedstawi swój punkt widzenia, co nieco spowalnia rytm rozmowy. Słuchanie jest bardzo ważne dla Finów.

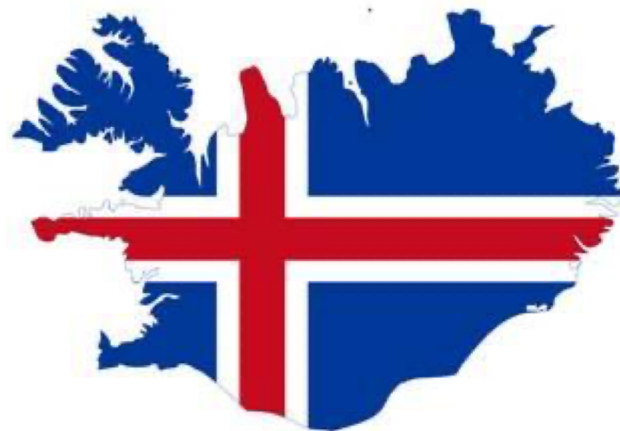
Komunikacja face-to-face

- Finowie nie wymagają kontaktu twarzą w twarz, a w rzeczywistości są dość wygodni w korzystaniu z poczty elektronicznej. Może to pomóc zaoszczędzić dużo czasu w codziennych transakcjach. Finowie są uważani za doskonałych menedżerów czasu, którzy lubią organizować swoje dni pracy, aby osiągnąć jak najwięcej.
- Słowa są traktowane bardzo poważnie w kulturze fińskiej. To, co ktoś mówi, jest akceptowane według wartości nominalnej i jest to kultura, w której "słowo człowieka jest jego zobowiązaniem" i będzie traktowane tak samo poważnie jak pisemna umowa, więc ustne zobowiązania są uznawane za umowy.
- Fińskie osoby prowadzące działalność gospodarczą mogą początkowo wydawać się nieco formalne, a ich bardziej nieformalna strona będzie prawdopodobnie pojawiać się stopniowo. Kiedy jednak poznasz swojego fińskiego odpowiednika, możesz mieć przyjaciela na całe życie. Na spotkaniach Finowie najprawdopodobniej zabiorą się od razu do pracy i generalnie są konserwatywni i efektywni w swoim podejściu. Zaproszenie do skorzystania z sauny z Finami wskazuje na chęć przejścia do następnego poziomu znajomości z Tobą.

Proces negocjacji

- Ponieważ Finowie są bardzo punktualni, doceniają tę jakość w innych. Jest ona uważana za oznakę szacunku i skuteczności. Negocjacje biznesowe w Finlandii często odbywają się w biurach, a spotkania biznesowe lub negocjacje w restauracjach są bardzo rzadkie. W przerwach między spotkaniami lub na ich zakończenie zwykle idzie się na lunch.
- Finowie zazwyczaj nie stosują "small talk" podczas negocjacji, ale mają tendencję do bezpośredniego przejścia do sedna sprawy. Styl dyskusji jest często rzeczowy i szanowana jest inteligentna dyskusja. Finowie cenią sobie również postawę krytyczną i nie wahają się wyrażać swoich odmiennych opinii. Jest to uważane za rzecz mniej niegrzeczną od uczciwej oceny. Krytyka jest uważana za związaną z pracą, a nie za osobisty atak.
- Fińska kultura biznesowa jest stosunkowo egalitarna. Podjęto ogromne wysiłki na rzecz promowania równości kobiet i mężczyzn, a także menedżerów i ich podwładnych. W sytuacjach negocjacyjnych można się przekonać, że nawet młodszy menedżerowie mają często znaczny niezależny autorytet decyzyjny. Ta nieformalność ułatwia wymianę pomysłów, a tym samym stwarza wiele możliwości dla innowacji.

ISLANDIA



Islandia

58 partner eksportowy Polski (udział 0,1%)
61 partner w imporcie (udział także 0,1%).

Polska

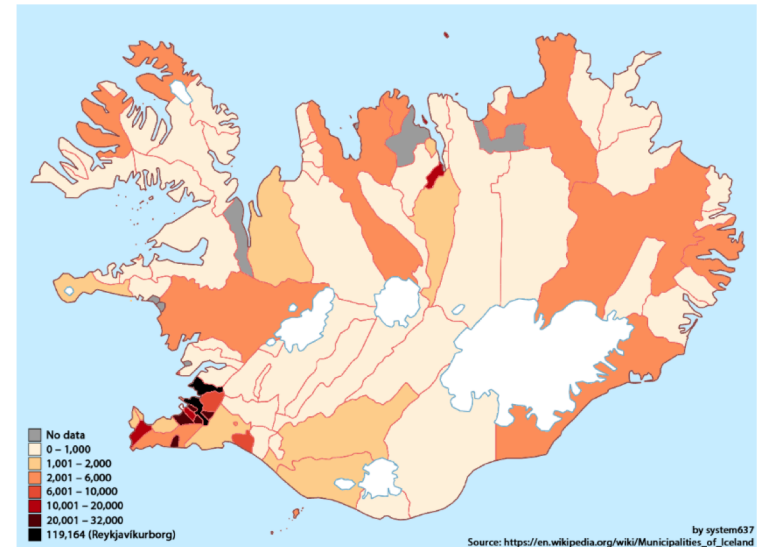
24 partner eksportowy Islandii (z udziałem 0,45%)
14 partner importowy Islandii (z udziałem 1,9%)

	2013	2014	2015	2016	Dynamika 2015=100	2017*	Dynamika 2016=100	I-V 2018	Dynamika I-V 2017=100
Eksport	40,9	66,4	63,1	152,5	241,8	154,3	101,3	41,1	61,3
Import	128,1	95,8	133,1	147,9	111,0	188,5	126,4	79,8	104,6
Obroty	169,0	162,2	196,2	300,3	126,8	342,8	113,7	120,9	84,3
Saldo	-87,2	-29,4	-70,0	4,6	-	-34,1		-38,7	

[//www.mpit.gov.pl/](http://www.mpit.gov.pl/)

Islandia

to kraina olbrzymich kontrastów: z jednej strony istnieje krajobraz, który nie zmienił się od milionów lat, (góry i niebezpiecznie aktywne wulkany). To z kolei prowadzi do słabo zaludnionego kraju, który jest również jednym z najbogatszych i najbardziej rozwiniętych na świecie. Ten nordycki kraj wyspiarski znajduje się pomiędzy Oceanami Arktycznymi i Północnoatlantyckimi.

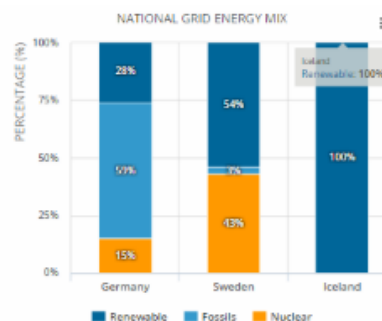


Data Centers

W 100% zielona i zrównoważona energia z niezawodnych źródeł energii po konkurencyjnych cenach w połączeniu z wysoko wykwalifikowaną siłą roboczą i atrakcyjnymi zachętami biznesowymi sprawiają, że Islandia jest idealnym miejscem dla światowej klasy centrów danych.



GREEN ENERGY, COMPETITIVE PRICES, LONG TERM CONTRACTS



Minimizing the carbon footprint of data while reducing cost is a challenge that Nordic Iceland rises to. 100% of the electricity on the Icelandic transmission and distribution grid is green, produced by highly cost effective harnessing of geothermal resources or the power of Iceland's glacial rivers. The electricity is not only Europe's most cost competitive but available via long term contracts, which ensure stability and predictability in the operations.

[See more about Energy ?](#)

Przemysł chemiczny

Islandia oferuje niepowtarzalne możliwości inwestowania w przemysł chemiczny.

Ten wspaniały potencjał jest wzmocniony dzięki niektórym kluczowym zaletom, jakie oferuje Islandia, aby stworzyć możliwości w dziedzinach chemii przemysłowej, tj.

- Włókna węglowe
- Chloran sodu
- Polikrzemu
- Kultury alg

Dla branż o wysokim zużyciu energii Islandia oferuje szansę opracowania rozwiązań, które pomogą zmniejszyć emisję dwutlenku węgla.



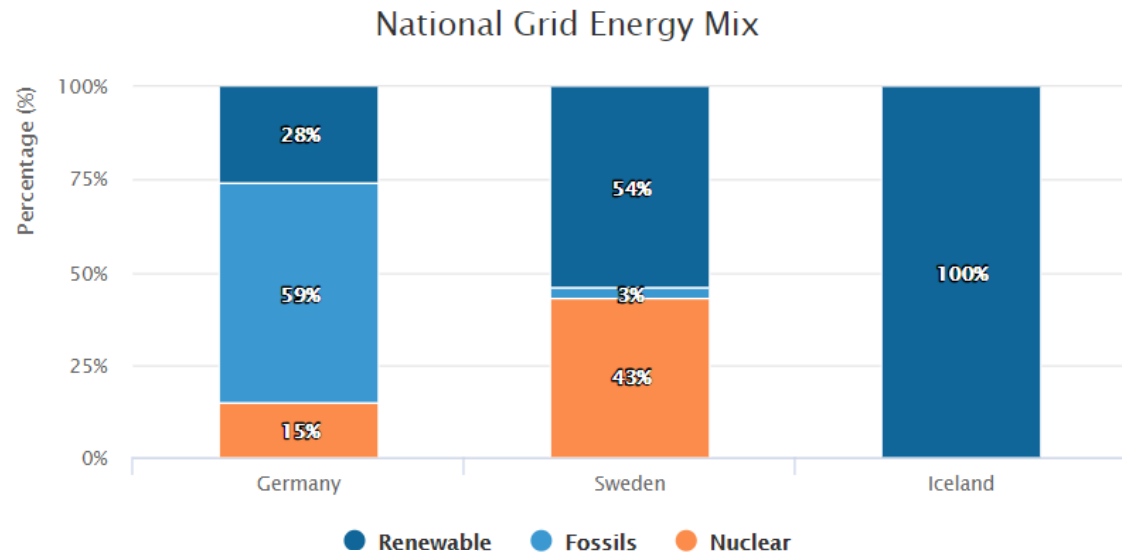
Energetyczne gałęzie przemysłu

Islandia jest jedynym krajem w Europie Zachodniej, który wciąż dysponuje znacznymi zasobami konkurencyjnej cenowo energii odnawialnej, która pozostaje do wykorzystania.

Islandia posiada bogate zasoby energii hydroelektrycznej i geotermalnej, które są w sposób odpowiedzialny i odnawialny wykorzystywane do wytwarzania energii elektrycznej, ogrzewania pomieszczeń, gorącej wody i pary do zastosowań przemysłowych, komercyjnych i domowych.

Infrastruktura energetyczna Islandii plasuje się na pierwszym miejscu w Europie według światowego rankingu konkurencyjności IMD 2014, pod względem niezawodności, wydajności i kosztów.

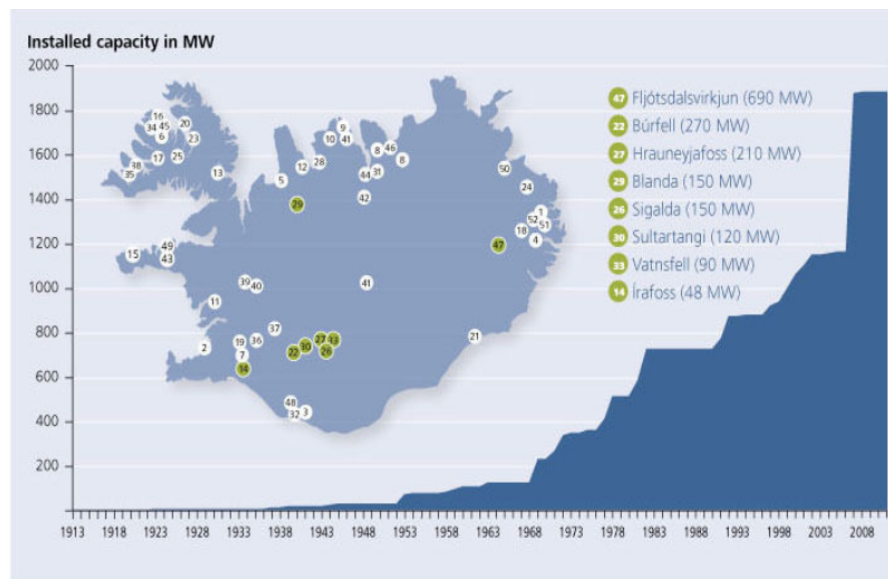
Islandia oferuje długoterminowe kontrakty energetyczne, a także umożliwia firmom obniżenie kosztów i ograniczenie do minimum śladu węglowego. Skalowane lokalizacje są dostępne z zaawansowaną infrastrukturą.



Hydro Power

Warunki naturalne na Islandii sprzyjają wykorzystaniu hydroelektrowni do wytwarzania energii elektrycznej.

W 2014 r. Zainstalowana moc wynosiła 1,986 MW, generując 72% krajowej produkcji energii elektrycznej. Największa pojedyncza elektrownia wodna ma moc 690 MW.



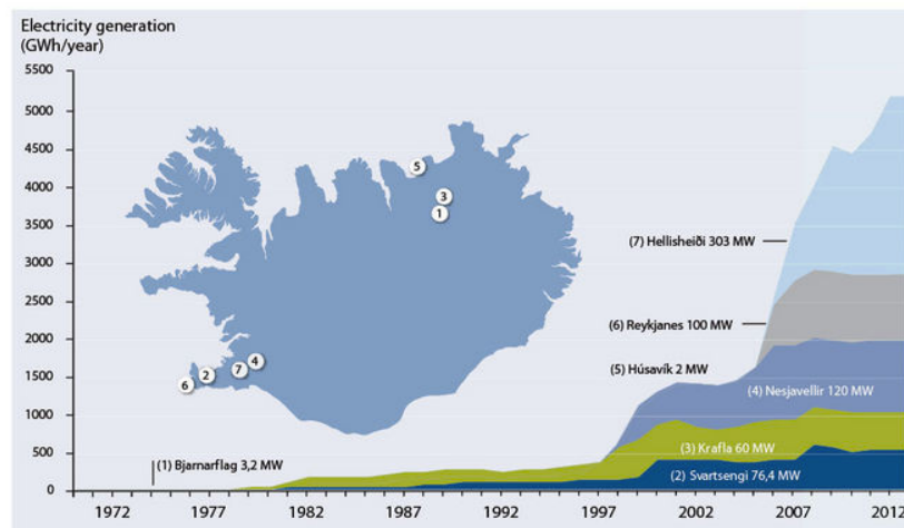
Energia geotermalna

Energia geotermalna jest wykorzystywana do celów domowych i przemysłowych.

Ponad 85% ludności korzysta z centralnego ogrzewania wykorzystującego energię geotermalną po cenie, która stanowi mniej niż połowę kosztów oleju lub ogrzewania elektrycznego.

Para geotermalna jest wykorzystywana bezpośrednio do szeregu zastosowań przemysłowych.

Generation of electricity – geothermal energy



Hodowla ryb

Cechy Islandii sprawiają, że energochłonna produkcja żywności, taka jak hodowla ryb, jest czystszym i mniej kosztownym procesem.

Czyste wody Islandii i bogate źródła przyjaznej dla środowiska energii, w tym nadwyżka wody geotermalnej z elektrowni, czynią ją doskonałym środowiskiem dla wysokiej jakości hodowli ryb.

- Islandia jest głównym producentem dorsza atlantyckiego, łososa atlantyckiego i innych gatunków.
- Od 2008 r. W Islandii działało 50 zarejestrowanych gospodarstw rybackich, głównie zajmujących się łososiem. Są kombinacją gospodarstw o różnym profilu:
 - Gospodarstwa, które produkują młode osobniki
 - Gospodarstwa w klatkach morskich
 - Gospodarstwa lądowe
 - Gospodarstwa małży
 - Stacje badawcze

Islandia – rynek e-commerce

Islandczycy coraz częściej korzystają z Internetu do robienia zakupów, ponieważ produkty na Islandii są zazwyczaj drogie. Islandczycy kupują odzież online, a także produkty dla niemowląt i dzieci (odzież, wózki i foteliki samochodowe), wystrój domu i większe przedmioty, w tym rowery. Dzięki lepszym i szybszym usługom przewozowym oraz obniżonym taryfom Islandczycy coraz częściej kupują przez internet większe towary z zagranicy.

Na Islandii jest 331 778 użytkowników Internetu, a penetracja Internetu wynosi 98 %.

Lokalni usługodawcy coraz częściej oferują również swoje produkty w Internecie:

islandzkie marki odzieżowe

<https://igloindi.com> , <https://www.lindesign.is/>

sklepy internetowe oferujące wystrój wnętrz oraz islandzkie i nordyckie wzornictwo

<https://www.epal.is/> , <http://esjadekor.is/> , <http://hjarn.is/> , <http://hrim.is/> ,
<http://www.iamhappy.is/> , <http://www.modern.is/> , http://snuran.is ,

sklepy z ubraniami i produktami dla niemowląt i dzieci

<http://www.fifa.is/> , <http://www.iamhappy.is/> , <http://www.paejurogpollar.is/>
, <http://petit.is/> , www.sirkusshop.is/ , www.tinytresor.com/

Islandia – rynek e-commerce

Platforma e-commerce online Hopkaup.is oferuje szereg produktów, w tym zabawki dla dzieci, gadżety, wycieczki, książki i oferty grupowe na usługi takie jak masaże (<https://www.hopkaup.is/>).

Produkty żywnościowe i posiłki online (<https://eldumrett.is/>), jak również fast foody (www.dominos.is/, <http://pizzan.is/>).

Ponieważ produkty konsumpcyjne są na ogół drogie w Islandii, kupno i sprzedaż używanych przedmiotów z odzieży dziecięcej i zabawek, do przyczep campingowych i samochodów jest dość popularna, zarówno na facebooku jak i na stronach internetowych (<https://bland.is/>).

Płatność online

Detaliści internetowi oferują bezpieczne płatności online. Karty VISA i Master Card są akceptowane w większości, jeśli nie we wszystkich miejscach na Islandii. Aplikacje ułatwiające płatności online są szeroko stosowane wśród młodych ludzi, w tym AUR (<https://aur.is/>), Kass (www.kass.is/) i Netgiro (www.netgiro.is/).

Prowadzenie działalności gospodarczej w Islandii

Podczas zakładania podmiotu gospodarczego w Islandii wymagane jest złożenie wniosku o numer identyfikacyjny VAT w RSK (Directorate of Internal Revenue). Jest to dość proste zadanie, to dwustronicowy formularz, który obejmuje rejestrację identyfikatora VAT oraz powiadomienie o szacunkowej wysokości zarobków. Formularze te należy wypełnić i przekazać w biurach RSK . Formularz jest dostępny tylko w języku islandzkim.



Sole Proprietorship

Przedsiębiorstwa, które są jednoosobową działalnością gospodarczą lub osoby prowadzące działalność na własny rachunek, tworzone są po prostu poprzez wypełnienie formularza identyfikacyjnego płatnika podatku VAT. Wyłącznie właściciel jest odpowiedzialny za wszystkie transakcje dokonane na podstawie jego osobistych numerów identyfikacyjnych.

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością

Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (**Private Limited Company, PRLC**) może mieć jednego lub więcej akcjonariuszy, a po ustanowieniu skromnego minimalnego wymogu dotyczącego kapitału zakładowego, w tym opłaty rejestracyjnej, wypłaca się RSK (oddział Dyrekcji Podatku Wewnętrznego / Rejestru Przedsiębiorstw).

Wymóg kapitałowy dla prywatnej spółki z ograniczoną odpowiedzialnością wynosi 500.000. ISK (w tym opłata rejestracyjna w wysokości 130 800 ISK).

Po ustanowieniu PRLC z jednym akcjonariuszem, należy złożyć memorandum stowarzyszeniowe do RSK wraz z formularzem NIP, Kartą Firmy (stofnskrá), uchwałami zarządu (samþykktir) oraz zawiadomieniem o ustanowieniu PLC. Wszystkie formularze są w języku islandzkim i należy je składać w języku islandzkim.

Jeżeli PRLC ma dwóch lub więcej akcjonariuszy, konieczne jest ustanowienie Zarządu Spółki. Proces jest zasadniczo taki sam, istnieje niewielka różnica w formularzach, które należy przedłożyć w związku z zatwierdzeniem zarządu i podpisami.

W obu przypadkach wymagane jest, aby co najmniej jeden z założycieli PRLC i większości zarządu, a także dyrektor zarządzający, mieli miejsce zamieszkania na Islandii lub w UE w ramach porozumienia EOG lub w kraju OECD. Minister Finansów i Gospodarki może udzielić zwolnienia w zakresie warunków pobytu.

Proces zakładania prywatnej spółki z ograniczoną odpowiedzialnością zajmuje 5-7 dni.

Umowa w międzynarodowym , obrocie gospodarczym

Umowa w międzynarodowym, obrocie gospodarczym

Zabezpieczenie transakcji

- Umowa sporządzona na piśmie
- Wybór prawa właściwego
- Wybór sądu właściwego/sąd arbitrażowy
- Weryfikacja kontrahenta
- Właściwa reprezentacja stron



Umowa w międzynarodowym , obrocie gospodarczym

Zabezpieczenie transakcji

- Właściwe oznaczenie przedmiotu umowy
- Określenie zasad dostawy
- Właściwe określenie ceny
- Zabezpieczenie płatności
- Reklamacje i gwarancja
- Klauzule dodatkowe



Dziękuję Państwu za uwagę.

Łukasz Żak



Zapraszamy do kontaktu:

Organizator:

Fundusz Górnośląski S.A.

ul. Sokolska 8
40-086 Katowice

Warsztat zrealizowany przez:

Eurofinance Training Sp. z o.o.

tel.: +48 22 830 13 40; tel. kom.: +48 609 124 14

e-mail: szkolenia@efszkolenia.pl, www.efszkolenia.pl