

Umowa agencyjna w Egipcie



Kwestie umowy agencyjnej regulowane są w kilku powiązanych lecz odrębnych aktach prawnych: ustawa o agencji handlowej /Commercial Agency Law/ nr 120 z 1982 r.; dekret nr 382 z 1982 r. Ministra Przemysłu i Handlu Zagranicznego; kodeks handlowy /Commercial Code/ nr 17 z 1999 r. /szczególnie rozdział 5/; oraz orzeczenie Trybunału Konstytucyjnego z lipca 2012 r. znoszące art. 189 i pierwszy paragraf art. 190 kodeksu handlowego dot. prawa do kompensaty /orzeczenie SCC stwierdza, że artykuły te powodowały nierównowagę między stronami umowy agencyjnej uniemożliwiając zakończenie umowy z upływem jej ważności, zawierając wymóg kompensaty dla agenta zmuszający firmę zagraniczną do stałego wznawiania ważności umowy agencyjnej/.

Dostępne interpretacje regulacji umowy agencyjnej w Egipcie wskazują, że agencja handlowa firmy zagranicznej w Egipcie jest zobowiązana do rejestracji w Rejestrze Agentów Handlowych /Commercial Agents' Registry/ w Ministerstwie Przemysłu i Handlu Zagranicznego /Rejestr jest zobowiązany wystawić zaświadczenie o rejestracji umowy agencyjnej z zagraniczną firmą/ oraz w egipskiej izbie handlowej. Przed rejestracją umowa agencyjna musi być potwierdzona przez konsulat Egiptu w kraju – siedzibie firmy zagranicznej /wszelkie zmiany w umowie agencyjnej także podlegają tej procedurze/. Agent handlowy musi być osobą fizyczną narodowości egipskiej lub osobą prawną będącą w 100% własnością egipską. Umowa o agencji handlowej musi określać zakres terytorialny i towarowy działalności, wzajemne zobowiązania stron, procentową stawkę prowizji, warunki i walutę płatności prowizji /transfery prowizji muszą być dokonywane via bank komercyjny zarejestrowany w Centralnym Banku Egiptu/. Nie jest wymagane, aby agent handlowy miał wyłączność, niemniej jeśli agentem handlowym jest firma sektora publicznego wówczas nie można zaangażować innego agenta z sektora prywatnego dla tej samej grupy produktowej. Nie ma ograniczeń dla firmy zagranicznej w kwestii zakończenia umowy agencyjnej, niemniej jej zakończenie wymaga notyfikacji określonej w umowie. Sąd może orzec zadośćuczynienie ze strony firmy zagranicznej na rzecz agenta handlowego w przypadku niewłaściwego zakończenia umowy o agencji handlowej.

Dochody firmy zagranicznej uzyskiwane na rynku Egiptu w wyniku działalności ustanowionej agencji handlowej nie podlegają egipskiej ustawie o podatku dochodowym /Income Tax Law/ nr 157 z 1981 r., jeśli firma ta nie prowadzi działalności na rynku Egiptu, niemniej firma jest zobowiązana do informowania egipskiego urzędu podatkowego w okresie 1 miesiąca o dokonanej płatności prowizji agentowi handlowemu.¹

¹*Principals must report to the tax department details of payment of commissions made to commercial agents and intermediaries within one month of each payment. Furthermore, they must adhere to the specific withholding requirements provided for in the Income Tax Law nr 157 of 1981 /The Income Tax Law/. A foreign*

Zagraniczna firma może być reprezentowana przez jednego lub kilku agentów. Ewentualny podział geograficzny agencji w praktyce rozkłada się pomiędzy Aleksandrię (wraz z regionem Deltą Nilu) a Kair (wraz z Doliną Nilu), wokół których skupia się aktywność handlowa.

Wysokość prowizji pobieranej przez agenta różni się w zależności od rodzaju produktu/usługi, wielkości sprzedaży i wkładu pracy agenta. W zależności od rodzaju produktu, prowizja wynosi w przybliżeniu:

1-3% - dla produktów typu: ryż, pszenica, cukier, tarcica, bawełna;

3-5% - dla substancji chemicznych i środków spożywczych;

10% - dla sprzętu medycznego, sprzętu do robót ziemnych, wyposażenia biurowego;

15% - dla wyposażenia laboratoryjnego i biurowego.

W przypadku dużych projektów, prowizja kształtuje się zwykle na poziomie 1-3%.

Według danych Ministerstwa Przemysłu i Handlu Zagranicznego za rok 2007 (ostatnie dostępne dane) w Egipcie zarejestrowanych jest 5.800 importerów, 9.600 eksporterów, 4.330 agentów handlowych reprezentujących 106.200 zagranicznych firm oraz 4.250 fabryk uprawnionych do importu komponentów. Większość to firmy prywatne. Sektor rządowy obejmuje ok. 280 odrębnych firm powiązanych z 16 holdingami, prawie 30 fabryk wojskowych produkujących artykuły cywilne i 1.500 przedsiębiorstw należących do władz regionalnych.

Składanie ofert w większości cywilnych przetargów publicznych przez zagraniczne firmy musi odbywać się poprzez egipskich agentów. Nie można natomiast poprzez agentów handlowych uczestniczyć w licytacjach ofert przetargów wojskowych, chociaż dozwolona jest pomoc „konsultantów” przy odpowiednio skonstruowanej umowie. Korzystanie z agentów jest opcjonalne w wypadku przetargów sektora prywatnego, ropy naftowej i w ramach programów finansowanych przez USAID. W przetargach rządowych brać udział mogą tylko zarejestrowani przedstawiciele handlowi. W praktyce, osoby te są często emerytowanymi pracownikami agencji rządowej, w której przetargi się następnie angażują. System ten jest szczególnie rozpowszechniony w systemie przetargów dla wojska oraz policji. Mimo, że osoby te często nie mają biura ani nie zatrudniają personelu, mogą okazać się bardzo skuteczne.

W Egipcie istnieje szereg opcji sieci dystrybutorów, dealerów i agentów. Niewiele jest natomiast podmiotów nowoczesnie zarządzanych, z personelem odpowiedzialnym za kierowanie poszczególnymi działami. Dominują tradycyjne firmy „handlu ogólnego”, z których część rozwinęła pewne specjalizacje (artykuły budowlane, mrożone i świeże mięso, puszki), a reszta zajmuje się „wszystkim”. Zagraniczne firmy mogą prowadzić sprzedaż bezpośrednią, jeśli dokonały rejestracji wymaganej dla tej formy sprzedaży. Wiele z nich czyni to w połączeniu z działalnością produkcyjną lub montażową realizowaną w Egipcie. Część firm zagranicznych wykorzystuje strefy wolnocłowe lub składy celne do przechowywania towarów, zatrudniając własnych pracowników do sprzedaży obnośnej /door-to-door/ dóbr konsumpcyjnych. Większość zagranicznych firm korzysta jednak z pośrednictwa firm egipskich dla dystrybucji hurtowej i detalicznej, organizując jednocześnie programy szkoleń pracowników oraz regularne wizyty personelu obsługi technicznej i marketingowej. Egipskie pojęcie marketingu

company with no presence in Egypt, however, would not be under obligation to withhold taxes on payments made to its Egyptian commercial agent, because the tax regulations do not have such extraterritorial effect.

ogranicza się często do zwykłej sprzedaży lub wyczekiwania na konsumenta, chociaż na rynku pojawia się coraz więcej wyspecjalizowanych firm marketingowych.

Wielu detalistów dóbr konsumpcyjnych decyduje się na realizację importu bezpośrednio na własne potrzeby, wybierając dostawy bezpośrednio od zagranicznego dostawcy zamiast od lokalnego agenta w nadziei na uzyskanie korzystniejszej ceny uniknięcie wysokich marży pobieranych przez hurtowników. Firmy zagraniczne powinny ostrożnie oceniać potencjalną rolę i koszty ich egipskich agencji. Jednym ze sposobów wzmocnienia roli agencji jest kierowanie zapytań egipskich klientów z powrotem do egipskiego agenta lub regionalnego przedstawiciela spoza Egiptu.

Negocjacje w sprawie sprzedaży, zarówno z agencją rządową jak i osobą prywatną charakteryzują pewne specyficzne uwarunkowania kulturowe. Najważniejsze z nich sprowadza się do daleko posuniętej elastyczności w pojmowaniu negocjowanych cen. Należy przypuszczać, że nie istnieje optymalna cena końcowa, która nie mogłaby zostać zmniejszona podczas dalszych negocjacji. Dlatego też wskazane jest unikanie oferowania najlepszej ceny lub ceny zbliżonej do ceny najlepszej na początku negocjacji. Zwłaszcza w przetargach pracownicy administracji rządowej oceniani są według zdolności uzyskiwania od oferenta najniższej możliwej sumy -zjawisko to występuje na każdym szczeblu decyzyjnym.

W świetle złożoności obowiązujących postanowień prawnych dot. agencji handlowej zdecydowanie doradza się korzystanie z usług miejscowego doradcy prawnego – podatkowego ze znajomością przepisów prawnych i realiów „poruszania się” na egipskim rynku. Usługi lokalnego doradcy prawnego – podatkowego mogą okazać się przydatne w przypadku potrzeby interpretacji przepisów, jak i przy określaniu warunków umowy o agencji handlowej.

Opracowanie: WPHI Kair, styczeń 2013