

**Ekspansja zagraniczna. Aspekty prawne - gdzie szukać pomocy?**

**W poprzednim artykule omawialiśmy aspekty związane z podjęciem decyzji o rozpoczęciu eksportu. Analiza dotychczasowej działalności, pytanie o pozycję na rynku krajowym, określenie mocnych i słabych stron firmy oraz opracowana strategia w sytuacjach kryzysowych pomogą nam ocenić, czy jesteśmy w stanie wywalczyć mocną pozycję zagranicą. Jeśli analiza dała pozytywne wyniki i podjęliśmy decyzję o rozpoczęciu eksportu, następnym krokiem jest przygotowanie niezbędnych dokumentów. Do tego będzie potrzebna wiedza prawnicza oraz wsparcie instytucji, które pomogą przebrnąć nam przez pierwsze, najtrudniejsze miesiące działalności.**

Na co powinieneś zwrócić uwagę przy wyborze nowego rynku? Jak szukać idealnego rynku?

Kluczową sprawą w prowadzeniu eksportu jest oczywiście wybór odpowiedniego rynku. Można sugerować się statystykami oraz prognozami ekonomicznymi – obserwować sytuację na rynku krajowym oraz zagranicznym, być na bieżąco z miesięcznymi sprawozdaniami ze współpracy handlowej z najmocniejszymi gospodarkami Europy i świata, szukać informacji, na jakie produkty jest popyt, jakie polskie towary sprzedają się najlepiej. Wielu przedsiębiorców podejmuje decyzję o handlu do konkretnego państwa mając już wyrobione kontakty z potencjalnymi partnerami. Inni mogą szukać pomocy u doradców z różnych instytucji oraz zrzeszeń eksporterów.

Jakie kierunki obecnie są popularne wśród polskich przedsiębiorców? Pewnymi partnerami są Ukraina, Czechy, Rumunia, Słowacja oraz Węgry. Coraz częściej polskie firmy handlują również z zachodnimi kontrahentami – do Niemiec, Austrii i Włoch wysyłamy odzież, obuwie oraz sprzęt AGD. Nie boimy się także dalszych rynków, czyli Chin, Kanady czy Stanów Zjednoczonych. Polska eksportuje surowce naturalne oraz produkty niskoprzetworzone (sektor paliwowy, chemiczny, metalurgiczny), odzież, meble, wyposażenie wnętrz, przyczepy i maszyny rolnicze. Warto też ruszać w nieznaną. Podczas tegorocznego VII Europejskiego Kongresu Gospodarczego organizowanego w kwietniu w Katowicach eksperci podkreślali bardzo ważną rolę krajów afrykańskich w polskim eksporcie następnych lat. Chociaż współpraca gospodarcza Polski z Afryką staje się znacząca i z roku na rok przybiera na sile, wciąż jednak pozostaje wiele do zrobienia w zakresie pogłębiania rozpoczętej współpracy.

Strona formalna: koncesje, zgody, patenty – co musisz sprawdzić?

Szczególny nacisk przyszli eksporterzy powinni kłaść na obserwację zmieniającego się prawa polskiego i europejskiego tyżącego się regulacji podatkowych. Ignorancja prawna może nas wiele kosztować. Taką zmianą jest chociażby wprowadzenie do polskiego systemu podatkowego od 1 stycznia 2015 r. zupełnie nowych przepisów, które określają zasady opodatkowania przez polskich podatników dochodów uzyskiwanych poprzez zagraniczne spółki kontrolowane (Controlled Foreign Corporation – CFC). Według planów Ministerstwa Finansów w połowie 2015 roku ma zostać wprowadzona do przepisów Ordynacji podatkowej i zacząć obowiązywać klauzula GAAR (General

Anti-Avoidance Rule) – klauzula obejścia prawa, dająca organom podatkowym instrument do walki z działaniami, których głównym lub jedynym celem jest osiągnięcie korzyści podatkowych.

### **Aspekty płacenia akcyzy za eksportowane towary**

Jeśli firma zamierza eksportować produkty, na które nałożona jest akcyza (np. napoje alkoholowe, wyroby tytoniowe, produkty energetyczne czy elektryczność), należy sprawdzić, jak prawo interesującego nas kraju reguluje handel danymi produktami.

W przypadku handlu w obrębie UE można ubiegać się o zwolnienie eksportera od obowiązku zapłaty akcyzy – stosuje się wtedy zasadę zawieszenia poboru akcyzy. Akcyzę będzie musiał zapłacić kupujący w kraju docelowym, zgodnie ze stawkami tego kraju. Chcąc skorzystać z tej zasady eksporter może skorzystać z gwarancji chroniącej przed zagrożeniami związanymi z transportem, przesłać elektroniczny dokument administracyjny (e-AD) do odpowiedniego urzędu pobierającego akcyzę za pośrednictwem systemu przemieszczania wyrobów akcyzowych (EMCS) oraz uzyskać potwierdzenie od kupującego o otrzymaniu przez niego towarów. Kupujący dokonuje takiego potwierdzenia w ciągu 5 dni za pośrednictwem systemu EMCS. Aby mieć pewność co do legalności podejmowanej współpracy, można sprawdzić, czy numer akcyzy firmy partnerskiej jest ważny, za pomocą systemu wymiany informacji dotyczących podatku akcyzowego SEED.

Niektóre dziedziny eksportu wymagają zezwoleń i koncesji. Dokumenty te mogą się różnić w zależności od kraju, który je importuje. Obowiązkowa certyfikacja (uzyskanie certyfikatu, licencji, koncesji czy zezwolenia) dotyczy eksportu maszyn i urządzeń, wyrobów elektrycznych, elektronicznych, przemysłu lekkiego, pirotechnicznych, wyposażenia medycznego, surowców mineralnych, opakowań, drewna, nawozów, środków ochrony roślin, leków, preparatów biologicznych, produktów rolno-spożywczych, wyrobów tytoniowych.

Ministerstwo Gospodarki wydaje na złożony wniosek zezwolenia indywidualne na eksport towarów o znaczeniu strategicznym, czyli towarów i technologii podwójnego zastosowania, uzbrojenia i sprzętu wojskowego oraz wykonywanie usług w tym zakresie. Całościowa lista takich towarów jest określana przez Ministra Gospodarki.

Chcąc podbijać zagraniczne, a szczególnie europejskie rynki, nie można bagatelizować roli certyfikatów jakości. W czasach globalizacji gwarancja jakości ma szczególne znaczenie i może znacznie pomóc wypromować produkt wśród społeczności zagranicznych. Międzynarodowe certyfikaty jakości bardzo pomagają budować zaufanie między partnerami handlowymi. Warto zaznaczyć, że w procesach certyfikacji oceniana jest nie tylko jakość końcowego produktu, ale sam przebieg produkcji, ceny, terminy dostaw, organizacja przedsiębiorstwa oraz profesjonalizm pracowników. Certyfikacja dotyczy więc szeroko pojętej organizacji i profesjonalności firmy.

Od 1987 roku istnieje International Standard Organisation odpowiedzialna za opracowanie międzynarodowych norm jakości. Certyfikacja przedsiębiorstwa jest sposobem zagwarantowania, że firma przestrzega wymagań jednej z norm ISO 9000. Od 1990 roku europejskim systemem certyfikacji dobrowolnej zajmuje się Europejska Organizacja ds. Badań i Certyfikacji (EOBC). Innym przykładem certyfikatów Total Quality Management czy Business Process Management. Istnieje także szereg norm, wdrażanych w odpowiednich branżach, jak na przykład ISO/TS 16949 - nowy standard na rynku

motoryzacyjnym oparty na normach ISO, VDA 6.1 - standard niemiecki w branży motoryzacyjnej, czy TL 9000 - standard dla przemysłu telekomunikacyjnego.

Warto wymienić kilka europejskich i międzynarodowych organizacji certyfikujących:

- IQNet - Międzynarodowa Sieć Jednostek Certyfikujących (dawna EQNet)
- EAC - Europejska Akredytacja Jednostek Certyfikujących
- EOTC - Europejska Organizacja ds. Badań i Certyfikacji
- IAF - Międzynarodowe Forum ds. Akredytacji
- ILAC - Międzynarodowa Współpraca w dziedzinie Akredytacji Laboratoriów
- Polskie Centrum Badań i Certyfikacji
- Centrum Korespondencyjne Euro Info
- Polski Komitet Normalizacyjny

*„Podstawową kwestią jest sprawdzenie, czy rzeczywiście wymagane jest na danym rynku, aby nasz towar uzyskał dodatkowe certyfikaty. W znalezieniu informacji na temat wymogów, jakie musi spełnić nasz produkt czy usługa często pomocny będzie nasz kontrahent zagraniczny, który kupując od nas towary także jest zainteresowany, aby towar jak najszybciej był dopuszczony na dany rynek. Często, szczególnie na dalekich rynkach, polskie firmy działają przez pośredników i dystrybutorów. Dlatego warto poprosić odbiorcę naszych towarów nie tylko o wstępną pomoc w tym zakresie, ale także wsparcie w zakresie uzyskania niezbędnych pozwoleń, czy certyfikatów wymaganych na danym rynku” – podkreśla **Andrzej Łyko** – Prezes Zarządu Polskiej Izby Gospodarczej Importerów Eksporterów i Kooperacji z Poznania.*

#### Międzynarodowe akty prawne związane z eksportem

Na portalu rządowym Portal Innowacji można znaleźć szereg informacji, dotyczących aspektów prawnych prowadzenia działalności międzynarodowej. Jak wiadomo, ochronę własności intelektualnej zapewniają odpowiednie akty prawa międzynarodowego oraz krajowego oraz wytyczne Prezesa Urzędu Patentowego. Jeśli chcemy rozwinąć działalność poza granicami własnego kraju warto sprawdzić, czy interesujący nas kraj implementował do własnego prawa postanowienia umów międzynarodowych dotyczących ochrony własności intelektualnej. Warto przy tym pamiętać o hierarchiczności aktów prawnych – największą moc ma umowa międzynarodowa, następnie ustawa, rozporządzenie oraz zarządzenie.

Poniżej prezentujemy najważniejsze akty prawa międzynarodowego, dotyczące działalności eksportowej:

- **Akt sztokholmski zmieniający Konwencję paryską o ochronie własności przemysłowej (Sztokholm 1967)**. Wprowadza jednolitą definicję „własności przemysłowej”. Na podstawie tego aktu każdy może zabiegać o ochronę prawną oraz dochodzić swoich roszczeń. Konwencja dokładnie reguluje

procedurę zgłoszenia wynalazku, chwilę powstania pierwszeństwa, bieg terminów i skutki prawne dokonanych zgłoszeń. Ponadto opisuje kroki i etapy postępowania w razie zaistnienia sporu.

- **Układ o Współpracy Patentowej (Waszyngton 1970)**. Dziś do układu przynależy 148 państw, Polska ratyfikowała układ PCT (ang. *Patent Cooperation Treaty*) w 1990 roku. Reguluje techniczne warunki rejestracji wynalazków i współpracy patentowej, tutaj znajdziemy definicje zgłoszenia, patentu, patentu krajowego, patentu międzynarodowego, daty pierwszeństwa oraz inne.

- **Porozumienie Madryckie o Międzynarodowej Rejestracji Znaków Towarowych (Madryt 1891) i Protokół do Porozumienia Madryckiego (Madryt 1989)**. Porozumienie zawarto w ramach Konwencji Paryskiej. Dzięki temu możliwa jest rejestracja znaku towarowego w państwach członkowskich Związku Madryckiego (ustanowionego na mocy tego porozumienia) na bazie rejestracji krajowej znaku. Protokół do Porozumienia Madryckiego umożliwia rejestrację znaku towarowego w państwach, które go podpisały na podstawie zarówno rejestracji krajowej, jak i zgłoszenia krajowego znaku. Wnioski takie składane są w Biurze Międzynarodowym światowej Organizacji Własności Intelektualnej WIPO w Genewie za pośrednictwem krajowego Urzędu Patentowego. Innymi słowy przynależność Polski do tego porozumienia umożliwia nam „rozszerzenie” zgłoszenia danego znaku towarowego zgłoszonego w Urzędzie Patentowym RP poza terytorium Polski. Za organizację całego systemu międzynarodowej rejestracji znaków (tzw. systemu madryckiego) odpowiada Światowa Organizacja Własności Intelektualnej (World Intellectual Property Organization – WIPO).

- **Akt Genewski Porozumienia Haskiego (Genewa 1999)**. Polska stała się stroną tego aktu w 2009 roku. Obecnie stronami tego Porozumienia jest 56 państw, z których 35 należy do Aktu Genewskiego. Systemem zarządza Biuro Międzynarodowe Światowej Organizacji Własności Intelektualnej (WIPO) z siedzibą w Genewie (Szwajcaria). Ten akt dotyczy międzynarodowej rejestracji wzorów przemysłowych: umożliwia właścicielowi wzoru przemysłowego uzyskanie ochrony dla wzoru na terytorium wszystkich umawiających się stron przez dokonanie jednego zgłoszenia w Biurze Międzynarodowym WIPO, w jednym języku i po uiszczeniu jednego zestawu opłat w jednej walucie (frankach szwajcarskich).

- **Porozumienie strasburskie (Strasburg 1971)**. Dotyczy międzynarodowej klasyfikacji patentowej i jest skierowany przede wszystkim do administracji kraju, który przyjął wcześniejsze umowy międzynarodowe. Opisuje, jak powinien wyglądać od strony administracyjno-biurowej system klasyfikacji patentów, świadectw autorskich, wzorów użytkowych i świadectw użyteczności, tak by jego zapisy były zrozumiałe i jasne dla osób z innych krajów świata.

- **Porozumienie nicejskie (Nicea 1957)**. Dotyczy międzynarodowej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków, reguluje kwestie jednolitej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków, oraz to, w jakich językach winna być dokonana i jakie są tego skutki prawne.

- **Porozumienie wiedeńskie (Wiedeń 1973)**. Akt prawny, który ustanawia międzynarodową klasyfikację elementów graficznych znaków. Zawiera opis, w jaki sposób należy przeprowadzić klasyfikację dla elementów graficznych znaków, tak by miało to skutek wspólny (jednolity).

- **Konwencja o patencie europejskim (Monachium 1973) oraz akt rewidujący zapisy Konwencji (2000)**. Polska formalnie stała się członkiem Europejskiej Organizacji Patentowej w 2004 roku. Konwencja dotyczy udzielania patentów europejskich, ustala wspólną ścieżkę zgłaszania i udzielania

patentów europejskich, obowiązujących w każdym z państw-członków Europejskiej Organizacji Patentowej.

Gdzie szukać pomocy (ambasady, izby bilateralne, organizacje branżowe, firmy zajmujące się promocją międzynarodową)

Obecnie istnieje wiele organizacji zajmujących się współpracą międzynarodową. To tam możemy zwrócić się o pomoc prawną, skorzystać z wiedzy ekspertów, zacerpnąć informacji o zagranicznych rynkach, analiz, prognoz, opracowań. Organizacje te dzielą się przede wszystkim na państwowe i prywatne. Pomocy możemy szukać na przykład w Krajowej Izbie Gospodarczej, konfederacji Pracodawcy RP, organizacji Business Centre Club, Stowarzyszeniu Eksporterów Polskich czy Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan. Cennych informacji udzielają również instytucje takie, jak ambasady, izby bilateralne (jak chociażby Brytyjsko-Polska Izba Handlowa), Polska Izba Handlowa, Centrum Promocji Gospodarczej, Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Polska Izba Gospodarcza Importerów Eksporterów i Kooperacji. Istnieją także organizacje pozarządowe oraz firmy prywatne, które zajmują się promocją polskiego handlu zagranicą. Wśród nich warto wymienić: Fundację Polskiego Handlu, Fundacja Rozwoju Polskiego Eksportu, Kompass Poland.

*„O rozwoju i powodzeniu biznesu decyduje w ostateczności zdobyty klient, bo to on generuje nam przychody. Jednak droga do jego zdobycia, szczególnie poza granicami kraju jest usiana wieloma uwarunkowaniami, np. wielkością rynku, konkurencją, cenami, ale również uwarunkowaniami prawnymi, kulturą biznesową danego kraju, itp. Wiele firm uważa, że rynek chiński i Indie są bardzo lukratywne. Trzeba tylko skalkulować ryzyko wynikające ze specyfiki tych krajów. Wśród naszych klientów rozpoczynających przygodę z eksportem, zauważamy jako atrakcyjne są dla nich na początek bliższe rejony, jak Skandynawia czy Niemcy. Do celów diagnozowania zainteresowania współpracą służą organizowane m. in. z naszą współpracą misje handlowe. W ich trakcie testowane jest nie tylko zainteresowanie produktem, ale też gotowość wykorzystania marki polskiej czy może jako private label. Trzeba również założyć, że jest to długofalowy proces. Na przykład zatowarowanie w niektórych branżach odbywa się 2 razy do roku, a decyzja musi być podjęta kilka miesięcy wcześniej i w konsekwencji sam proces misji handlowej jeszcze wcześniej. To może trwać rok lub dłużej bo istotne jest zdobycie zaufania partnera” – mówi **Marek Wcisło**, dyrektor zarządzający firmy Kompass Poland.*

**Źródło:** [Kompass Poland Sp. z o. o.](#)