



Local Roots >> Global Reach

***Prawne aspekty umowy dystrybucyjnej lub
agencji zawartej przez polską firmę z
amerykańskim podmiotem***

dr hab. Justyna Regan (Balcarczyk) – amerykański adwokat, polski radca prawny
w kancelarii Miller Canfield

14 listopad 2019 r.

Plan Wystąpienia

1. Umowa agencyjna i umowa dystrybucyjna:
 - definicje,
 - różnice,
 - franczyza oraz umowa z dilerem – rozróżnienie,
 - agent i dystrybutor, a pracownik – rozróżnienie i konsekwencje; “zakład”
2. Forma umowy agencyjnej i dystrybucyjnej.
3. Elementy umowy agencyjnej i dystrybucyjnej.
4. Wypowiedzenie umowy agencyjnej i dystrybucyjnej.
5. Zagadnienia szczegółowe:
 - prawa własności intelektualnej;
 - odpowiedzialność za produkt;
 - prawo konkurencji.

Umowa agencyjna i umowa dystrybucyjna: definicje

- **Umowa agencyjna:** stosunek powierniczy wynikający ze zgody udzielonej przez jedną osobę (zleceniodawcę) stanowiącej podstawę dla drugiej osoby (agenta) do podejmowania działań na rzecz zleceniodawcy i podlegających jego kontroli, za zgodą agenta (*Restatement, Agency § 1.01*).
- Regulowana prawem stanowym: 33 z 50 stanów ma przepisy regulujące zasady współpracy zleceniodawcy z agentem, nie będącym jego pracownikiem.
- Poszczególne definicje stanowe mogą się różnić, lecz wspólna zasada dotycząca umowy agencyjnej sprowadza się do nawiązania stosunku prawnego łączącego agenta i zleceniodawcę, na mocy którego agent podejmuje starania zmierzające do uzyskania ofert kupna produktów zleceniodawcy.

Umowa agencyjna i umowa dystrybucyjna: definicje

- **Umowa dystrybucyjna:** stosunek powierniczy polegający na nabyciu produktów przez jeden podmiot (dystrybutora) od dostawcy na własny rachunek oraz dalszej sprzedaży ich konsumentom (odbiorcom).
- Nabywając produkty i następnie dalej je odsprzedając, dystrybutor zawiera najpierw umowę z dostawcą, a następnie odrębną i niezależną umowę z konsumentem (odbiorcą). Pomiędzy dystrybutorem, a odbiorcą nie istnieje żaden stosunek zobowiązaniowy.
- Regulowana ogólnymi zasadami prawa umów, prawem federalnym (Federal Trade Commission Act oraz w zakresie umów dystrybucyjnych samochodów oraz produktów petrochemicznych – przepisami branżowymi), a także prawem stanowym (co do franczyzy, okazji gospodarczych oraz umów z dilerem).

Umowa agencyjna i umowa dystrybucyjna: różnice

- Różnica polega na tym, kto jest właścicielem dystrybuowanego towaru: dystrybutor – jest właścicielem; agent – nie jest właścicielem.
- Odmienne ryzyka: agent nie ponosi ryzyka związanego z inwentarzem, ryzyka zniszczenia lub utraty nabytych produktów, ryzyka niewypłacalności nabywcy końcowego towaru.
- Inny sposób ustalania wynagrodzenia; w przypadku agenta jest ono uzależnione od uzyskanego rezultatu.
- Inny zakres obowiązków: podstawowym obowiązkiem agenta jest wprowadzenie na rynek, promocja, reklama oraz podejmowanie starań zmierzających do uzyskania ofert kupna produktów zleceniodawcy.

Franczyza oraz umowa z dilerem – rozróżnienie

- **Franczyza** jest definiowana jako stała relacja handlowa, która spełnia łącznie poniższe trzy cechy:
 - ✓ **licencje na znak towarowy:** działalność franczyzobiorcy wiąże się z dystrybucją dóbr lub usług pod znakiem handlowym lub nazwą handlową franczyzodawcy;
 - ✓ **opłaty:** franczyzodawca pobiera opłaty za możliwość prowadzenia działalności przez franczyzobiorcę, wynagrodzenie za udzieloną franczyzę, opłaty administracyjne, itp.;
 - ✓ **kontrola lub wsparcie:** franczyzodawca sprawuje kontrolę nad sposobem prowadzenia działalności przez franczyzobiorcę i zapewnia mu wsparcie.

- Franczyza jest regulowana przepisami federalnymi *Federal Trade Commission Act* oraz prawem stanowym, które nakładają obowiązek:
 - ✓ ujawnienia pewnych informacji (FDD);
 - ✓ rejestracji oraz jej rocznego uaktualniania;
 - ✓ w zakresie elementów stosunku umownego łączącego strony.

- **Diler** jest podmiotem dystrybuującym produkty producenta w szczególnie regulowanych segmentach rynku, np. w przemyśle samochodowym:
 - ✓ zasady specyficznie odnoszące się do tego segmentu rynku mogą wówczas znaleźć zastosowanie.

Agent i dystrybutor, a pracownik – rozróżnienie

- Terminologia z umowy ma znaczenie drugorzędne, liczy się faktycznie istniejąca i wykonywana relacja między stronami
- Prawo każdego stanu może mieć swoje własne wytyczne, ale podstawowe rozróżnienie jest wskazane w federalnym Fair Labor Standard Act (**FLSA**) oraz w Internal Revenue Code (**IRC**)
- FLSA skupia się na ustaleniu, czy pracownik jest ekonomicznie zależny od pracodawcy biorąc pod uwagę:
 - ✓ poziom kontroli,
 - ✓ inwestycję dokonaną w urządzenia i obiekty,
 - ✓ możliwość uczestniczenia przez pracownika w zyskach i stratach,
 - ✓ stałość relacji umownej stron,
 - ✓ poziom umiejętności wymaganych do wykonywania obowiązków,
 - ✓ czy świadczenie ze strony pracownika ma kluczowe znaczenie dla pracodawcy.

Agent i dystrybutor, a pracownik – rozróżnienie

- Nieprawidłowa klasyfikacja może skutkować odpowiedzialnością z tytułu:
 - ✓ nieodprowadzonych podatków, jakie obciążają pracodawcę,
 - ✓ niedopełnienia obowiązków dotyczących minimalnej płacy lub wynagrodzenia za godziny nadliczbowe,
 - ✓ niezapewnienia świadczeń pracowniczych,
 - ✓ potencjalnego naruszenia przepisów stanowych i federalnych zabraniających dyskryminacji, które mają zastosowanie tylko do pracowników.

- Planując współpracę z agentem i dystrybutorem oraz sporządzając umowę należy zwrócić uwagę na m.in.:
 - ✓ unikanie sprawowania kontroli,
 - ✓ obciążenie agenta/dystrybutora obowiązkiem odprowadzenia podatków, ubezpieczenia, uzyskaniem pozwoleń i licencji,
 - ✓ ustalenie, że agent/dystrybutor ustala sposób i środki wykonania usługi, a zleceniodawca jest zainteresowany jedynie rezultatami,
 - ✓ unikanie płatności w wymiarze godzinowym lub dziennym, najlepiej – płatność za poszczególny projekt,
 - ✓ zastrzeżenie, że agent/dystrybutor może wykonywać usługi także na rzecz innych podmiotów.

Agent i dystrybutor, a pracownik – rozróżnienie

- Zasada ogólna **IRS**: osoba fizyczna jest niezależnym wykonawcą, gdy podmiot, na rzecz którego świadczy usługi ma prawo kontrolować i kierować jedynie wynikami pracy, a nie środkami, ani metodami przedsięwziętymi przez wykonawcę.

- “Test Niezależnego Wykonawcy” analizuje kontrolę wykonywaną w następujących aspektach:
 - ✓ kontrola behawioralna (prawo do kontroli sposobu wykonywania pracy): rodzaj wskazówek, poziom instrukcji, system oceny, szkolenie;
 - ✓ kontrola finansowa (prawo do kontroli ekonomicznych aspektów aktywności pracownika): poziom nakładów, wydatki nie podlegające zwrotowi, możliwość uczestniczenia w podziale zysków lub w stracie, metoda płatności, dostępność usług na rynku;
 - ✓ relacja panująca między stronami: istnienie pisemnej umowy, świadczenia pracownicze, stałość relacji, usługi świadczone przez pracownika mają kluczowe znaczenie dla działalności pracodawcy.

Agent i dystrybutor, a pracownik– rozróżnienie, “zakład”

- Zgodnie z umową między Rządem Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej a Rządem Stanów Zjednoczonych Ameryki o uniknięciu podwójnego opodatkowania i zapobieżeniu uchylaniu się od opodatkowania w zakresie podatków od dochodu “**zakład**” oznacza “stałe miejsce, w którym całkowicie lub częściowo wykonuje się działalność gospodarczą przedsiębiorstwa”
- “Zakład” oznacza w szczególności: filię, biuro, fabrykę, warsztat, kopalnię
- Nie będzie się traktować polskiego przedsiębiorstwa za posiadające zakład w USA tylko z tego powodu, że wykonuje tam czynności przez maklera, komisanta lub innego niezależnego przedstawiciela, o ile osoba ta działa w ramach swojej zwykłej działalności handlowej, niezależnie od tego, czy taki makler lub agent działa na rzecz jednego czy więcej mocodawców,

Agent i dystrybutor, a pracownik– rozróżnienie, “zakład”

- Oceniając niezależności przedstawiciela należy wziąć pod uwagę:
 - ✓ czy przedstawiciele musi się stosować do precyzyjnych wskazówek i instrukcji swojego mocodawcy,
 - ✓ czy podlega kontroli co do sposobu wykonywania obowiązków,
 - ✓ czy ponosi ryzyko oraz
 - ✓ czy w przysługuje mu swoboda co do wyboru skali zaangażowania w działalność prowadzoną na rzecz mocodawcy.
- “**Zakład**” podlega opodatkowaniu u USA. Tak więc, jeśli polski podmiot ma “zakład” w USA, tak uzyskany dochód będzie podlegał podatkowi w Stanach Zjednoczonych, nawet jeśli nie założono tutaj spółki
- Zastosowanie znajdzie metoda odliczania proporcjonalnego zakładająca zaliczenie na poczet należnych w Polsce podatków odpowiednich kwot podatków zapłaconych w Stanach Zjednoczonych

Forma umowy agencyjnej i dystrybucyjnej

➤ **Umowa agencyjna:**

- ✓ wymóg formy pisemnej,
- ✓ agent powinien posiadać kopię umowy,
- ✓ agent powinien poświadczyć podpisem otrzymanie kopii umowy.

➤ Obowiązki te obciążają zleceniodawcę i ich niedopełnienie skutkuje niemożliwością wysuwania przez zleceniodawcę roszczeń na podstawie umowy

➤ **Umowa dystrybucyjna:** wymóg formy rządzonej zasadami ogólnymi

Elementy umowy agencyjnej i dystrybucyjnej

- **Umowa agencyjna, obowiązki agenta:**
 - ✓ dostarczanie zleceniodawcy informacji na temat rynku i potencjalnych klientów,
 - ✓ nie podejmowanie działań szkodzących zleceniodawcy,
 - ✓ nie działanie poza granicami upoważnienia udzielonego przez zleceniodawcę,
 - ✓ podejmowanie działań zgodnie z instrukcjami w sposób staranny i rzetelny,
 - ✓ nie reprezentowanie podmiotu, którego interesy są sprzeczne z interesami zleceniodawcy,
 - ✓ nie podejmowanie zobowiązań agencyjnych na rzecz podmiotu będącego konkurentem zleceniodawcy.

- **Umowa agencyjna, obowiązki zleceniodawcy:**
 - ✓ terminowa płatność prowizji, niezwłoczna płatność w sytuacji rozwiązania umowy z agentem,
 - ✓ podejmowanie działań w dobrej wierze,
 - ✓ zwolnienie agenta z odpowiedzialności w stosunku do osób trzecich z tytułu działań podjętych w oparciu o umowę agencyjną.

Elementy umowy agencyjnej i dystrybucyjnej

➤ **Umowa dystrybucyjna, obowiązki dystrybutora:**

- ✓ wymóg minimalnego zamówienia,
- ✓ obowiązek utrzymywania inwentarza,
- ✓ obowiązek promowania produktów,
- ✓ obowiązek przedstawiania danych dotyczących sprzedaży,
- ✓ obowiązek serwisu posprzedażowego.
- ✓ nie podejmowanie działań szkodzących zleceniodawcy,
- ✓ nie reprezentowanie podmiotu, którego interesy są sprzeczne z interesami dostawcy.

➤ **Umowa dystrybucyjna, obowiązki dostawcy:**

- ✓ obowiązek dostarczania produktów,
- ✓ obowiązek dostarczania informacji na temat produktów,
- ✓ obowiązek zapewnienia szkoleń i wsparcia technicznego,
- ✓ podejmowanie działań w dobrej wierze.

Wypowiedzenie umowy agencyjnej i dystrybucyjnej

➤ Wypowiedzenie **umowy agencyjnej**:

- ✓ podstawa wypowiedzenia: powody wskazane w umowie, upływ czasu (wygaśnięcie umowy) oraz poważne naruszenie obowiązków (w tym: niewypłacalność lub upadłość strony),
- ✓ w przypadku umowy zawartej na czas nieoznaczony, każda strona może ją wypowiedzieć z zachowaniem okresu wypowiedzenia (zazwyczaj 30 dni, z zastrzeżeniem, że w razie, gdy agent poniósł nakłady związane z wykonaniem umowy, o których zleceniodawca wiedział, okres wypowiedzenia powinien zapewnić mu możliwość ich amortyzacji),
- ✓ prawo niektórych stanów wprowadza specjalne regulacje w tym zakresie: Minnesota, Kalifornia, Colorado, Wisconsin oraz Maine

Wypowiedzenie umowy agencyjnej i dystrybucyjnej

➤ Wypowiedzenie **umowy dystrybucyjnej**:

- ✓ podstawa wypowiedzenia: powody wskazane w umowie, upływ czasu (wygaśnięcie umowy) oraz poważne naruszenie obowiązków (w tym: niewypłacalność lub upadłość strony),
- ✓ w przypadku umowy zawartej na czas nieoznaczony, każda strona może ją wypowiedzieć z zachowaniem okresu wypowiedzenia (zazwyczaj 30 do 60 dni),
- ✓ w przypadku franczyzy lub umowy z dilerem wypowiedzenie może oznaczać obowiązek odkupienia produktów dostawcy lub/oraz sprzętu.

Zagadnienia szczegółowe: prawo własności intelektualnej

- Umowa dystrybucyjna lub agencyjna nie oznaczają udzielenia przez zleceńodawcę lub dostawcę domniemanej licencji do praw własności intelektualnej, odpowiednie postanowienia powinny znaleźć się w umowie,
- W trakcie wykonywania obu umów agent i dystrybutor uzyskują dostęp do poufnych informacji zleceńodawcy i dostawcy oraz ich *know-how*,
- Sposobem ochrony informacji poufnych i *know-how* są klauzule umowne dotyczące poufności:
 - ✓ definiujące jakie informacje mają charakter poufny,
 - ✓ czas trwania obowiązku zachowania poufności,
 - ✓ ograniczające publiczne ujawnienie informacji,
 - ✓ precyzujące instrukcje co do zwrotu lub zniszczenia nośnika, na jakim są umieszczone informacje poufne.

Zagadnienia szczegółowe: odpowiedzialność za produkt

- Dotyczy tylko umowy dystrybucyjnej,
- Zgodnie z zasadą odpowiedzialności opartą na ryzyku, niedbalstwie oraz odpowiedzialności z tytułu gwarancji pozwany może być albo dystrybutor, albo dostawcą, albo obaj wspólnie,
- Umownie strony nie mogą powyższych zasad modyfikować, ale mogą umownie odmiennie ułożyć zasady rozliczania się pomiędzy sobą w razie poniesienia odpowiedzialności w stosunku do osoby trzeciej,
- Zwyczajowo jest to przyjęte w razie wady produktu dostarczanego przez dostawcę oraz w przypadku wprowadzenia przez dystrybutora zmian do produktu.

Zagadnienia szczegółowe: prawo konkurencji

- Zastrzeżenie wyłączności dla agenta/dystrybutora nie narusza zasad konkurencji chyba, że utrudnia dostęp dla konkurencji do rynku,
- Zakaz podejmowania przez agenta/dystrybutora działalności konkurencyjnej w trakcie trwania umowy mógłby być traktowany jako niezasadnie ograniczający handel, lecz argument taki bez dodatkowych okoliczności byłby trudny do obrony,
- Zakaz podejmowania przez agenta/dystrybutora działalności konkurencyjnej po ustaniu umowy jest tylko wtedy skuteczny, gdy jest on rozsądny co do czasu, zakresu oraz wiąże się z prawnie uzasadnionym interesem gospodarczym (interpretacja różna w poszczególnych stanach)

Dziękujemy za Państwa uwagę!

Thank you for your attention!



JUSTYNA REGAN

225 West Washington Street, Suite 2600

Chicago, Illinois 60606

(312) 460-4207

regan@millercanfield.com

UNITED STATES ■ CANADA ■ MEXICO ■ POLAND ■ CHINA

**MILLER
CANFIELD**
millercanfield.com



AMERICAN 
INVESTOR CLUB

Polsko-amerykańska społeczność biznesowa przy Amerykańskiej Izbie Handlowej w Polsce

14 listopada 2019 r.





Kim jesteśmy



AMERICAN 
INVESTOR CLUB

Założona w 1990 roku Amerykańska Izba Handlowa w Polsce działa na rzecz międzynarodowych inwestorów w Polsce.

Zrzesza ponad 350 amerykańskich firm.

AmCham aktywnie wspiera i promuje interesy swoich członków za pośrednictwem globalnych sieci biznesowych, politycznych i innych izb zrzeszających biznes amerykański na całym świecie.





AMERICAN INVESTOR CLUB



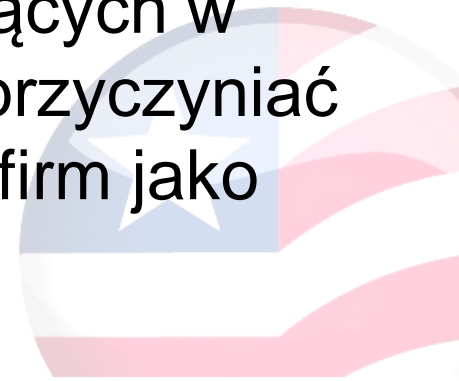


Wyzwania i bariery



AMERICAN 
INVESTOR CLUB

- Skomplikowana i kosztowna faza poprzedzająca podjęcie decyzji o wejściu na rynek USA.
- Brak wiarygodnego partnera i zaufanych dostawców profesjonalnych usług biznesowych.
- Brak znajomości i rozumienia rynku oraz niewystarczająca znajomość zasad i kultury biznesu w USA.
- Potrzeba zrzeszenia firm polskich działających w USA – działając w grupie będą w stanie przyczyniać się do zwiększania widoczności polskich firm jako partnerów biznesowych w USA.





AMERICAN 
INVESTOR CLUB

American Investor Club

- Edukacja o rynku USA oraz zdobywanie umiejętności potrzebnych w biznesie w USA
- Udział w społeczności polskich firm prowadzących biznes w USA
- Budowanie i rozwijanie relacji biznesowych





AMERICAN 
INVESTOR CLUB

Program 'U.S.A. Qualified Company'



**U.S.A. QUALIFIED
COMPANY** 





Spotkanie informacyjne

Zapraszamy na spotkanie informacyjne
dot. American Investor Club

21 listopada godz. 17:00 – 18:30

Hotel Hilton, Warszawa
ul. Grzybowska 63





Zapraszam do kontaktu

Ewa Mróz

AMERYKANSKA IZBA HANDLOWA W POLSCE

ul. Twarda 18, Warszawa

americaninvestordes@amcham.pl

ewa.mroz@amcham.pl

Tel.: +48 601 644 822

