

Înca un brand românesc autentic intra pe piața emirateza sub coordonarea Casianeii Dușa, avocat senior și specialist în business islamic | Cum sunt sprijiniți antreprenorii care vor sa se extinda în Emirate: înființarea unei societăți locale și încheierea unui contract de agenție ori de distribuire, printre opțiuni. Oamenii de afaceri români sunt consiliați în toate planurile legate de consolidarea portofoliului de clienți și promovarea produselor



Un aspect esențial pentru producătorii români care doresc să intre pe piața din Emiratele Arabe Unite (EAU) este examinarea atenă a modalităților juridice pe care le au la dispoziție și adoptarea acestora în funcție de scopurile comerciale urmărite. De asemenea, implementarea unei strategii de promovare construită pe baza realității pieței și a competiției locale, precum și configurarea produselor conform cerințelor și rigurilor locale, trebuie să stea la baza oricărui plan de afaceri vizând exportul de produse în EAU, arată **Casiana Dușa**, avocat senior specializat în consultanța de business în România și Orientul

Mijlociu, în articolul publicat azi în secțiunea *Islamic Law* din *BizLawyer*.

Pe lângă organizarea aspectelor juridice, una dintre principalele preocupări ale antreprenorilor este cum să își facă brand-ul cunoscut la nivel local și cum să își consolideze portofoliul de clienți. ”De regula, primul pas pe care îl recomand înainte de intrarea efectivă pe piața este cunoașterea acesteia, din punct de vedere practic, pe teren. Astfel, participarea la târguri de profil organizate de Dubai World Trade Center și organizarea de misiuni de afaceri și derularea de întâlniri B2B cu posibili parteneri sunt cele mai simple și eficiente metode prin care antreprenorul poate avea un prim contact cu realitățile pieței”, a explicat avocatul.

Know-how-ul acumulat în mediul de afaceri islamic o ajută astăzi pe **Casiana Dușa** să dezvolte proiecte complexe, care urmăresc fie extinderea unor investiții din Orientul Mijlociu în țara noastră, fie intrarea unor companii românești pe piețele arabe. Ea a fondat *Romanian Arab Investments House* și promovează în România principiile specifice investițiilor islamice, compatibile cu dreptul românesc, prin care mediul de afaceri poate atrage finanțări importante către proiecte locale de interes și accesa oportunitățile de expansiune a afacerilor în Orientul Mijlociu.

Ultimul proiect asistat este introducerea treptată în Orientul Mijlociu a brandului premium *LushiLush*, deținut de **Mirela Rancu-Patru**, un antreprenor de succes care onorează deja comenzi din partea românilor aflați peste hotare. Într-o primă fază, va fi organizată o misiune de afaceri, apoi vor fi puse bazele unui contract de distribuire pentru emiratul Dubai până la sfârșitul anului 2023. ”Ulterior, urmărim să extindem treptat exportul către alte emirate și către restul țărilor arabe”, ne-a declarat **Casiana Dușa**.

Reamintim că, într-un alt proiect major, avocatul lucrează alături de **Alin Benghiac** și **Olga Petz**, proprietarii firmei Casa Concrete, [la un plan complex de relocare în Dubai a business-ului pornit în România](#). Casiana Dușa a conceput un plan de intrare pe piața, vizând mai multe tipuri de opțiuni și bugete și acum întregul proiect se construiește sub coordonarea sa.

Conform celor mai recente evidențe ale Ministerului Economiei din Emiratele Arabe Unite, comerțul cu produse nepetroliere a atins un record în 2022, ridicându-se la o valoare de peste 2233 trilioane AED (echivalent 608

trilioane USD). Totodata, conform informațiilor publice ale Camerei de Comerț a României, importul de produse românești în EAU a ajuns la valoarea de 300 milioane USD în 2022.

Despre oportunitățile de dezvoltare la nivel internațional pentru oamenii de afaceri români și deschiderea de noi piețe de desfacere prin accesul pe piețe musulmane, în analiza publicata mai jos sub semnatura Casianei Dușa.

[Descopera oportunitățile de recrutare de pe LegiTeam! GRATUIT.](#)

Opțiuni de intrare pe piața EAU

Raportat la dimensiunea afacerii, pentru deschiderea acestei noi piețe de desfacere, una dintre opțiunile pentru care pot opta antreprenorii români este înființarea unei societăți locale pe care sa o utilizeze pentru consolidarea brand-ului regional și/sau pentru producția efectivă. Aceasta opțiune vine la pachet cu avantajul accesului la diverse tipuri de finanțări pe plan local, dar și cu posibilitatea ca investitorul strain sa dețină 100% din capitalul societății, chiar dacă entitatea este înființată în mainland Dubai (eliminându-se pentru majoritatea obiectelor de activitate condiția numirii unui partener local care sa dețină 51% din afacere). Până de curând, vânzarea efectivă a produselor se putea realiza doar printr-un agent local cu capital 100% emiratez, dar noua lege a agenției comerciale, respectiv Legea federala nr. 3/2022 permite, în anumite situații, ca o societate internațională chiar nedeținută de emiratezi, sa deruleze aceasta activitate pentru propriile produse cu condiția ca aceasta sa nu mai fi fost înregistrată și sa nu existe deja un agent local pe piața.

Alternativ, un producator român poate opta pentru varianta încheierii unui contract de agenție sau de distribuire, fara înființarea unei entități proprii la nivel local. Am constatat ca deseori se face o confuzie între cele doua tipuri de contracte, nefiind puține cazurile în care antreprenorii fac alegeri dezavantajoase din necunoștința de cauza. Cunoașterea condițiilor juridice ale celor doua tipuri de contracte, precum și avantajele / dezavantajele aferente reprezinta premisa deschiderii cu succes a unei noi piețe de desfacere în Dubai. Mai mult decât atât este imperios necesara efectuarea unui due diligence al partenerului vizat, cu analizarea reglementarilor aplicabile de catre un specialist, întrucât contractele de agenție pot fi dificil de reziliat iar pierderile comerciale pot fi considerabile.

Din punct de vedere al sediului materiei, contractul de agenție este guvernat de Legea federala nr. 3/2022 privitoare la agențiile comerciale, promulgata de Președintele EAU Mohamed bin Zayed Al Nahyan. Pe de alta parte, contractul de distribuire este guvernat de Decretul de lege federala nr. 50/2022 privind tranzacțiile comerciale (Codul Comercial), care abroga Legea nr. 18/1993, precum și orice alta prevedere legala care

contravine dispozițiilor noii legi, cu excepția unor norme de aplicare care vor rămâne în vigoare până la emiterea altora noi.

Contractul de agenție prezintă elemente ale contractului de mandat comercial, agentul acționând în numele vânzătorului, comercializând produse pe seama acestuia în schimbul unui comision. Este important de punctat faptul că răspunderea vânzătorului este aceeași cu răspunderea mandatarului pentru acțiunile mandatarului, de aceea instruirea adecvată și verificarea prealabilă a agentului este crucială. Agentul are dreptul să deruleze negocieri în numele vânzătorului, să promoveze produsele așa cum consideră de cuviință și să efectueze activități de marketing. Totuși, proprietatea produselor nu trece la agent.

În ce privește încetarea contractului de agenție, chiar dacă art. 9 din Legea nr. 3/2022 prevede posibilitatea încetării contractului la expirarea termenului, art. 11 instituie dreptul agentului la despăgubiri, dacă se dovedește că activitatea acestuia a contribuit la realizarea unui succes vizibil și semnificativ al produselor vânzătorului, la creșterea portofoliului de clienți și la promovarea produselor pe scară largă, iar încetarea contractului ar duce la privirea agentului de profitul generat de acestea.

În practică, opțiunea contractului de agenție este adoptată de companiile străine cu o reputație internațională deja consolidată și care au nevoie de un punct de contact pentru consumatorii / clienții din Emiratele Arabe Unite.

Opiniile unor profesioniști care ocupă poziții de top în departamentele juridice ale unor companii importante, pe platforma www.in-houselegal.ro. Urmărește teme dezvoltate de avocați sau membri ai comunității *In-houseLegal* și propune subiecte.

Contractul de distribuție are ca obiect cumpărarea de către distribuitor a produselor vânzătorului străin, pe care le va vinde mai departe cu un mark-up clienților finali. În acest caz, proprietatea produselor trece la distribuitorul local, acesta fiind cel care în nume propriu, va intra în relații comerciale.

În ce privește încetarea contractului de distribuție, art. 212 din Legea nr. 50/2022 acordă fiecărei părți acest drept, cu condiția furnizării unei notificări prealabile. Dacă contractul a fost încheiat pe termen limitat, atunci acesta poate fi încetat doar pentru motive temeinice, altfel partea care solicită încetarea va fi obligată să plătească daune-interese.

În practică, contractele de distribuție sunt preferate pentru brand-urile în creștere care pot obține acces la know-how și resurse locale, păstrându-și totuși un sentiment de control asupra afacerii.

Cum se efectuează concret promovarea brand-ului?

Pe lângă organizarea aspectelor juridice, una dintre principalele preocupări ale antreprenorilor este cum să își facă brand-ul cunoscut la nivel local și cum să își consolideze portofoliul de clienți. De regulă, primul pas pe care îl recomandăm înainte de intrarea efectivă pe piață este cunoașterea acesteia, din punct de vedere practic, pe teren. Astfel, participarea la târguri de profil organizate de Dubai World Trade Center și organizarea de misiuni de afaceri și derularea de întâlniri B2B cu posibili parteneri sunt cele mai simple și eficiente metode prin care antreprenorul poate avea un prim contact cu realitățile pieței.

De asemenea, materialele de prezentare și mostrele de produs la standarde înalte pot face diferența de multe ori, în defavoarea calității. De aceea, pentru a avea succes pe o piață atât de competitivă ca cea emirateză, este necesar ca antreprenorul român să mențină standarde optime pentru toate planurile legate de produs: calitate, mod de prezentare, element de noutate, identificarea nevoilor consumatorilor.

Având o vastă experiență cu promovarea în EAU a diverselor tipuri de produse, dar și cu gestionarea problemelor survenite, am dorit ca scopul *Romanian Arab Investments House* să fie acela de a pregăti antreprenorii pentru intrarea cu succes pe piață. Astfel, strategia pe care am conceput-o vizează în prima fază analizarea profilului produselor românești raportat la competitivitatea de pe piața emirateză, adaptarea acestora astfel încât să fie conforme regulilor locale, pregătirea propunerilor de business cu protejarea optimă a intereselor producătorilor, identificarea celor mai bune oportunități pe piață, structurarea strategiilor de dezvoltare și a entităților nou înființate pentru atragerea de finanțări care să le consolideze poziția în EAU, conducerea negocierilor cu cei mai importanți jucători de pe piață, precum și oferirea know-how-ului de drept emiratez și comerț.

Citește și

[→ Relocarea unui business în Dubai, proiect explicat de Casiana Dușa, avocat senior specializat în consultanța de business în România și Orientul Mijlociu, certificată în drept islamic, și Olga Petz, managerul companiei Casa Concrete, care a pus Emiratele Arabe Unite pe harta expansiunii. Cum arată planul de intrare pe o piață nouă, care sunt elementele cheie și cum te poate ajuta consultantul bine ales](#)

[→ Cum poate fi accesată o investiție islamică 'Halal' în România și ce criterii trebuie îndeplinite de un proiect local pentru a fi 'Shariah compliant'. Despre 'Mudarabah' și 'Musharakah', ca mecanisme de investiții și proiecte concrete în care a fost implicată, într-o discuție cu Casiana Dușa, avocat senior specializat în consultanța de business în România și Orientul Mijlociu](#)

[→ Cum poți achiziționa o proprietate în Dubai și ce trebuie să știi despre piață, randamente, riscuri și aspecte juridice specifice regiunii. Recomandarile Casianei Dușa, avocat senior certificat în drept islamic, specializat în consultanța de business în România și Orientul Mijlociu, referitoare la capitalizarea investiției, tranzacții, taxe și siguranța proiectelor](#)

Un nou brand românesc autentic intra pe piața emirateză

Casiana Dușa a început recent o frumoasă colaborare cu brandul premium *LushiLush*, deținut de *Mirela Rancu-Patru*, un antreprenor de succes care onorează deja comenzi din partea românilor aflați peste hotare. *LushiLush* este un brand 100% românesc de textile dedicate bebelușilor, confecționate din muselina, în, pânza topita și bumbac.

Colaborarea cu acest brand face parte din inițiativa Casianei de promovare a brandurilor românești autentice pe piața emirateză și a susținerii antreprenoriatului românesc peste hotare.

“Experiența acumulată cu internaționalizarea brand-urilor europene în Orientul Mijlociu mi-a demonstrat că dedicarea, povestea și pasiunea pusă în spatele unui concept, pe de o parte și calitatea, pe de alta parte, sunt ingredientele necesare pentru generarea unui rezultat mareț care face diferența între un produs anost care se vinde anevoios și un produs apreciat, care se bucura de o cerere continuă. *LushiLush* are toate aceste ingrediente. Pornim la drum cu o strategie ce vizează introducerea treptată a brandului în Orientul Mijlociu printr-o selecție de produse special adaptate cerințelor locale, urmând ca în prima fază să organizăm o misiune de afaceri, apoi să punem bazele unui contract de distribuție pentru emiratul Dubai până la sfârșitul anului 2023. Ulterior, urmăm să extindem treptat exportul către alte emirate și către restul țărilor arabe”, ne-a declarat *Casiana Dușa*.

“Urmăresc activitatea Casiane din primii ani și am admirat-o mereu pentru inspirație, profesionalism și dedicare. Am văzut într-o zi un articol legat de suportul Casiane pentru antreprenorii care vor să se extindă în Orientul Mijlociu. Am făcut imediat conexiunea cu materialele *LushiLush* și clima din Dubai. Mi-am imaginat inul pur românesc învaluind bebelușii și copiii de acolo și i-am scris”, ne-a declarat *Mirela Rancu-Patru*.

Casiana Dușa, avocat cu recunoaștere internațională specializat în Islamic Law

Casiana Dușa este avocat senior specializat în consultanța de business în România și în Orientul Mijlociu, certificată în drept islamic, cu o experiență de peste 12 ani în proiecte vizând preponderent internaționalizarea afacerilor și investițiile străine în jurisdicțiile de competență, finanțări internaționale, tranzacții și dispute imobiliare, spețe corporative, comerț internațional și contracte de agenție/distribuție.

Recunoaștere internațională

Casiana face parte din grupul din experți intervievați de publicația londoneză *Crescent Leaders* care celebrează excelența în abordarea și promovarea investițiilor în lumea musulmană.

Experiența relevantă

- Dubai International Financial Center – Avocat asociat și consultant de business, drept emiratez și investiții străine;
- Romanian Arab Investments House – Fondator;
- Cristofor Vladu și Asociații – Colaborator senior, investiții străine și consultanța de business;
- Cabinet de avocat Dusa A. Casiana – Partener fondator;
- Universitatea Leiden – Pro-bono Mentor.

Organizații

- Dubai Chamber – Dubai Business Women Council,
- GIIIF – Forumul global de investiții islamice de impact.

Educație și formare

- LLM în Arbitraj comercial internațional – Universitatea din Stockholm;
- Diploma de licență – Facultatea de Drept, Universitatea din București.

Certificări

- Certificat în ICC Arbitration și INCOTERMS – ICC, Camera Internațională de Comerț;
- Certificat în Drept internațional privat – Academia de drept internațional de la Haga;
- Diploma în Islamic Finance – CIMA Dubai;
- Certificat în drept comercial islamic – CIMA Dubai;
- Certificat în drept contractual – Universitatea Harvard;

- Certificat în drept internațional – Universitatea din Leiden;
- Diploma Magna cum Laude în Business & Administration – British Academy.

Informații de contact

e-mail: casiana.dusa@islamicbusinessromania.com