

"הטוב, הרע והמכוער" או סוף מעשה במחשבה תחילה – על חשיבותו של הסכם הפצה מפורט בין מפיץ לספק.

מאת גד שושני, עו"ד וגלית לדרמן, עו"ד

הטוב: ספק מפתח מוצר. הוא משקיע בעיצובו, באריזתו ובפרסומו. יוצר לו ייחודיות בעיני הצרכנים. הוא מבקש למנות מפיץ, אשר יכרות הסכמי אספקה עם קמעונאים ויפיץ להם את המוצר.

אותר המפיץ. הספק בחן את יכולותיו בתחום המכירות, הלוגיסטיקה (שינוע, הפצה) והכספים. הצדדים מסכמים את הצדדים המסחריים של העסקה (אזור, רשימת מוצרים, עמלה או מחיר) ומתחילים לעבוד. בתחילה הכול עובד היטב. המפיץ קונה את מוצרי הספק ומוכר אותם בהצלחה מרובה ללקוחותיו הקמעונאים. נתח השוק של מוצרי הספק באזור החלוקה שלו גדל ושני הצדדים מרוויחים ומרוצים. המפיץ חש שעתידו בטוח ופרנסתו מובטחת. במו ידיו בנה אזור הפצה משגשג והוא ממשיך לשרת את לקוחותיו בחריצות ובמסירות.

הרע: השנים חולפות. הספק מתפתח וגדל. התחרות מכתובה התייעלות, צמצום הוצאות ופישוט תהליכים. דרישות הקמעונאים למוצרים הולכים וגדלים נעשות תכופות יותר. והספק מחליט לשנות סדרי עולם. הוא משנה אזורי חלוקה, או תנאי תשלום, מספק ישירות לרשתות הגדולות. שינויים שהצדדים לא רצו או השכילו לראות בתחילת הדרך. היחסים הטובים מוחלפים בויכוח, עורכי דין כותבים מכתבי התראה אך אין מוצא.

והמכוער: אחד הצדדים מבטל את ההסכם... הנה הם מכלים את שנותיהם בדיונים ארוכים ומתישים בבית המשפט.

בתי המשפט בישראל נדרשים שוב ושוב לדון בסוגיית סיום היחסים בין ספק למפיץ ולקבוע עם מה יצא כל אחד מהצדדים עם סיום ההסכם. האם זכאי המפיץ להודעה מראש על סיום ההסכם? מה ארכה של הודעה זו? האם זכאי הספק לשלם למפיץ במקום הודעה מוקדמת? האם המפיץ זכאי להודעה מוקדמת שאורכה יגלם את השקעתו? בתוספת רוח? גם אם מאז החל להפיץ חלפו שנים רבות שבהן צבר רווחים נאים? גם אם ערכה של הזכות להפיץ היה שולי משום שבקושי נותרו בידי המפיץ רווחים כלשהם? האם חלה על המפיץ חובה לנקוט באמצעים כאלה או אחרים על מנת להעביר את אזור החלוקה לספק באופן מסודר? האם רשימת הלקוחות של המפיץ היא קניינו של המפיץ או שמא של הספק היא? האם לא זכאי המפיץ לחלקו במוניטין שנוצר ונצבר למוצר במהלך תקופת ההפצה?.

"בפנינו מערכת יחסים שראשיתה התקשרויות חוזיות "רגילות", טובות לשני הצדדים, וסופה "גירושין" טעונים ומלחמה בת שנים רבות בערכאות – על כך יש להצטער...."

אלו הם דברי הסיום של כבוד שופט בית המשפט העליון א. רובינשטיין שנתן את פסק הדין בעניין בשארה נ' שטראוס (ע"א 4309/06 בשארה ורור בע"מ נ' גלית ויטמן (1979) בע"מ, גלית שטראוס בע"מ, מחלבת נהריה שטראוס בע"מ).

פסק הדין מגולל סכסוך שפרץ בשנת 1995 בין מפיץ של מוצרי שטראוס בצפון הארץ לבין שטראוס (גליות ומוצרי חלב) לאחר ששטראוס ביקשה לשנות את אזור ההפצה של המפיץ עקב איחוד הנהלות ומערכי הפצה וסיום השימוש במוצרי "ויטמן". הסכסוך בא לסימומו רק בשנת 2008, לאחר 13 שנים של התדיינות כפולה בבית המשפט המחוזי (לאחר מתן פסק הדין הראשון, הוגש ערעור לביהמ"ש העליון שהחזיר את התיק למחוזי לדיון מפורט) ושני ערעורים לביהמ"ש העליון. כל אחד מהצדדים לערעור עתר לבית המשפט על מנת שזה יפסוק לו פיצויים בשל התנהגותו של הצד האחר: בשארה (המפיץ) טען כי על שטראוס (הספק) לשלם לו עמלות בגין תקופת ההודעה המוקדמת, וזאת כדי לאפשר לו להנות מפרי מאמציו בביסוס השוק. מנגד טענה שטראוס כי בשארה אינו זכאי לתקופת הודעה מוקדמת או פיצוי בגינה מפני שסירב לשינוי במתווה ההפצה ולכן הוא זה שסיכל את המשך קיום ההסכם. שטראוס אף דרשה פיצוי מבשארה בשל נזקים שנגרמו לה בגין הפסקתה המיידית של ההפצה, מפני שבשארה עבר מיד להפיץ מוצרי מתחרים (ובשל אי החזרת מקררים שהוצבו אצל קמעונאים).

החוזים בין הצדדים לא נקצבו בזמן וכפי הנראה לא קבעו הוראות בנוגע לביטולם. לפיכך החיל בית המשפט (בהסכמת הצדדים) את החזקה כי חוזה לתקופה בלתי קצובה ניתן לסיים באופן חד צדדי תוך מתן הודעה זמן סביר מראש. ומאחר והחוזים שתקו, נוצר הצורך לדון מהו "זמן סביר מראש" והאם חלה חובת ההודעה במקרה זה.

ביהמ"ש קבע כי ארכה של תקופת ההודעה המוקדמת מושפעת משני גורמים עיקריים: מתן אפשרות לצד שהקשר עמו הופסק להיערך לתקופה שלאחר סיום ההפצה, וגיבוש תקופת מינימום להפעלת ההסכם על מנת שהמפיץ יכסה את השקעתו בהפצת המוצר. דעה אחרת סוברת כי התקופה נועדה אף לאפשר למפיץ להפיק רווחים ממאמציו מהחדרת המוצר לשוק. אורך התקופה יקבע בהתאם לנסיבות המקרה הנדון (למשל, האם במשך תקופת ההסכם הרוויח המפיץ מהשקעתו, מה התקופה בה יחזיר המפיץ את השקעתו, מי הפר את החוזה). עוד דן ביהמ"ש (בלי לפסוק) בשאלה למי שייך שוק הלקוחות ומערך ההפצה שבנה המפיץ – האם חייב הספק להשיבם למפיץ כחלק מחובת ההשבה החוזית? האם יישארו בידי ללא תמורה או שעליו לפצות את המפיץ מכח דיני עשיית עושר?

"הטוב, הרע והמכוער" או סוף מעשה במחשבה תחילה – על חשיבותו של הסכם הפצה מפורט בין מפיץ לספק.

בעניין בשארה קבע ביהמ"ש כי "בנסיבות המקרה שלפנינו אין צורך להידרש לשאלות מורכבות אלה – אך ברי כי לעולם עדיף לתת את הדעת לשאלות אלה בזמן ניסוח החוזה, ולא לעת התעוררות הקשיים ביישומם..."

כך סוברים גם אנו. על מנת לסלק את אי הוודאות מלכתחילה, או למצער להקטינה, על הסכם הפצה טוב להגדיר לצדדים את משכו, להוות לצדדים מדריך להתנהלות במהלכו, את הסיבות והתנאים לסימום, ואת זכויות וחובות הצדדים בעת הסיום ולאחריו. על ההסכם להיות מפורט מספיק כך שהצדדים ידעו כיצד עליהם לנהוג, אך ברמת הפשטה שתאפשר למגוון סיטואציות לבוא על פתרון במסגרתו. בשל כך, על לשונו של ההסכם להיות בהירה ומובנת לצדדים לו, על מנת שבכל עת שתתעורר שאלה, יוכלו למצוא את התשובה בכוחות עצמם, בלי להזדקק לבתי המשפט.

לפיכך, חייב הסכם הפצה לכלול (בין היתר) הגדרה גיאוגרפית (או מגזרית) של אזור ההפצה, את תקופת החוזה, התנאים לסימום על ידי כל אחד מן הצדדים, תקופת ההודעה המוקדמת שתינתן בכל מקרה, מחירי המוצרים או העמלות והכללים לשינויים, תנאי ההספקה, תנאי התשלום, חלקו של כל אחד מן הצדדים בפרסום וקידום מכירות ובהוצאות לוגיסטיות של הלקוחות, הפיתוח, הבעלות, הרישום, החידוש וזכויות השימוש בקניינים רוחניים (סימני מסחר, פטנטים, מדגמים, זכויות יוצרים) והשמירה עליהם ועל המוצרים נשוא ההסכם מפני מפירים, הבעלות על סודות מסחריים והשמירה עליהם, במהלך תקופת ההסכם ולאחריו, אחריות יצרן, ביטוח, זיהוי מראש של הפרות יסודיות, חובותיו של כל אחד מן הצדדים עם סיום ההסכם, וקביעה מפורשת בעניין הבעלות במוניטין שנצבר למוצר נשוא ההסכם, לרשימת הלקוחות ולהגבלת התחרות של הצדדים זה בזה, תוך שימת לב להוראות חוק ההגבלים העסקיים.

לעיתים, כאשר הצדדים מעוניינים להתחיל לעבוד, הסכם מפורט נראה לצדדים יקר ומיותר וקשה ל"מכירה" למנהלים הרוצים לפעול עוד לפני הסכמה פורמלית.. אלא שניסיון החיים ופסיקת בתי המשפט מלמדים שתכנון מוקדם והתמודדות מראש עם הקשיים במשא ומתן יביאו לכך שבשעת המבחן של ביצוע החוזה, יעמוד לרשות הצדדים מנגנון מוסכם מראש אשר יתווה את הדרך לפתרון הסכסוך או לסיום ההסכם. גם אם יזדקקו לעזרת בית המשפט, מלאכת השיפוט תהא קלה יותר והוודאות באשר לתוצאתה גדולה יותר. הסכם מפורט אף ניתן להערכה כספית של הערך הגלום בו, בעת רכישה או מיזוג של הספק או של המפיץ או בעת ניסיון לממן את עסקו של הספק או של המפיץ באמצעות הלוואה בנקאית או חוץ בנקאית.

באין הסכם מפורט ביניהם, יצאו שני הצדדים בעניין בשארה וידיהם על ראשם. ביהמ"ש לא קיבל את ערעורו של אף צד, וכך באו לסימום ללא כל תוצאה, כ-13 שנים של התדיינות על סיומו של הסכם ההפצה בין הצדדים.

גד שושני הוא השותף המנהל במשרד עורכי הדין גד שושני ושות', המתמחה בדיני קניין רוחני וסחר.

[חזרה לאתר עתידים](#)

[משרד עורכי-דין שושני ושות'](#)