

Ritun alþjóðlegra dreifingarsamninga

Inngangur

Leiðbeiningum þessum er ætlað að vera til stuðnings, þegar íslensk fyrirtæki ganga til samninga við erlendan dreifingaraðila („*distributor*“) um endursölu á vörum eða þjónustu íslenska fyrirtækisins.

Áður en leiðbeiningarnar eru notaðar, er mikilvægt að gæta að eftirfarandi atriðum:

- Leiðbeiningarnar þjóna einkum sem stuttur gátlisti, þar sem vakin er athygli á helstu atriðum, sem taka þarf afstöðu til í alþjóðlegum dreifingarsamningum.
- Leiðbeiningarnar fjalla eingöngu um samninga, þar sem gagnaðilinn er fyrirtæki.
- Þrátt fyrir að ýmis ákvæði í dreifingarsamningum séu „stöðluð“, er nákvæm ritun þeirra ávallt háð samningsstöðu hvors aðila og viðskiptalegum aðstæðum hverju sinni. Þess vegna snýst samningsgerð að miklu leyti um að ákveða hjá hvorum aðila ábyrgð og áhætta af ýmsu tagi liggja.
- Leiðbeiningarnar taka eingöngu á helstu atriðum varðandi alþjóðlega dreifingarsamninga. Hver viðskipti og hver samningur hafa sín sérkenni. Koma þessar leiðbeiningar þess vegna ekki í staðinn fyrir nauðsyn þess, að leita sérfræðiráðgjafar á þessu sviði, eftir því sem þörf krefur hverju sinni. Engin lögfræðiráðgjöf felst í leiðbeiningum þessum.

Helstu ákvæði í alþjóðlegum dreifingarsamningum

- Dreifingarsamningur er í raun sölusamningur með viðbótarákvæðum, sem varða endursölu dreifingaraðilans*
 - Þess vegna er rétt að hafa til hliðsjónar leiðbeiningar um gerð alþjóðlegra sölusamninga um endurtekin kaup og gildir þar allt með sama hætti og í sambandi við dreifingarsamninga.
- Til viðbótar við almenn ákvæði sem finna má í sölusamningi, hafa dreifingarsamningar að geyma ýmis sérákvæði. (Dreifingaraðili er „fulltrúi“ framleiðanda á svæðinu og skapar viðskiptavild fyrir framleiðanda með markaðssetningu, sölu, notkun vörumerkja framleiðanda o.s.frv.)*
- Helstu sérákvæði í dreifingarsamningum eru eftirfarandi:*
 - Hvernig er „dreifingarsvæðið“ skilgreint?
 - Þetta getur verið allur heimurinn eða afmörkuð lönd eða heimsálfur.
 - Í ljósi skýrleika er ávallt kostur að telja upp nöfn á öllum þau löndum, sem svæðið nær til.
 - Hefur dreifingaraðili einkarétt á að selja vöruna eða þjónustuna á svæðinu?
 - „*Exclusive distributor*“ þýðir að um einkarétt er að ræða og má framleiðandi sjálfur ekki selja á svæðinu eða semja við aðra dreifingaraðila jafnframt.
 - „*Sole distributor*“ þýðir yfirleitt að dreifingaraðili ásamt framleiðanda getur selt á svæðinu, en framleiðandi getur ekki skipað aðra dreifingaraðila á svæðinu. Notkun þessa hugtaks er þó svo losaraleg að ef þetta er meiningin, er rétt að tilgreina það berum orðum og ekki eingöngu að byggja á notkun orðsins „*sole*“.
 - „*Non-exclusive distributor*“ þýðir að framleiðandi og aðrir dreifingaraðilar mega einnig selja vöruna á svæðinu.
 - Gæta þarf sérstaklega að samkeppnislögum ef dreifingaraðila er veitt „*exclusive*“ eða „*sole*“ réttindi á svæðinu.
 - Er dreifingaraðila bannað að selja utan svæðisins?
 - Hér þarf aftur að gæta sérstaklega að samkeppnislögum.
 - Stundum leyfa samkeppnislög bann við að dreifingaraðili markaðssetji vöruna eða þjónustuna með beinum hætti utan umsamins svæðis („*active sales*“).
 - Hins vegar leyfa samkeppnislög almennt ekki að dreifingaraðila sé bannað að selja vöruna eða þjónustuna til aðila utan svæðisins, sem hafa samband við dreifingaraðila og óska eftir að fá hana keypta („*passive sales*“).
 - Samkeppnisréttur er mjög flókið réttarsvið. Að því leyti sem framleiðandi hyggst takmarka rétt dreifingaraðila til að selja vöru eða þjónustu utan umsamins svæðis, er rétt að leita lögfræðiráðgjafar um gildi slíkra ákvæða.
 - Með hvaða hætti er dreifingaraðila heimilt að nota nafn, vörumerki og önnur hugverkaréttindi framleiðanda?

- Þetta fer eftir aðstæðum hverju sinni, en ávallt skal gætt að því að hægt sé að hafa eftirlit með notkun dreifingaraðila á þessum verðmætu réttindum.
 - Varast skal að leyfa dreifingaraðila að skrá vörumerki og lénsheiti á dreifingarsvæðinu, sem hafa að geyma nafn eða vörumerki framleiðanda og skal framleiðandi sjálfur hafa slíkar skráningar í sínu nafni.
 - Einnig er rétt að taka fram að öll viðskiptavild, sem dreifingaraðili aflar vörunni eða þjónustunni á svæðinu skuli vera eign framleiðanda.
 - Hvers þarf sérstaklega að gæta í sambandi við samkeppnisreglur?
 - Kanna þarf sérstaklega að dreifingarsamningur samræmist samkeppnisreglum, ef einhver af eftirfarandi ákvæðum birtast í honum:
 - Verðsamráð
 - Skipting markaðar
 - Bann við samkeppni
 - Hér er aftur rétt að leita lögfræðiráðgjafar um gildi slíkra ákvæða.
 - Hvers þarf sérstaklega að gæta í sambandi við samningslok?
 - Hér þarf að skoða sérstaklega:
 - Skil eða uppkaup á vörum, að því leyti sem dreifingaraðila er ekki heimilt að selja uppsafnaðan lager.
 - Vernd viðskiptasambanda, sem dreifingaraðili hefur skapað á svæðinu.
 - Bótaábyrgð að því leyti sem ætlunin er að víkja frá almennum reglum samkvæmt gildandi lögum.
4. *Gildandi lög og úrlausn ágreiningsmála*
- Kanna sérstaklega hvaða lög skulu gilda og einnig hvernig ágreiningsmál skulu leyst.
 - Ýmsir þættir koma hér til skoðunar. Ensk lög og gerðardómsmeðferð er oft valin sem máламиðlun, en engar almennar reglur gilda í þessu sambandi.
 - Þess vegna er mikilvægt að skoða þessi mál sérstaklega í tengslum við hvern samning fyrir sig.

Heimild: Hafliði K. Lárusson, lögmaður hjá Fjeldsted & Blöndal lögmannsstofu