





UMOWA
DYSTRYBUCYJNA



Zanim podpiszesz
umowę dystrybucyjną
17 kluczowych klauzul
istotnych dla producentów
i dystrybutorów

LUBECKA.LAW

A woman with long brown hair, wearing a black sleeveless top and black pants, is sitting on a set of stone steps. She is looking down at her smartphone in her right hand, while her left hand holds a white coffee cup with a lid. The background shows more stone steps and a metal railing. The overall scene is outdoors and brightly lit.

Praktyczne zestawienie postanowień, które warto przeanalizować przed zawarciem umowy, aby upewnić się, że jej treść odpowiada Twojemu modelowi biznesowemu i poziomowi ryzyka, który jesteś gotów zaakceptować.

Jak korzystać z tej checklisty?

Ta lista obejmuje 17 kluczowych obszarów, które w praktyce najczęściej decydują o poziomie ryzyka, odpowiedzialności oraz realnej kontroli nad modelem dystrybucji, zarówno w obrocie krajowym, jak i międzynarodowym.

Możesz wykorzystać ją jako narzędzie robocze:

- przejdź przez każdy punkt przy analizie swojej obecnej umowy,
- sprawdź, które kwestie są uregulowane precyzyjnie, a które wymagają większej uwagi,
- oceń, czy zapisy odpowiadają Twojemu modelowi biznesowemu i aktualnej pozycji negocjacyjnej.

Masz wątpliwości?

Jeżeli na którymkolwiek etapie pojawią się wątpliwości, nasz zespół pozostaje do Twojej dyspozycji.



kancelaria@lubecka.law

www.lubecka.law

.LAW

Umowa dystrybucyjna – kilka słów wstępu

Podstawowym dokumentem regulującym zasady współpracy pomiędzy producentem, a dystrybutorem jest umowa dystrybucyjna. Czasem jest krótsza, czasem dłuższa, ale zawsze wymaga uwagi, jako jeden z elementów planowania określonego przedsięwzięcia biznesowego, współpracy czy ekspansji na rynki zagraniczne.

Przygotowaliśmy zestawienie

17 kluczowych klauzul w umowie dystrybucyjnej z perspektywy polskich producentów i dystrybutorów. Zanim jednak przejdziemy do konkretów, kilka praktycznych uwag o samym procesie zawierania tego rodzaju umów.

Po pierwsze –
to, kto proponuje
wzór umowy
ma istotne
znaczenie

—
PO PIERWSZE!
—

.LAW

Po pierwsze – to, kto proponuje wzór umowy ma istotne znaczenie

Powszechnie uważa się, że strona wychodząca z własnym draftem umowy ustawia punkt wyjścia do negocjacji i w naturalny sposób przesuwają środek ciężkości zapisów na swoją korzyść.

To ważny aspekt, jednak to, co w naszej ocenie jest równie istotne to wrażenie jakie wywiera posiadanie własnych draftów umów koniecznych dla funkcjonowania biznesu przez polskich dystrybutorów i producentów. Komunikat jaki wysyłamy do przyszłego partnera biznesowego kiedy mamy możliwość zaproponowania swojej umowy, bo zadaliśmy o to, mamy to przygotowane.

Po pierwsze...

Nie prowadzimy tego biznesu od przedwczoraj, mamy doświadczenie, zasoby i wiemy jak je chronić.

A ta ochrona nie polega na pytaniu potencjalnego kontrahenta o to czy mają może jakiś wzór umowy na potrzeby przyszłej współpracy. To nie jest sygnał, który chcesz wysłać do drugiej strony, rynku, klientów i kontrahentów.

Niezależnie od tego, na czyim drafcie będziesz pracować przy konkretnej współpracy, zadbaj o to, by mieć własną umowę, którą będziesz mógł w tym celu zaoferować i negocjować.

Po drugie –
negocjacje
kontraktowe
w praktyce
nie zawsze
są tak straszne,
jak je malują

—
PO DRUGIE!
—

.LAW

Po drugie...

Słyszając hasło „negocjacje kontraktu” możemy wyobrażać sobie wiele, a czasem niepotrzebnie usztywniać względem procesu, który wcale nie musi być nieprzyjemny.

Negocjacje umowy mogą przybrać różną formę i wbrew powszechnemu wrażeniu, to nie zawsze spotkanie przy stole i starcie tytanów.

Wielokrotnie negocjacje te sprowadzają się do wymiany uwag (redlines'ów) pomiędzy prawnikami czy działami prawnymi każdej ze stron. Rozmowy telefoniczne, spotkania online, call'e.

Po drugie...

Niezależnie od tego czy negocjacje kontraktu mają formułę spotkań na żywo czy online, cały ten proces można oddelegować do profesjonalistów, którzy zajmą się zabezpieczeniem tego, co najistotniejsze.

Warto się też do niego przygotować i ustalić, które punkty są kluczowe dla danej współpracy. Próba przeforsowania absolutnie każdego zapisu umowy na swoją korzyść może szkodzić budowaniu dobrej relacji biznesowej.

Po drugie...

Z naszego doświadczenia dobre negocjacje kontraktowe to te, które są wypełnione słuchaniem, uwagą na perspektywę drugiej strony, okazywaniem zrozumienia, elastycznością i poszukiwaniem rozwiązań jakie mogą uwzględnić aspekty najistotniejsze dla każdej ze stron przyszłej umowy.

Dobłą praktyką mogącą usprawnić proces zawierania umów jest też przygotowanie własnych **fallback options**, czyli alternatywnych rozwiązań, które będzie można zaproponować, gdy pierwotne stanowisko nie zostanie zaakceptowane przez kontrahenta.

Po trzeciej –
zanim umowa
zostanie
podpisana,
ktoś musi ją
przebrać

—
PO TRZECIE!
—

Po trzecie...

To nie musisz być Ty, to może być Twój prawnik. Podpisywanie umowy w ciemno z nastawieniem Scarlett O'Hara, czyli „I'll think about it tomorrow” może być niebezpieczne w skutkach.

Nawet jeśli to podejście zdało egzamin w 99% przypadków, choć statystyki rzadko są tak optymistyczne, przyjdzie w końcu ten 1 lub 2, w których konsekwencje braku zapoznania się z podpisywanym dokumentem mogą być tak poważne, że Ty i Twój biznes nie zapomnicie o nich przez lata.

A teraz przejdźmy do praktyki...

Poniżej znajdziesz checklistę
17 kluczowych klauzul
w umowie dystrybucyjnej

.LAW



Checklista klauzul w umowie dystrybucyjnej

.LAW



KLAUZULA 1

Przedmiot umowy i defenicje

.LAW

Każda dobra umowa powinna
w sposób jasny odpowiadać
na pytania:

CO?

DLA KOGO?

NA JAKICH
WARUNKACH?

KTO?

KIEDY?

Ten, zdawałoby się prosty cel, nie zawsze
jest jednak prawidłowo realizowany
w praktyce.

Przedmiotem umowy dystrybucyjnej jest najczęściej zobowiązanie Producenta do cyklicznej dostawy jego produktów do Dystrybutora, który zobowiązuje się je od Producenta nabyć w celu dalszej odsprzedaży.

Definicje to miejsce, w którym porządkujemy znaczenie pojęć, z którymi spotkamy się w dalszej części umowy.

Warto zachować szczególną uwagę przy formułowaniu ich treści, gdyż zgodnie z założeniem stron, będą one miały takie, a nie inne znaczenie przyjęte w umowie.

KLAUZULA 2

Wyłącznieśc
dystributora

.LAW

Podstawowym uzgodnieniem biznesowym stron umowy dystrybucyjnej jest określenie, czy będzie to umowa dystrybucji wyłącznej, niewyłącznej czy selektywnej.

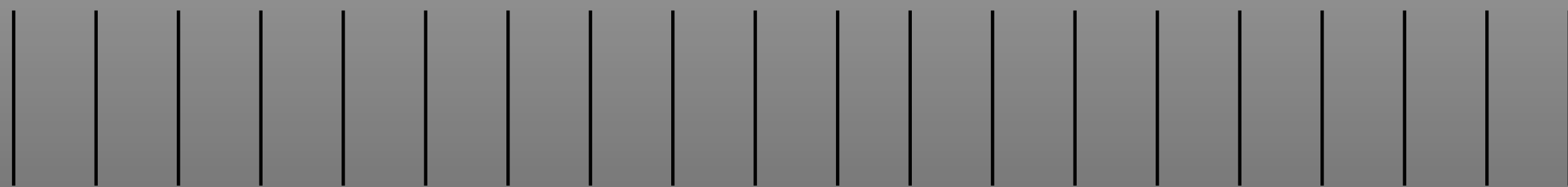
Umowa **dystrybucji wyłącznej** przyznaje dystrybutorowi prawo sprzedaży towarów na zasadzie wyłączności, często ograniczonej terytorialnie i czasowo.

W uproszczeniu oznacza to, że tylko jeden dystrybutor jest uprawniony do sprzedaży produktów na danym rynku.

Dystrybucja niewyłączna polega na tym, że dystrybutor sprzedaje towary producenta równoległe z innymi dystrybutorami, bez gwarancji wyłączności.

Z kolei **dystrybucja selektywna** to model, w którym producent decyduje o tym, kto, w jaki sposób oraz za pośrednictwem jakich kanałów może sprzedawać jego produkty.

Jest ona najczęściej stosowana w odniesieniu do towarów luksusowych lub technicznie złożonych.



Wybór konkretnego modelu dystrybucji oraz jego uregulowanie w treści umowy każdorazowo wymaga analizy przepisów dotyczących ochrony konkurencji.

Chęć zabezpieczenia przyjętych ustaleń, w tym wprowadzenia sankcji za ich naruszenie, bywa zrozumiała, jednak postanowienia te nie mogą być kształtowane w sposób dowolny.

KLAUZULA 3

Terytorium sprzedaży

.LAW

Umowy dystrybucyjne często wskazują, że konkretny Dystrybutor uzyskuje uprawnienie do dalszej sprzedaży produktów jakie nabył od Producenta na określonym terytorium.

Wielokrotnie jest to związane z przyznaniem różnym Dystrybutorom wyłączności w zakresie dystrybucji produktów w danym kraju lub na określonym obszarze.

Zapisy te mają na celu ograniczenie konkurencji pomiędzy różnymi Dystrybutorami, z którymi Producent zdecydował się na współpracę.

Konstruując zapisy dotyczące ograniczeń terytorialnych wymagają uwzględnienia przepisów z zakresu ochrony konkurencji.

O ile możliwe jest tworzenie ograniczeń w zakresie sprzedaży aktywnej, czyli wychodzenia do klienta spoza uzgodnionego w umowie terytorium w celu sprzedaży mu zakupionych produktów, o tyle sprzedaż bierna, czyli odpowiadanie na zapytania zainicjowane przez klientów nie powinny być przedmiotem zakazów.

KLAUZULA 4

Polityka cenowa

.LAW

Narzucenie dystrybutorom cen, po których mają być sprzedawane produkty nabyte od Producenta to kusząca wizja, jednak sprzeczna z przepisami prawa konkurencji (zarówno unijnego, jak i krajowego).

W umowie dystrybucyjnej nie możemy wskazywać minimalnej czy sztywnej ceny odsprzedaży. Możemy jednak wskazać na ceny rekomendowane, tj. takie, do których można, ale nie trzeba się stosować.

W przypadku pomysłów z rozwiązaniem tego „problemu” na okrętce, czyli poprzez określanie wysokości marży Dystrybutora, czy „zachęcania” go do trzymania określonego poziomu cen w drodze przyznawania mu rabatów, należy pamiętać, że przepisy prawa zakazują działań zmierzających do określenia minimalnych lub sztywnych cen sprzedaży zarówno wprost, jak i pośrednio.

Ustawodawca widzi zatem co tam kreatywnie próbujecie podzielać.

KLAUZULA 5

Minimalne poziomy zakupów, czyli targety

.LAW

Minimalne poziomy zakupów, targety sprzedażowe i KPI to jedne z kluczowych postanowień umów dystrybucyjnych, bo bezpośrednio odnoszą się do wspólnego celu producenta i dystrybutora – wzrostu sprzedaży.

Dla producenta są one sposobem na zabezpieczenie określonego wolumenu sprzedaży, dla dystrybutora natomiast wiążą się z oceną jego realnych możliwości finansowych i sprzedażowych.

Właśnie dlatego sposób uregulowania tych kwestii w umowie ma istotne znaczenie dla równowagi kontraktowej i dalszej współpracy stron.

W praktyce targety i KPI mogą być ujęte w umowie „miętko” (jako zobowiązanie do podejmowania starań i działań marketingowych), „twardo” (jako obowiązek osiągnięcia konkretnych wyników, z jasno określonymi konsekwencjami ich niedotrzymania) albo w ogóle pominięte.

Wybór konkretnego rozwiązania zależy m.in. od rodzaju produktu, siły marki, relacji między stronami oraz realnej zdolności dystrybutora do realizacji deklarowanych wyników.

Dlatego tego typu postanowienia warto zawsze analizować w szerszym kontekście biznesowym, a nie traktować ich jako czysto formalnego dodatku do umowy.

KLAUZULA 6

Działania promocyjne

.LAW

Obowiązki promocyjne dystrybutora to ważny element umów dystrybucyjnych, bo mają bezpośredni wpływ na rozpoznawalność produktu i poziom jego sprzedaży.

Dla producenta są sposobem, by upewnić się, że produkt nie tylko trafi do oferty, ale będzie też aktywnie promowany.

Dla dystrybutora oznaczają zaangażowanie własnych zasobów – marketingowych, organizacyjnych i finansowych – w budowanie pozycji marki i zwiększanie popytu.

W praktyce obowiązki te mogą być ujęte w umowie w różnym stopniu szczegółowości.

Czasem to jedynie ogólne zobowiązanie do podejmowania działań promocyjnych, innym razem konkretne wymagania dotyczące kanałów promocji, kampanii, budżetów czy raportowania efektów.

Warto też doprecyzować, na jakich materiałach marketingowych dystrybutor ma bazować, kto je przygotowuje i czy ich treść wymaga akceptacji producenta.

W przypadku umów dystrybucji selektywnej regulacje te mogą być jeszcze bardziej szczegółowe, obejmując konkretne kanały komunikacji.

Jasno określone obowiązki promocyjne pomagają uporządkować oczekiwania stron i uniknąć nieporozumień co do tego, jak aktywnie dystrybutor powinien wspierać sprzedaż produktu.

KLAUZULA 7

Warunki płatności

.LAW

Postanowienia umów
dystrybucyjnych dotyczące
warunków płatności w dużej
mierze zależą od relacji
biznesowej między
kontrahentami, branży, w której
działa producent, oraz zakresu
kosztów koniecznych do
poniesienia w związku
z produkcją określonego
towaru lub jego partii.

Wielu producentów nie dostarczy towaru
dystrybutorowi bez przedpłaty, która
często przekracza połowę wartości
zamówienia.

Obok nich działają jednak podmioty, dla których standardem jest fakturowanie dopiero po prawidłowej dostawie towaru.

Z tego powodu trudno mówić o uniwersalnych standardach warunków płatności, które sprawdzą się w każdej umowie.

Można natomiast wskazać standardy dopasowane do konkretnej branży i realiów danego biznesu.

KLAUZULA 8

Dostawa i logistyka

.LAW

Postanowienia umów
dystrybucyjnych dotyczące
dostaw wymagają szczególnej
uwagi ze strony kontrahentów.

Dostawy mogą być realizowane cyklicznie,
w zależności od bieżącego
zapotrzebowania, bądź w związku
z zamówieniami składanymi przez
dystrybutora.

Wiele zależy w tym zakresie od specyfiki
branży oraz rodzaju produktu, który ma
być dystrybuowany.

Sprawność dostaw oraz ich terminowa
realizacja mają często istotny wpływ na
możliwość wywiązania się przez
dystrybutora ze zobowiązań wobec
jego klientów.

Obowiązek terminowej dostawy nabiera szczególnego znaczenia w przypadku umów zawieranych przez dystrybutora w reżimie ustawy Prawo zamówień publicznych.

Z tego względu postanowienia umowne dotyczące dostaw powinny określać nie tylko tryb, terminy oraz zasady ich realizacji, lecz także przewidywać mechanizmy zabezpieczające strony umowy na wypadek ewentualnych opóźnień, w tym również takich, które nie są zawinione przez żadną ze stron.

W przypadku dostaw międzynarodowych niezwykle istotne znaczenie mają także klauzule **Incoterms** opracowane przez Międzynarodową Izbę Handlową w Paryżu.

Ich rolą jest określenie podziału obowiązków stron transakcji związanych z dostawą towarów, rozkładu ryzyka przypadkowej utraty lub uszkodzenia towaru w trakcie transportu, a także kosztów transportu, opłat celnych, zobowiązań eksportowych i importowych oraz ubezpieczenia.

Zamiast rozbudowanych ustaleń umownych kwestie te ujmowane są w formie krótkich klauzul, takich jak DAP, EXW czy DDP, których znaczenia nie można pomijać.

KLAUZULA 9

Odpowie-
dzialność
za wady
produktu
i serwis
posprzedażowy

.LAW

Odpowiedzialność za wady produktów, zarządzanie procesem ich zgłaszania i usuwania (w tym wymiany lub naprawy), a także prowadzenie serwisu posprzedażowego są w umowach dystrybucyjnych często bagatelizowane, mimo że w praktyce obszar ten bywa jednym z największych wyzwań.

Umowa dystrybucyjna nie powinna ograniczać się wyłącznie do wskazania okresu gwarancji udzielanej przez producenta (np. 24 miesiące), lecz w sposób precyzyjny regulować, jakie działania powinny zostać podjęte w momencie zgłoszenia wady produktu przez klienta końcowego i kto ma je podejmować.

Skala problemów praktycznych, do jakich może dojść w związku z obowiązkiem dostarczenia produktu wolnego od wad – zwłaszcza w przypadku dostaw transgranicznych – jest trudna do przewidzenia.

Rolą umowy jest zatem wyznaczenie jasnej ścieżki postępowania, umożliwiającej ich sprawne i praktyczne rozwiązywanie.

—
KLAUZULA 10
—

Magazy-
nowanie

.LAW

Umowa dystrybucyjna może nakładać na dystrybutora obowiązek utrzymywania określonego poziomu zapasów magazynowych produktów przeznaczonych do sprzedaży klientom końcowym, w celu zapewnienia sprawności dostaw oraz ochrony wizerunku marki.

Umowa może również zawierać postanowienia dotyczące warunków przechowywania produktów, a także przewidywać możliwość ich okresowej kontroli przez przedstawicieli producenta.



KLAUZULA 11

Zakaz konkurencji

.LAW

Umowa dystrybucyjna może, choć nie musi, nakładać na dystrybutora obowiązek powstrzymania się od prowadzenia działalności konkurencyjnej wobec producenta.

W praktyce najczęściej dotyczy to ograniczenia możliwości sprzedaży produktów konkurencyjnych w okresie obowiązywania umowy, a niekiedy także przez określony czas po jej rozwiązaniu.

Zakazy konkurencji w umowach dystrybucyjnych przybierają różne formy i zdarza się, że są sformułowane w sposób nadmiernie szeroki, pozbawiony uzasadnienia gospodarczego, a nawet budzący wątpliwości co do ważności takiego postanowienia.

Zamiast tworzyć zapisy tak rozległe, że w praktyce mogą okazać się nieskuteczne, warto zastanowić się, jakim realnym celom mają one służyć oraz jakie interesy rzeczywiście warto zabezpieczyć w umowie w sposób efektywny.

KLAUZULA 12

Klauzule zwalniające z odpowie- dzialności

indemnification and
hold harmless provisions

.LAW

Indemnification provisions
i hold harmless provisions to
postanowienia umowne, które
pojawiają się w niemal każdej
umowie dystrybucyjnej
zawieranej w obrocie
międzynarodowym.

Ich stosowanie jest zatem pewnego
rodzaju standardem.

W stosunkach krajowych postanowienia
indemnifikacyjne występują znacznie
rzadziej, co może być przyczyną mniejszej
ilości uwagi, jaka jest im poświęcana przez
polskich przedsiębiorców w sytuacjach,
w których pojawiają się one w kontrakcie
negocjowanym z partnerem zagranicznym.
Wielokrotnie postanowienia te traktowane
są jako typowa klauzula, nad którą można
przejsć do porządku dziennego.

Celem wprowadzenia
indemnification provisions
i **hold harmless provisions** do
kontraktu jest rozłożenie ryzyka
związanego z zawarciem
umowy pomiędzy jej stronami.

W większości przypadków klauzule te służą
doprowadzeniu do sytuacji, w której jedna
ze stron jest odpowiedzialna za
zrekompensowanie drugiej z nich szkody
lub straty powstałej w związku z określonymi
działaniami lub zaniechaniami oraz
przeniesienie na nią odpowiedzialności
związanej z wystąpieniem określonego
w umowie zdarzenia.

KLAUZULA 13

NDA i poufność

.LAW

Postanowienia dotyczące poufności to zdecydowanie nie jest ta część umowy, którą można pominąć bez czytania.

Każdej współpracy, w tym także umowie dystrybucyjnej, powinna towarzyszyć chwila refleksji: czy w trakcie współdziałania będziemy przekazywać drugiej stronie informacje, które mają dla nas szczególną wartość i których nie chcielibyśmy ujawniać szerokiemu gronu odbiorców.



Jeśli odpowiedź brzmi „tak”, umowa powinna chronić takie informacje w sposób konkretny i przemyślany, a także jasno wskazywać konsekwencje naruszenia ustalonych zasad.

Paradoksalnie bowiem, zbyt szerokie i ogólne określenie informacji poufnych może prowadzić do sytuacji, w której w praktyce nic istotnego nie jest realnie zabezpieczone.

Znacznie lepszym rozwiązaniem jest poświęcenie czasu na precyzyjne ustalenie, co rzeczywiście chcemy chronić, jak te informacje nazwać i w jaki sposób ograniczyć możliwość ich swobodnego wykorzystywania na zewnątrz.

Zarówno umowy o zachowaniu poufności (NDA), jak i klauzule poufności w umowach głównych, nie powinny być traktowane jako formalność.

Zasady poufności mogą być uregulowane w odrębnym dokumencie albo stanowić część kontraktu, jednak w praktyce doświadczeni przedsiębiorcy wiedzą, że NDA warto podpisać już na bardzo wczesnym etapie współpracy.

Często nawet podczas pierwszych rozmów dochodzi bowiem do przekazania informacji, które wymagają odpowiedniej ochrony.

KLAUZULA 14

Czas na
jaki umowa
zostaje zawarta
i rozwiązanie
umowy

.LAW

Postanowienia określające, jak długo strony są związane zobowiązaniami wynikającymi z kontraktu oraz na jakich zasadach możliwe jest jego zakończenie, należą do tych elementów umowy, na które warto zwrócić uwagę w pierwszej kolejności, a nie dopiero na końcu.

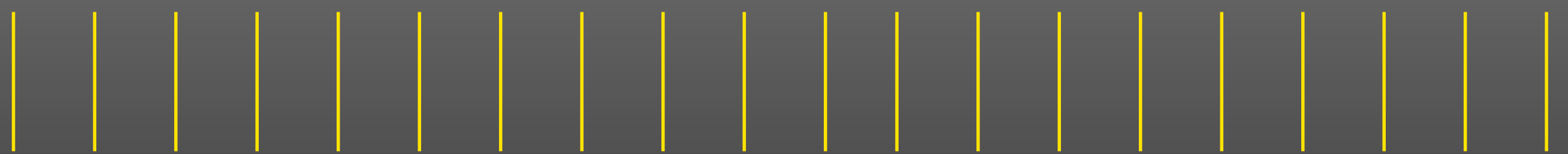
To one w dużej mierze mogą determinować dalsze decyzje dotyczące prowadzenia lub zakończenia współpracy z kontrahentem.

Umowa dystrybucyjna może
zostać zawarta na czas
oznaczony albo **nieoznaczony**.

Strony mają przy tym możliwość
przewidzenia mechanizmu jej
automatycznego przedłużenia, jak również
określenia zasad i formy jej przedłużenia,
wypowiedzenia lub rozwiązania.

W tym kontekście szczególnie istotne są
skutki rozwiązania lub wygaśnięcia
umowy dla wzajemnych
zobowiązań stron.

Chodzi między innymi o to, jakie płatności powinny zostać dokonane, które kwoty stają się wymagalne, jak należy postąpić z zapasami magazynowymi pozostającymi w posiadaniu dystrybutora oraz co dzieje się z zamówieniami złożonymi, lecz niezrealizowanymi do momentu złożenia oświadczenia o rozwiązaniu umowy.



Postanowienia te mają kluczowe znaczenie i zdecydowanie nie ograniczają się wyłącznie do wskazania czasu trwania umowy dystrybucyjnej oraz formalnego trybu jej zakończenia.

—
KLAUZULA 15
—

Jurysdykcja sądu i prawo właściwe

.LAW

Postanowienia umowne dotyczące jurysdykcji sądu oraz prawa właściwego są często uznawane za jedne z najważniejszych elementów całej umowy dystrybucyjnej.

Taka ocena pojawia się jednak zazwyczaj nie po stronie biznesu, lecz prawników przygotowujących tego rodzaju kontrakty.

Przedsiębiorcy koncentrują się bowiem przede wszystkim na uzgodnieniach dotyczących kwestii praktycznych, takich jak terminy realizacji, płatności czy obowiązki gwarancyjne – a więc wszystkiego, co ma kluczowe znaczenie dla bieżącej współpracy stron.

Naturalne jest również to, że rozpoczynając wspólne przedsięwzięcia biznesowe, nie chcemy myśleć o ewentualnym sporze, który mógłby powstać pomiędzy kontrahentami.

Jurysdykcja sądu odpowiada na pytanie, gdzie taki potencjalny spór będzie się toczył. Czy będzie to państwo dystrybutora, producenta, czy może państwo neutralne – zgodnie z zasadą „niech boli po równo”?

W praktyce często zdarza się, że silniejsza strona transakcji jest w stanie wynegocjować postanowienia jurysdykcyjne korzystne przede wszystkim dla siebie.

Choć zapisy umowne dotyczące jurysdykcji są niewątpliwie istotne, nasza praktyka pokazuje, że spory pomiędzy kontrahentami z różnych państw członkowskich nie są zjawiskiem powszechnym.

Nawet zatem jeśli nie uda się wywalczyć korzystnego dla siebie postanowienia w tym zakresie, warto poświęcić więcej uwagi innym kluczowym zapisom umownym, istotnym dla bieżącej współpracy stron.

Prawo właściwe to z kolei pojęcie określające, jakie przepisy prawne będą miały zastosowanie do relacji umownych pomiędzy stronami.

Bagatelizowanie postanowień dotyczących prawa właściwego nie jest zalecane. Nawet jeśli nie jesteśmy w stanie wynegocjować zastosowania prawa własnego państwa do umowy dystrybucyjnej, warto przynajmniej mieć świadomość, jak istotny wpływ na daną umowę mogą mieć przepisy obcego porządku prawnego.


W niektórych przypadkach może to wymagać konsultacji z zagraniczną kancelarią prawną, choć nie jest to regułą.

—
KLAUZULA 16
—

Siła wyższa

.LAW

W ostatnich latach szczególnego znaczenia nabrały postanowienia umów międzynarodowych odnoszące się do tzw. **siły wyższej („force majeure”)**.



Celem wprowadzania tego rodzaju klauzul jest ochrona interesów stron na wypadek, gdyby realizacja zobowiązań umownych stała się niemożliwa lub istotnie utrudniona z powodu wystąpienia nadzwyczajnych okoliczności, pozostających poza ich kontrolą.

Znaczenie klauzul siły wyższej jest szczególnie widoczne w umowach dystrybucyjnych, które bardzo często wiążą się z dostawami transgranicznymi.

Towar bywa transportowany drogą lądową, morską lub lotniczą z jednego państwa, a niekiedy nawet z jednego kontynentu, do drugiego.

W toku takich dostaw mogą wystąpić opóźnienia wynikające z czynników niezależnych od którejkolwiek ze stron, a także sytuacje całkowicie nieprzewidywalne, takie jak zakłócenia w międzynarodowych łańcuchach dostaw, prowadzące do dalszych konsekwencji po stronie realizacji umowy.

Z tego względu wszelkie okoliczności o charakterze nagłym, nieplanowanym i niemożliwym do przewidzenia powinny znaleźć odpowiednie odzwierciedlenie w umowie dystrybucyjnej, w szczególności w jej części dotyczącej siły wyższej.

Warto poświęcić tym postanowieniom więcej uwagi, niż ma to zwykle miejsce w praktyce kontraktowej.

Ograniczenie się do mechanicznego powielania standardowych klauzul i ich bezrefleksyjna akceptacja mogą bowiem prowadzić do niepożądanych, a niekiedy dotkliwych skutków dla stron umowy.

KLAUZULA 17

Sposób komunikacji, zmiana umowy, niezależni kontraktorzy,

czyli wszystko
o czym na koniec

.LAW

W końcowej części umowy dystrybucyjnej znajdziemy postanowienia, na które warto zwrócić uwagę choćby po to, aby nie utrudniać sobie życia.

Można w niej określić sposób komunikacji stron w sprawach istotnych z punktu widzenia wykonywania ich obowiązków umownych.

Warto również rozważyć, w jakim trybie strony będą mogły zmieniać treść zawartej między nimi umowy dystrybucyjnej oraz czy każdorazowo konieczne będzie zachowanie formy pisemnej, która w praktyce bywa dość niewygodna, jeśli nie jest bezwzględnie wymagana z innych względów, na przykład dla dochowania odpowiedniej formy czynności prawnej.

W obrocie międzynarodowym często spotyka się także klauzule wskazujące, że strony podpisujące umowę są niezależnymi kontraktorami, a ich współpraca nie oznacza zawarcia umowy spółki ani nawiązania szerszej relacji niż ta, która wynika bezpośrednio z treści umowy dystrybucyjnej.



Podsumowanie

.LAW

Umowa dystrybucyjna to dokument, który realnie wpływa na:

**Twoją marzę,
zakres odpowiedzialności,
stabilność współpracy,
możliwość wyjścia z relacji biznesowej,
oraz pozycję negocjacyjną w przyszłości.**

Najwięcej problemów w praktyce wynika z niedoprecyzowanych zapisów dotyczących wyłączności, cen, targetów, odpowiedzialności czy rozwiązania kontraktu.

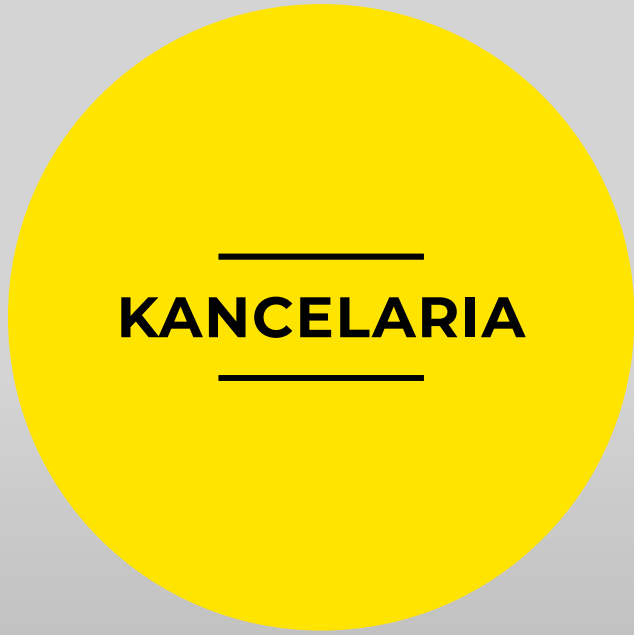
Jeżeli planujesz wejście na nowy rynek, zmianę modelu dystrybucji albo renegocjację warunków współpracy, to właściwy moment, aby uporządkować kwestie kontraktowe.

Skontaktuj się z nami, jeśli chcesz zaprojektować lub przeanalizować swoją umowę dystrybucyjną w sposób strategiczny, a nie wyłącznie formalny.

kancelaria@lubecka.law

www.lubecka.law

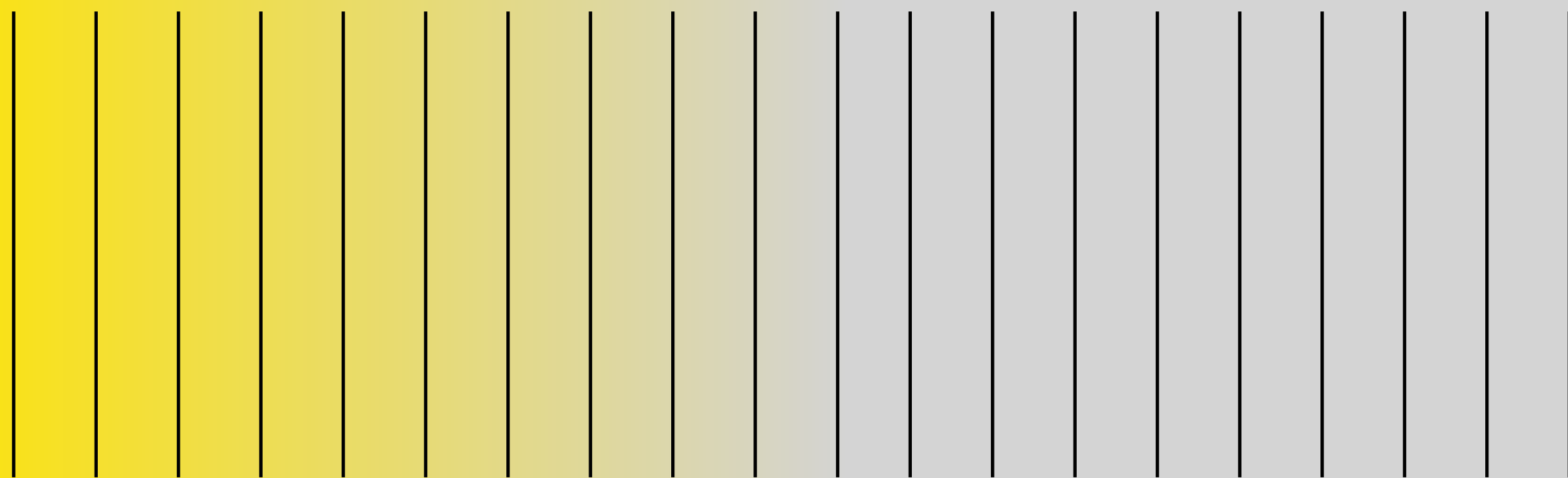
.LAW



Kancelaria
LUBECKA.LAW

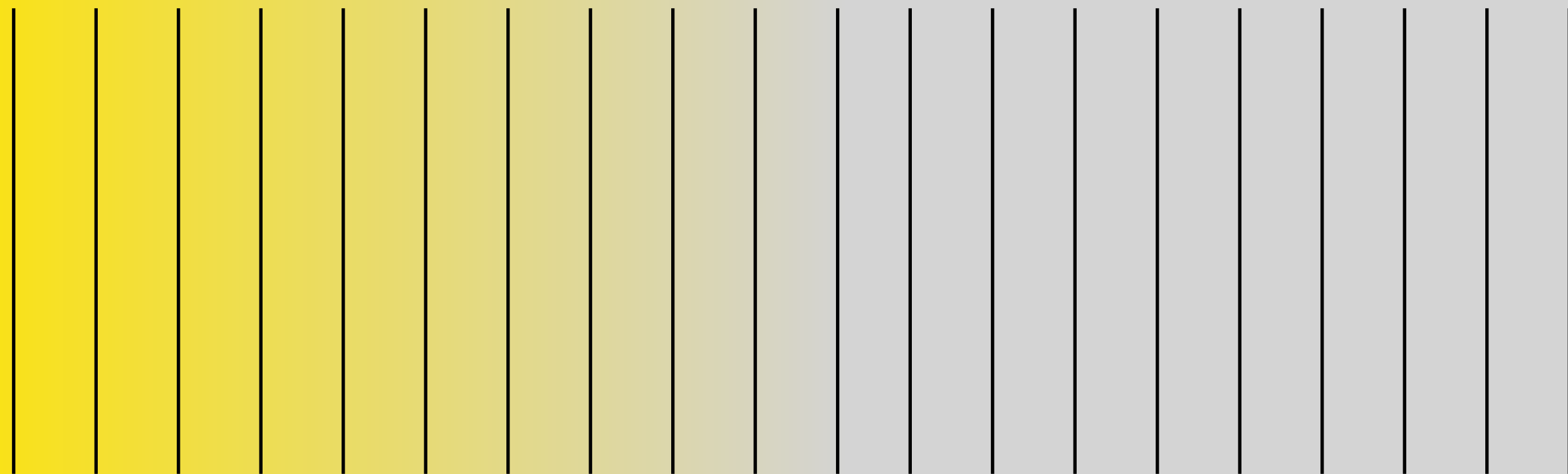


Razem z zespołem LUBECKA.LAW wspieramy przedsiębiorców, którzy rozpoczynają swoją działalność, jak i funkcjonującymi na rynku od wielu lat.



Pracujemy z Klientami działającymi w obszarach takich jak produkcja, dystrybucja, sprzedaż, usługi, zarówno na terenie kraju, jak i na rynkach międzynarodowych. Ponad połowa naszych usług to analiza, opiniowanie i przygotowywanie umów B2B w obrocie międzynarodowym.

**Współpracujemy z Klientami
działającymi w branżach
takich jak:**



**dystrybucja urządzeń,
design & build dla gastronomii,
HoReCa – segment B2B premium,
projektowanie i produkcja wyposażenia
gastronomii premium,
targowo-wystawiennicza,
wellness & spa,
gamingowa,
IT.**



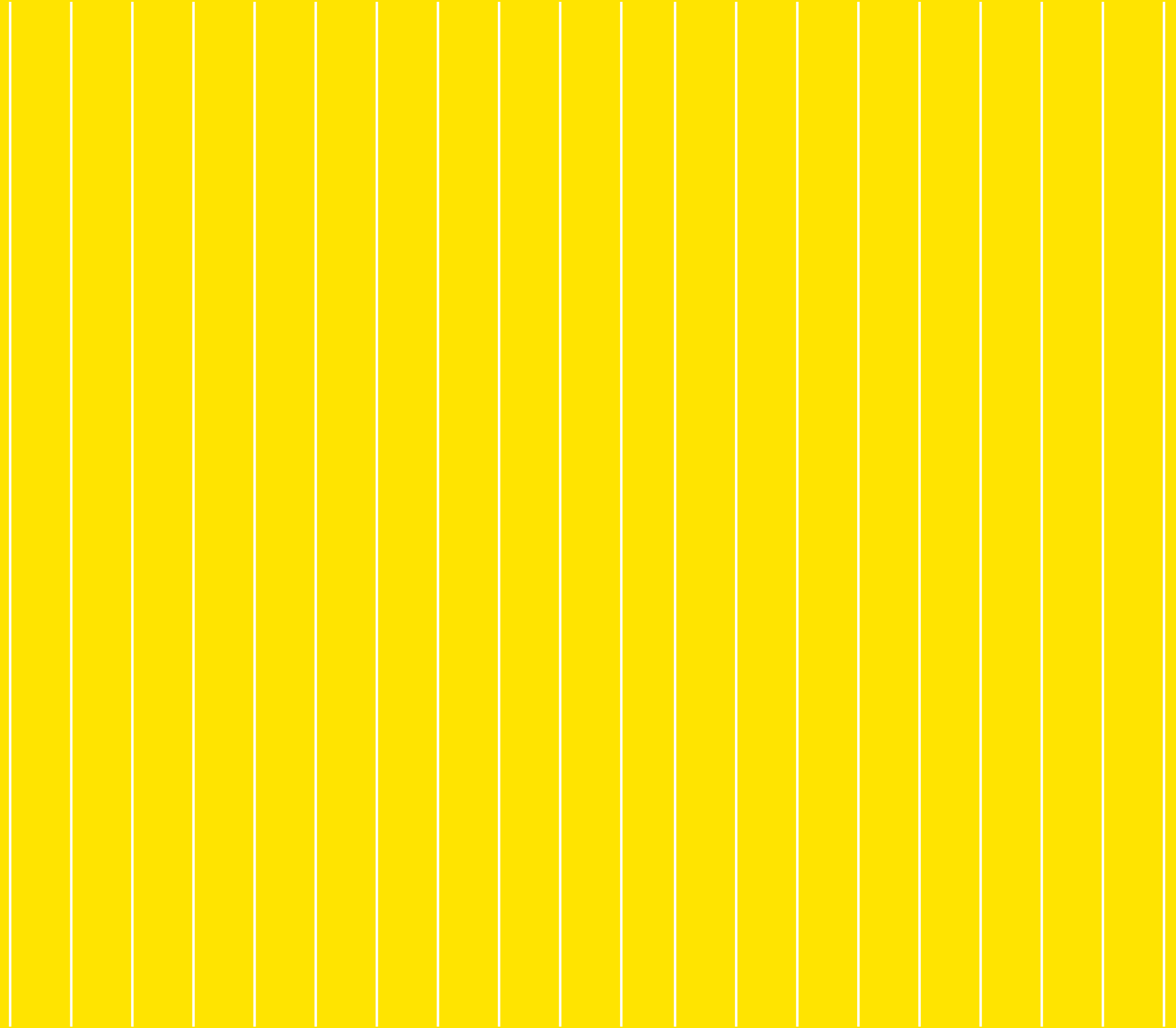
Zapraszamy do kontaktu

kancelaria@lubecka.law

www.lubecka.law

.LAW

Legal advice for business
Nothing more ——— nothing less



LUBECKA.LAW