

מוניטין המוצר, האם בידי המפיץ או היצרן / יניב פרידהוף, עו"ד¹

מפיץ של מוצרים פועל בשוק ההפצה במשך שנים וצובר שורה ארוכה של לקוחות. האם למפיץ מוניטין עצמאי או שכל המוניטין שלו שייך ליצרן המוצרים אותם הוא מפיץ?

מוניטין הינו צבר היתרונות שנצברו לעסק בשל תכונותיו הייחודיות. קיימת חשיבות גדולה לשאלה האם המוניטין שייך למפיץ או רק ליצרן וזאת מסיבות שונות. המשמעות הראשונית היא השאלה למי שייך המוניטין – ליצרן או למפיץ – ובהתאם לכך האם היצרן מחויב לפצות את המפיץ על הפגיעה במוניטין במקרה של ביטול הסכם ההפצה. שאלה נוספת היא האם כשהמפיץ מוכר את עסקו תיחשב המכירה גם כמכירת מוניטין. לשאלה זו קיימת משמעות מיסויית גדולה באשר לאופן ההכרה בהכנסה.

בפסק הדין בעניין ברק גז סוכנויות בע"מ מינואר 2015 קבע בית המשפט העליון, כי ככל שיוכח שבמסגרת העסקה הועברו מרשמי הלקוחות, והמוכר משך בבירור ידיו מעיסוקו באופן מוחלט כך שוויתר בפועל על המשך קשריו עם לקוחותיו ואף חתם על תניית אי תחרות המונעת ממנו כל אפשרות עתידית לשוב ולזכות בהם, יטה בית המשפט להכיר בכך כי כחלק מעסקת המכירה הכללית של העסק, נמכר גם המוניטין של העסק. על מנת להוכיח קיומו של מוניטין עצמאי של המפיץ, על המפיץ יהיה להציג כי לא רק שהשוק של המוצר הוא תוצאה ישירה של מאמצי השיווק של המפיץ אלא שבמאמציו הפך המפיץ את המוצר להיות מזוהה עמו יותר מאשר עם היצרן. עשוי גם להיווצר מצב בו המוצר אמנם מזוהה עם היצרן (ואז ביחסים בין היצרן והמפיץ המוניטין שייך ליצרן), אך למפיץ מוניטין בנפרד מהמוצר.

להכרה במוניטין עצמאי של המפיץ תהיה, כאמור, משמעות מיסויית, אך יכול ותהיה לו גם משמעות ברמת הפיצוי לו זכאי המפיץ מהיצרן בגין ביטול ההסכם ביניהם. ככל שלמפיץ מוניטין עצמאי יכול והיצרן יידרש לפצות את המפיץ על הפגיעה במוניטין של המפיץ בשל ביטול הסכם ההפצה.

מכיוון שלהכרה במוניטין בעת מכר עסק קיימות משמעויות, מומלץ שההסכמות שבין צדדים להסכם מכר של סוכנות הפצה ינוסחו באופן בהיר, אשר אינו מותיר מקום לספק בעניין הזכויות הנמכרות ובוודאי שכדאי שעל הניסוח יהיה מופקד עורך דין הבקיא בתחום הסכמי ההפצה וההסכם ייבדק היטב על ידי רואה חשבון המתמחה בתחום.

יתרה מכך, חשוב שכאשר יצרן ומפיץ מנהלים ביניהם משא ומתן להסכם הפצה ינוהל המשא ומתן על ידי עורך דין המתמחה בתחום הסכמי ההפצה והוא גם שיהיה מופקד על ניסוח ההסכם וזאת כדי שהסכמות הצדדים, לרבות בנושא הזכות למוניטין, יקובעו באופן הנכון.

¹ עו"ד יניב פרידהוף הינו עורך דין במשרד אפיק ושות', העוסק בין היתר במשפט המסחרי, דיני חברות וניירות ערך וליטיגציה מסחרית. אין בסקירה כללית זו משום ייעוץ משפטי כלשהו ומומלץ להיוועץ בעורך דין המתמחה בתחום זה בטרם קבלת כל החלטה בנושאים המתוארים בסקירה זו.

Product Reputation –Owned by Distributor or Manufacturer? / Yaniv Friedhof, Adv.²

A distributor of products operates for many years and gains a long list of clients. Does the distributor has its own independent reputation or does all reputation belong to the manufacturer?

Reputation is the gained benefits of the business due to its unique properties. It is important to determine whether the reputation belongs to the distributor or the manufacturer for various reasons. The primary one is the question of who owns the reputation - the manufacturer or the distributor - and accordingly, whether the manufacturer will be required to compensate the distributor in the event of termination of the distribution agreement. Another issue is upon sale of the distributorship – is such sale is also to be deemed a sale of reputation? This question has a large impact on the taxation of such transaction.

In the Barak Gas Agencies Ltd. case of January 2015, the Israeli Supreme Court ruled that if as part of the sale customer lists were transferred and the seller fully withdrew from its business and given up any future connection with the customers and even signed a non-compete clause the Court will be willing to consider the sale also as sale of reputation. In order to prove an independent reputation of the distributor, the distributor will have to prove not only that the market is a direct result of its marketing efforts but also that by such efforts the product is recognized with the distributor more than with the manufacturer. There might be also a situation where the distributor has its own reputation even though the product may be more recognized with the manufacturer (and in that case the reputation belongs to the manufacturer).

The recognition of an independent reputation of the distributor will have, as mentioned, a large tax impact and may also have consequences as between the distributor and the manufacturer upon termination of the distribution agreement. If the distributor has its own reputation in the product the manufacturer might be required to compensate the distributor for termination of the distribution agreement.

Because the recognition of the reputation upon sale of a business may have consequences it is recommended that the agreements between the parties to a sale of distributorship be clearly drafted leaving no doubt as to the rights sold and it is certainly recommended that an attorney and an accountant specializing in the field of distribution agreements will be involved.

Moreover, it is important that when a manufacturer and distributor are negotiating distribution agreement the negotiation will be made by a lawyer who specializes in the distribution agreements who will also draft the documents to ensure that the agreement between the parties, including as to the right to the reputation will be properly set in the agreement.

² Advocate Yaniv Friedhof is an attorney at the law office of Afik & Co., Attorneys and Notary (www.afiklaw.com) whose main practice areas are commercial law, corporate law and immigration. Nothing herein should be treated as a legal advice and all issues must be reviewed on a case-by-case basis. For additional details: +972-3-6093609 or at the e-mail: afiklaw@afiklaw.com