

DANIEL GATNER*

UMOWA DYSTRYBUCJI
W ŚWIETLE *DRAFT COMMON FRAME OF REFERENCE*
(DCFR)

1. WPROWADZENIE

Artykuł ten obejmuje syntetyczną charakterystykę modelowych założeń dla umowy dystrybucyjnej w *Draft Common Frame of Reference* (dalej DCFR)¹. Nie jest to jednak jedyny cel tego opracowania. Analiza modelowych rozwiązań dokonywana jest bowiem z perspektywy wstępu do rozważań nad ewentualną regulacją umowy dystrybucyjnej w prawie polskim. Problematyka ta jest aktualna z uwagi na trwające prace nad nowym polskim kodeksem cywilnym.

Umowy o świadczenie usług z zakresu pośrednictwa, do jakich zalicza się umowa dystrybucyjna, zostały objęte zunifikowanym prawem europejskim o charakterze niewiążącym (*soft law*). W przypadku umów dystrybucyjnych zawieranych w obrocie międzynarodowym istotną rolę jako *lex contractus* czy *lex mercatoria*² odgrywają ogólne reguły prawa modelowego — Zasady Europejskiego Prawa Umów (PECL)³,

* Autor jest doktorantem w Katedrze Prawa Cywilnego i Prawa Prywatnego Międzynarodowego na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Śląskiego, adwokatem.

¹ *Principles, definitions and model rules of European private law: Draft Common Frame of Reference (DCFR)*, prepared by the Study Group on a European Civil Code and the Research Group on EC Private Law (Acquis Group); ed. by Christian von Bar [et al.]. — Interim outline ed. — Munich: Sellier. European Law Publishers, cop. 2008; tekst zasad dostępny na stronie: www.law-net.eu.

² *Lex mercatoria*, czyli międzynarodowe prawo kupieckie, stanowi zespół zasad dostosowanych do międzynarodowych stosunków cywilnoprawnych, pozwalających na uniknięcie pewnych niedogodności, które można spotkać, poddając sprawę pod rozstrzygnięcie prawa krajowego; tak A. Biały: *Problematyka międzynarodowego arbitrażu handlowego — wybrane aspekty* (cz. II), <http://niemce.bho.pl/ksiazka/art2.html>.

³ *Principles of European Contract Law*, Parts I and II (combined and Revised), ed. by O. Lando, H. Beale, The Hague–London–Boston 2000. Ich tekst wraz z tłumaczeniem i wprowadzeniem J. Beldowskiego opublikowano w Kwartalniku Prawa Prywatnego (dalej: KPP) 2004, z. 3, s. 801 i n.

opracowane przez Grupę Amsterdamską — Zasady Prawa Europejskiego dotyczące umowy agencji handlowej, franchisingu i dystrybucji (PECL CAFDC)⁴ oraz Zasady Międzynarodowych Kontraktów Handlowych UNIDROIT (UNIDROIT PICC)⁵, a także wzorce kontraktów dystrybucyjnych opracowane przez wiele prywatnych organizacji międzynarodowych, stowarzyszeń czy izb handlowych, w szczególności opracowane przez Międzynarodową Izbę Handlową (International Chamber of Commerce — ICC)⁶.

Z uwzględnieniem wymienionych regulacji modelowych powstał opracowany przez Grupę Studyjną (Study Group on a European Civil Code) oraz Grupę Acquis (Research Group on EC Private Law) *Draft Common Frame of Reference* z 2008 r.⁷ który wyodrębnił już różne typy umów, w tym umowę dystrybucyjną, podobnie jak jego ostatnia wersja z 2009 r.⁸ Co prawda DCFR powieliła modelowe zasady wyrażone w PECL, to jednak jego twórcy poszli krok do przodu i podjęli próbę szczegółowych regulacji. Do takich zalicza się część E księgi IV DCFR zatytułowana „Commercial agency, franchise and distributorship”⁹.

2. POJĘCIE, CECHY I RODZAJE UMOWY DYSTRYBUCYJNEJ W DCFR

Umowa dystrybucyjna została uregulowana w księdze czwartej części E DCFR wraz z umową agencji handlowej i franchisingu. W rozdziale drugim DCFR (Chapter 2 „Rules applying to all contracts within the scope of this part”) zamieszczono **przepisy ogólne** znajdujące zastosowanie do wszystkich unormowanych umów

⁴ Zasady, definicje i reguły modelowe europejskiego prawa prywatnego, których integralną częścią są PECL CADFC, są zmienioną i poszerzoną wersją PECL. Zostały opracowane w ramach tzw. Network of Excellence przez Grupę Studyjną nad Europejskim Kodeksem Cywilnym pod kierunkiem Ch. v. Bara i Acquis Group, włączone do tzw. wspólnego systemu odniesienia (ang. *Common Frame of References*) stanowiącego podstawę tzw. instrumentów opcjonalnych w zakresie europejskiego kodeksu prawa kontraktów.

⁵ Tekst zasad w języku angielskim na stronie: <http://www.unidroit.org/english/principles/contracts/main.htm>.

⁶ The ICC short form model international distributorship contract. ICC Publication no. 634 dostępne w języku polskim w wydaniu ICC Polska z 2005 r. Umowa modelowa we wzorcu Międzynarodowej Izby Handlowej (MIH) międzynarodowej dystrybucji — krótkie wersje (publikacja 634), obejmującym umowę modelową MIH międzynarodowej agencji handlowej w wersji krótkiej (*ICC short form model international commercial agency contract*) oraz umowę modelową MIH międzynarodowej dystrybucji w wersji krótkiej (*ICC short form model international distributorship contract*). Tekst dostępny na stronie: <http://www.iccpolska.pl/index.php/publikacje-icc/117-publikacje-icc-polska-5>.

⁷ DCFR, Interim Outline Edition 2008, s. 279–282.

⁸ *Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law Draft Common Frame of Reference (DCFR)*, Outline Edition 2009, s. 361–364 wraz z obszernym sześciotomowym komentarzem. Umowa dystrybucji została objęta tomem 3: *Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law, Draft Common Frame of Reference (DCFR)*, Full Edition, vol. 3, ed. by Ch. von Bar, E. Clive, Selier 2009, s. 2296–2465. Zob. bliżej E. Rott-Pietrzyk: *Świadczenie wyrównawcze w Draft Common Frame of Reference a prawo polskie (zakres podmiotowy instytucji ochronnych)* (w:) *Prawo handlowe XXI wieku. Czas stabilizacji, ewolucji czy rewolucji. Księga jubileuszowa Profesora Józefa Okolskiego*, pod red. M. Modrzejewskiej, Warszawa 2010, s. 889.

⁹ Zob. DCFR, Outline Edition 2009..., *op. cit.*, s. 347.

nazwanych i nienazwanych objętych częścią E¹⁰. W postaci przepisów ogólnych **wyciągnięto przed nawias instytucje wspólne** dla wszystkich normowanych w tej części umów (nazwanych i nienazwanych). Przepisy rozdziału drugiego regulują zatem: obowiązek informacji przedumownej (Section 1 „Pre-contractual information”), obowiązek współpracy, obowiązek informacji w czasie wykonywania umowy, obowiązek zachowania poufności (Section 2 „Obligation of the parties”), zakończenie stosunku umownego w przypadku umowy zawartej na czas oznaczony, nieoznaczony, naprawienie szkody wyrządzonej nieuzasadnionym wypowiedzeniem, wypowiedzenie z powodu niewykonania umowy, świadczenie wyrównawcze, rozliczenia stron (Section 3 „Termination of contractual relationship”)¹¹. Warto zaznaczyć, że cechą charakterystyczną tych umów jest tworzenie struktury sieci (*network*) zbytu towarów lub usług, umożliwiającej rozszerzenie przez określone podmioty prowadzonej przez nie działalności w tym samym czasie w różnych miejscach za pomocą innych podmiotów (pełnomocników, zastępców pośrednich, uczestników sieci)¹².

Zgodnie z art. IV.E.–5:101 DCFR przez umowę dystrybucji jedna strona zwaną dostawcą zobowiązuje się w sposób stały dostarczać oznaczony produkt drugiej stronie zwanej dystrybutorem, zaś dystrybutor zobowiązuje się nabyć go od dostawcy, a następnie sprzedać osobom trzecim w swoim imieniu i na swój rachunek. Oznacza to, że w ramach prowadzonego przedsięwzięcia dystrybutor nabywa od dostawcy (producenta) określony produkt oraz dokonuje jego dalszej sprzedaży zawsze tylko w swoim imieniu i na własny rachunek. Z kolei dostawca zobowiązuje się dostarczać produkt dystrybutorowi w rodzaju, ilości i terminach określonych przez dystrybutora oraz w celu wykonania umowy udostępnia do korzystania określone prawa na dobrach niematerialnych (nazwa firmy, logo, znak towarowy itd.), które umożliwiają łatwą i trwałą identyfikację towaru z producentem (dostawcą)¹³.

Do *essentialia negotii* umowy dystrybucji należy obowiązek dystrybutora nabywania określonych produktów od dostawcy oraz sprzedawania ich w swoim imieniu i na własny rachunek, a obowiązkiem dostawcy — dostarczanie takich produktów dystrybutorowi w sposób ciągły¹⁴. Istotny jest fakt, iż dostawcą produktów nie musi być ich producent, a dystrybucja może odbywać się na różnych szczeblach obrotu. Może to być szczebel hurtowy (ang. *wholesalers*) lub detaliczny (ang. *retailers*).

¹⁰ Tzw. mała część ogólna; zob. bliżej na ten temat E. Rott–Pietrzyk: *Systematyka części szczegółowej zobowiązań a miejsce umów o pośrednictwo sensu largo (głos w dyskusji)*, *Transformacje Prawa Prywatnego* 2013, nr 1, s. 44.

¹¹ Art. IV.E.–1:101–IV.E.–2:402. Komentarz do tych przepisów: *Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law, Draft Common Frame of Reference (DCFR)*, Full Edition, vol. 3, ed. by Ch. von Bar, E. Clive, Selier 2009, s. 2296–2349.

¹² Zob. bliżej E. Rott–Pierzyk: *Systematyka części szczegółowej...*, *op. cit.*, s. 65.

¹³ W. Kocot (w:) *System prawa prywatnego*, t. 9, *Prawo zobowiązań — umowy nienazwane*, pod red. W.J. Katerana, Warszawa 2010, s. 184.

¹⁴ Por. R. Mańko: *Zasady umów długoterminowych. Wprowadzenie i komentarz*, KPP 2006, z. 2, s. 531 i n.

Na podstawie DCFR można wnioskować, że umowa dystrybucyjna jest umową dwustronną, konsensualną, odpłatną, wzajemną, tworzącą stosunek prawny o charakterze ramowym. Dystrybutor działający w charakterze zastępcy pośredniego może być podmiotem zajmującym się sprzedażą hurtową bądź detaliczną, dostarczając towar do ostatecznego nabywcy. Umowa dystrybucji jest umową o charakterze handlowym, a zatem jest umową dwustronnie podmiotowo kwalifikowaną. Każda ze stron jest zatem profesjonalistą (przedsiębiorcą). Dystrybutor jest przy tym podmiotem niezależnym, niepodlegającym zwierzchnictwu dostawcy. Nie stoi to na przeszkodzie nałożenia na niego — podobnie jak w przypadku agenta — obowiązku przestrzegania wskazówek dostawcy. Dopuszczalny zakres ingerencji w ten sposób w wykonanie zobowiązania dystrybutora nie może podważać jednak jego pozycji jako niezależnego przedsiębiorcy¹⁵. Umowa dystrybucyjna nie ma jednolitej struktury. W obrocie wykorzystywane są różne postacie umowy dystrybucyjnej. Podążając za potrzebami obrotu, w DCFR wyróżniono trzy podstawowe podtypy umowy dystrybucyjnej:

- 1) umowę dystrybucji wyłącznej;
- 2) umowę dystrybucji selektywnej (wybiórczej);
- 3) umowę o wyłączność nabywania.

2.1. UMOWA DYSTRYBUCJI WYŁĄCZNEJ

Przechodząc do ogólnej analizy poszczególnych podtypów umowy dystrybucyjnej, warto zwrócić uwagę na cechy charakterystyczne każdej z nich. W każdej z tych postaci umowy dystrybucyjnej strony realizują nieco inny — zgodny z ich zamiarem — cel gospodarczy. Ten z kolei wpływa na odmienne ukształtowanie praw i obowiązków stron. Typologiczna ocena każdej z występujących w praktyce umów dystrybucyjnych pozwoli na zakwalifikowanie jej jako jeden z trzech podtypów dystrybucji.

W **umowie o dystrybucję wyłączną** dostawca zobowiązuje się dostarczać produkty wyłącznie do jednego dystrybutora z wyłączeniem pozostałych potencjalnych dystrybutorów, na określonym terytorium (wyłączność terytorialna) lub do określonej grupy klientów. Zapewnia to dystrybutorowi swego rodzaju ochronę przed konkurencją wewnętrzną. Zakres tej ochrony zależy od konkretnych postanowień umowy odzwierciedlających zamiar stron w tym zakresie. Mamy tutaj do czynienia z instytucją wyłączności *ratione loci* lub *ratione personae*, podobnie jak w przypadku umowy agencyjnej. Umowy dystrybucyjne są zawierane pomiędzy dostawcą (którym może być producent produktów) oraz dystrybutorem (którym

¹⁵ Zob. E. Rott-Pietrzyk (w:) *System prawa handlowego*, t. 9, *Międzynarodowe prawo handlowe*, pod red. W. Popiołka, Warszawa 2013, s. 1131 i n.

może być hurtownik lub detalista). Dostawca zobowiązuje się do dostarczania dystrybutorowi określonych produktów. Dystrybutor z kolei zobowiązuje się do nabywania, rozpowszechniania i promocji takich produktów we własnym imieniu i na własny rachunek. Przykłady wyłącznej dystrybucji pojawiają się w szczególności w przemyśle samochodowym, ale także maszyn rolniczych, urządzeń elektronicznych, mebli, środków kosmetycznych oraz sprzętu komputerowego¹⁶. Strony, zamieszczając w umowie klauzulę wyłączności, współpracują ze sobą ściśle i w zaawansowany sposób. Taka współpraca wymaga lojalności oraz wzajemnego zaufania stron, które liczą przez to na osiągnięcie większych korzyści¹⁷. Dostawca udzielający wyłączności jest dodatkowo uprawniony do wydawania instrukcji, poleceń oraz ma prawo weryfikować, czy są one realizowane przez dystrybutora (art. IV.E.–5:304 DCFR). Dystrybutor zobowiązuje się do nabywania konkretnych określonych dóbr wyłącznie od dostawcy, a w zamian otrzymuje środki na wsparcie reklamowe i marketing (art. IV.E.–5:204 DCFR)¹⁸.

Warto w tym miejscu dodać, że także obowiązujący w Polsce kodeks cywilny¹⁹ przewiduje sprzedaż z zastrzeżeniem wyłączności. Na podstawie art. 550 k.c. można zastrzec w umowie dystrybucyjnej wyłączność w ten sposób, że dostawca nie będzie dostarczał towarów określonego rodzaju innym pośrednikom albo odbiorcom końcowym (wyłączność zakupu) bądź też w ten sposób, że dystrybutor będzie jedynym odsprzedawcą zakupionych rzeczy na oznaczonym obszarze (terytorialna wyłączność sprzedaży)²⁰. Zastrzeganie tego rodzaju obowiązków sprzedawcy może w szczególności znaleźć zastosowanie w wypadku zawierania umów (porozumień) organizujących sieć sprzedaży towarów wytwarzanych lub dostarczanych przez sprzedawcę. Obecnie art. 550 k.c. stosowany jest *per analogiam* do umów o dystrybucję wyłączną, którego odpowiednik w przyszłości mógłby zostać przeniesiony do nowego kodeksu cywilnego dotyczącego umowy dystrybucyjnej w przypadku jej normatywnego wyodrębnienia²¹.

¹⁶ Wersja DCFR z 2009 r. została wydana w sześciu tomach z obszernym komentarzem. Umowa dystrybucyjna została objęta tomem 3. Zob. *Principles, Definitions and Model Rules of European Private Law, Draft Common Frame of Reference (DCFR)*, ed. by Ch. v. Bar, E. Clive, vol. 3, Sellier 2009 (dalej: DCFR, Full Edition 2009, t. 3), s. 2427.

¹⁷ W międzynarodowym obrocie profesjonalnym obowiązują zasady, do których odsyła art. 7 konwencji wiedeńskiej. Wśród tych zasad wymienia się: zasadę dobrej wiary, zasadę swobody kontraktowej, zasadę lojalności handlowej, zasadę rozsądku, zasadę priorytetu wykładni *in favorem contractus*, zasadę niesprzeczności między żądaniem a własnym zachowaniem. Katalog niniejszy jest podobny do katalogu zasad wskazywanych jako najczęściej stosowane przez międzynarodowe trybunały arbitrażowe, z których korzystają przedsiębiorcy. Ten ostatni katalog obejmuje m.in.: zasadę *pacta sunt servanda*, zasadę ochrony praw nabytych, zasadę zaufania, zasadę dobrej wiary. Zob. bliżej E. Wójtowicz: *Zawieranie umów między przedsiębiorcami*, Oficyna 2010.

¹⁸ DCFR, Full Edition 2009, t. 3, s. 2426.

¹⁹ Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (tekst jedn. Dz. U. z 2014 r. poz. 121).

²⁰ Zob. wyrok Trybunału Sprawiedliwości UE z dnia 11 września 2008 r., C–279/06 dotyczący kwalifikacji prawnej umowy o dostawę paliw zawierającej klauzulę wyłączności.

²¹ Zob. W. Kocot: *Umowy o pośrednictwie handlowym (w:) System prawa prywatnego*, t. 9, *Prawo zobowiązań — umowy nienazwane*, pod red. W.J. Katnera, Warszawa 2010, s. 194.

2.2. UMOWA DYSTRYBUCJI SELEKTYWNEJ

Dystrybucja selektywna jest najczęściej spotykanym w obrocie rodzajem umowy dystrybucyjnej. Została uregulowana w art. IV.E.–5:101 ust. 3 DCFR. Istota tego podtypu dystrybucji polega na zobowiązaniu się dostawcy do dostarczania produktów zarówno pośrednio, jak i bezpośrednio, wyłącznie dystrybutorom wybranym według ściśle określonych kryteriów. Kryteria doboru kontrahentów określa dostawca. Zawieranie **umów o dystrybucję selektywną** powoduje powstawanie ściśle zamkniętej sieci dystrybucyjnej. Dostawcy ograniczają dystrybucję produktów tylko do dystrybutorów z kwalifikacjami i możliwościami zapewniającymi realizację polityki sprzedażowej dostawcy. Selekcja może polegać na kryteriach jakościowych lub ilościowych. Przykładami kryteriów jakościowych są: zatrudnienie wykwalifikowanej kadry inżynierskiej, możliwość szczególnej ekspozycji produktów i utrzymanie dużego wyboru lub znacznych zasobów produktów. Kryteria ilościowe dotyczą z kolei liczby dystrybutorów oraz minimalnego poziomu obrotu produktów w odniesieniu do gęstości zaludnienia na terytorium, na którym usługa dystrybucji ma być wykonywana. Powszechnie umowa ta nazywana jest umową dealerską²².

Dostawcy zapewne będą wybierali ten rodzaj dystrybucji, mając na względzie utrzymanie prestiżu ich marek lub *image* produktu (jubilerzy, branża kosmetyczna) w celu zapewnienia skutecznej i szybkiej dystrybucji produktów łatwo psujących się, aby zapewnić wysoki poziom przedsprzedaży i wyprzedaży wymagany z powodu technologicznego charakteru produktów, które mają być rozpowszechniane.

2.3. UMOWA O WYŁĄCZNOŚĆ ZAKUPU

W umowie o wyłączność zakupu dystrybutor zobowiązuje się nabywać produkty (określonej kategorii rynkowej) od określonego dostawcy (art. IV.E.–5:101 ust. 4 DCFR). Wyłączność może mieć charakter całkowity (zupełny) lub ograniczony. Może również polegać na obowiązku zakupu określonej ilości produktów, które determinowane są potrzebami dystrybutora w danej chwili. W większości przypadków **umowy o dystrybucję wyłączną zawierają klauzulę wyłączności nabywania**. W zamian za kontrolę sprzedaży przez dystrybutora produktów dostawcy na podległym mu terytorium dystrybutor zobowiązuje się nie nabywać produktów od innego dostawcy. W swojej czystej postaci wyłączność zakupu czyni zobowiązanym jedynie dystrybutora, zaś dostawcy nie ogranicza w swobodzie dostarczania towarów innym odbiorcom, nawet na tym samym terytorium²³. Tego rodzaju klauzule są popularne zwłaszcza w umowach dystrybucyjnych zawieranych przez dostawców paliw oraz piwa.

²² DCFR, Full Edition 2009, t. 3, s. 2425.

²³ Zob. W. Kocot: *Umowy o pośrednictwie handlowym...*, *op. cit.*, s. 195 i literatura cytowana tamże w przyp. 181.

2.4. PRZEDMIOT ŚWIADCZENIA W UMOWIE DYSTRYBUCYJNEJ W DCFR

2.4.1. POJĘCIE PRODUKTU

Zbliżona w prawie polskim do konstrukcji dystrybucji umowa dostawy określa przedmiot dostawy, którym w myśl art. 605 k.c. są rzeczy oznaczone co do gatunku, wytworzone przez dostawcę. Tym samym przedmiotem świadczenia są rzeczy przysze, które zostaną wytworzone przez dostawcę w procesie produkcji. Wydaje się jednak, że umowa dostawy, jeżeli chodzi o przedmiot świadczenia, nie może być zawężana wyłącznie do rzeczy oznaczonych co do gatunku. Przedmiotem świadczenia w umowie dostawy mogą być też różne postaci energii (elektrycznej, cieplnej), gaz czy woda²⁴. Ustawodawca krajowy przyjął zatem, iż przedmiotem świadczenia w umowie dostawy mogą być wyłącznie rzeczy, którymi zgodnie z art. 45 k.c. są tylko przedmioty materialne.

O krok dalej poszli twórcy DCFR, którzy zdefiniowali pojęcie produktu. Uznali oni jednak, że określenie produktu powinno tworzyć pełniejszą konstrukcję poprzez zaliczenie do tej kategorii zarówno dóbr materialnych (towarów), jak i usług (art. IV.E.–1:101 DCFR)²⁵. Powyższa terminologia według twórców DCFR została zaakceptowana przez europejskie prawo konkurencji i jest zgodna z praktyką obrotu²⁶. Wskazać bowiem należy, że wiele przykładów dystrybucji dotyczy między innymi dystrybucji usług muzycznych za pośrednictwem Internetu czy dystrybucji informacji dotyczących rynków finansowych.

2.4.2. PRZEDMIOT UMOWY JAKO ŚWIADCZENIE O CHARAKTERZE CIĄGŁYM (TRWAŁYM)

Istota dystrybucji polega na współpracy handlowej pomiędzy stronami trwającej przez dłuższy czas. Świadczenie w umowie dystrybucji ma charakter ciągły²⁷. Współpraca pomiędzy stronami trwa nawet wówczas, jeżeli przez pewien okres nie następuje sprzedaż lub nie są zawierane umowy o świadczenie usług. Pojedyncze

²⁴ E. Niezbecka: komentarz do art. 605 k.c. (w:) *Kodeks cywilny. Komentarz*, t. III, *Zobowiązania — część szczególna*, pod red. A. Kidyby, LEX 2010.

²⁵ Art. IV. E.–1:101(1): „This Part of Book IV applies to contracts for the establishment and regulation of a commercial agency, franchise or distributorship and with appropriate adaptations to other contracts under which a party engaged in business independently is to use skills and efforts to bring another party’s products on to the market”.

²⁶ DCFR, Full Edition 2009, t. 3, s. 2426.

²⁷ Świadczenie jest ciągłe, gdy jego spełnienie wymaga jakiegoś zachowania się dłużnika przez pewien ciąg czasu i gdy ponadto ze względu na rodzaj czynności, wskazany w treści stosunku prawnego, nie może być wykonany jednorazowo; zob. W. Czachórski: *Zobowiązania. Zarys wykładu*, Warszawa 2003, s. 73.

umowy sprzedaży lub nawet przypadkowo następujące po sobie kolejne umowy sprzedaży między tymi samymi stronami nie mogą być równoznaczne z faktem zawarcia umowy dystrybucyjnej. Istotnym bowiem elementem umowy dystrybucyjnej jest określona sekwencja zdarzeń gospodarczych, której założeniem jest osiągnięcie zamierzonego przez strony w chwili zawarcia umowy celu. Stałe pośredniczenie w pozyskiwaniu nabywców towarów jest konieczną cechą umowy dystrybucji, szczególnie w przypadku zastrzeżenia wyłączności²⁸. Powyższe stanowi niejako esencję umowy dystrybucji zawieranej nie dla jednorazowej sprzedaży, ale w celu długofalowej współpracy handlowej.

2.4.3. DZIAŁANIE DYSTRYBUTORA WE WŁASNYM IMIENIU I NA WŁASNY RACHUNEK

Dystrybutor dokonuje sprzedaży produktów, które nabył od dostawcy we własnym imieniu i na własny rachunek (art. IV.E.–5.101 ust. 1 DCFR). Stanowi to zasadniczą różnicę pomiędzy umową dystrybucyjną a drugą z typowych umów o pośrednictwo handlowe, jaką jest umowa agencyjna, w której agent jako zastępca bezpośredni nie nabywa własności sprzedawanych przez siebie produktów. Promując sprzedaż nabytych od dostawcy produktów, dystrybutor prowadzi własną działalność handlową i działa na swój rachunek, co oznacza, że to jemu ostatecznie przypadną korzyści i obciążą ewentualne straty²⁹. Powyższa zasada jest już doskonale znana w polskim dorobku orzeczniczym, na co wskazuje sentencja wyroku Sądu Najwyższego z dnia 6 lipca 2005 r., w której SN określił umowę dystrybucyjną jako umowę, w której określony przedsiębiorca umocowuje inną osobę do sprzedaży na oznaczonym obszarze lub u oznaczonych odbiorców, na zasadzie wyłączności dostarczonych jej towarów, przy czym sprzedaż odbywa się w imieniu tej osoby i na jej rzecz, ale często na zasadach określonych przez przedsiębiorcę i pod jego nadzorem³⁰.

2.4.4. DYSTRYBUCJA JAKO UMOWA O CHARAKTERZE RAMOWYM

Umowa dystrybucyjna według DCFR ma charakter umowy ramowej (*contrat cadre*), która określa zakres poszczególnych zamówień (umów wykonawczych). Umowa ramowa określa ogólne, podstawowe elementy poszczególnych zamówień bez ich specyfikacji. Zakłada dłuższą współpracę między stronami. Poszczególne

²⁸ Zob. W. Kocot: *Umowy o pośrednictwie handlowym...*, *op. cit.*, s. 185 i literatura cytowana tamże w przyp. 139.

²⁹ E. Rott–Pietrzyk: *Pośrednictwo jako element charakterystyczny niektórych umów o świadczenie usług (w:) Ubezpieczenia gospodarcze. Wybrane zagadnienia prawne*, pod red. B. Gneli, Warszawa 2011, s. 188.

³⁰ Zob. sentencja wyroku Sądu Najwyższego z dnia 6 lipca 2005 r., III CK 3/05, LEX nr 180925.

umowy wykonawcze zwane także realizacyjnymi³¹ są rezultatem zamówień składanych przez dystrybutora u dostawcy. Przedmiotem ramowych umów dystrybucyjnych jest jedynie niewiążąca (w odróżnieniu do umowy przedwstępnej) obietnica periodycznego zawierania w przyszłości zindywidualizowanych kontraktów wykonawczych³².

Umowa ramowa, podobnie jak umowa przedwstępna, jest instrumentem organizującym proces zawierania umów w przyszłości. W umowach tych strony zobowiązują się w sposób kategoryczny, ale jedynie ramowy. Definitywność ramowego zobowiązania oznacza, że ma ono dla stron znaczenie ostateczne i wiążące w ogólnym (ramowym) zakresie. Jego treść nie podlega dalszym zmianom w kontraktach wykonawczych, ale z uwagi na duży stopień ogólności wymaga uściślenia. W odróżnieniu od umowy przedwstępnej umowa ramowa nie wyznacza zobowiązania do zawarcia przyszłych umów wykonawczych, a jedynie określa zastrzeżenie włączenia jej postanowień do treści tych umów, w razie ich zawarcia. Nie jest także niezbędne oznaczenie w umowie ramowej wszystkich istotnych elementów umowy wykonawczej (ilości towaru, ceny, terminu dostawy), ponieważ ostateczną treść strony uzgadniają zazwyczaj przed samym jej zawarciem. Wystarczy, jeżeli kontrahenci ustalą ogólną treść umowy wykonawczej i wskażą sposób jej zawarcia. W umowie dystrybucji o charakterze selektywnym bądź z zastrzeżeniem wyłączności dopuszczalne jest składanie przez dystrybutora jednostronnych zamówień, które jeśli są zgodne z umową dystrybucyjną, muszą być wykonane przez dostawcę. Odmowa zawarcia umowy wykonawczej albo wykonania jednostronnego zamówienia zgodnie z umową dystrybucyjną rodzi odpowiedzialność odszkodowawczą. W praktyce kontraktowej umowy dystrybucyjne określają spodziewane cechy towarów lub usług, które mają być świadczone na podstawie przyszłych kontraktów wykonawczych³³.

3. OBOWIĄZKI STRON UMOWY DYSTRYBUCJI

3.1. OBOWIĄZKI DOSTAWCY

Zgodnie z art. IV.E.–5:201 DCFR dostawca jest zobowiązany do dostarczania produktów zamówionych przez dystrybutora w zakresie, w jakim jest to możliwe z zastrzeżeniem, że zamówienie jest rozsądne³⁴. Kryterium to zostało wyjaśnione

³¹ Zob. M. Krajewski (w:) *System prawa prywatnego*, t. 5, *Prawo zobowiązań — część ogólna*, pod red. E. Łętowskiej, Warszawa 2013, s. 944.

³² Więcej na temat umowy ramowej zob. S. Włodyka (w:) *System prawa handlowego*, t. 5, *Prawo umów handlowych*, pod red. S. Włodyki, wyd. 2, Warszawa 2006, s. 68–73.

³³ Zob. W. Kocot: *Umowy o pośrednictwie handlowym...*, *op. cit.*, s. 190–191.

³⁴ Zob. więcej o klauzuli rozsądku w DCFR w pkt 5 niniejszego artykułu.

w art. I.–1:104 DCFR, a także w definicji określającej, co należy uznawać za rozsądne (*reasonable*) zamieszczonej w aneksie I do DCFR³⁵, obejmującym definicje pojęć dla tego aktu kluczowych. Dostawca jest zobowiązany do stałej realizacji zamówień składanych przez dystrybutora. Strony mogą jednak uzgodnić, że dostawca nie będzie zobowiązany do realizacji wszystkich zamówień złożonych przez dystrybutora (będzie miał prawo do spełnienia wybranych zamówień złożonych przez dystrybutora). Powyższe założenie wynika z dyspozytywnego charakteru tej normy. Co więcej, dostawca zobowiązany jest do dostarczania produktów wyłącznie, jeżeli jest w stanie zrealizować dostawę, biorąc pod uwagę swoje rzeczywiste możliwości produkcyjne, magazynowe itp. Dostawca jest w tej uprzywilejowanej sytuacji, że nie ma on obowiązku realizacji dostawy w przypadku, kiedy jest to niemożliwe. Wreszcie dostawca nie jest związany zamówieniem złożonym przez dystrybutora w przypadku, kiedy jest ono nieuzasadnione³⁶. Postanowienie art. IV.E.–5:201 DCFR zobowiązuje dostawcę do realizacji zamówień złożonych przez dystrybutora, chyba że istnieją wyjątkowe powody (przyczyny) uniemożliwiające ich realizację (wykonanie). Celem przedmiotowej regulacji jest zapobieganie sytuacjom, w których dostawca mógłby arbitralnie decydować o odmowie wykonania dostawy, a tym samym zapewnić dystrybutorowi swego rodzaju bezpieczeństwa (pewności). Z kolei dostawca niniejszą regulacją ma zagwarantowaną, stanowiącą zresztą esencję DCFR, swobodę kontraktową zapobiegającą przymusowemu zawieraniu umów³⁷.

3.1.1. OBOWIĄZEK DOSTAW

Obowiązek dostarczania wynika z zawartej między stronami umowy ramowej. DCFR nie reguluje jednak szczegółowo postanowień umowy dystrybucyjnej, co rzecz jasna wynika z istoty umowy ramowej. Kwestie poszczególnych zamówień są uregulowane w przepisach dotyczących sprzedaży lub świadczenia usług (czas dostawy, reklamacje). Oczywiście niewykonanie obowiązków wynikających z określonego zamówienia może wywołać skutki dla umowy dystrybucji. W konsekwencji dystrybutor ma prawo do wypowiedzenia takiej umowy wykonawczej, jeżeli prawo takie zostało określone w umowie ramowej. Na marginesie można jedynie wspomnieć, że każde zobowiązanie trwałe, również zobowiązanie bezterminowe o charakterze ciągłym, wygasa w wyniku wypowiedzenia dokonanego przez jedną ze stron.

³⁵ DCFR, Outline Edition 2009, s. 552. Definicja określająca to, co rozsądne (*reasonable*), brzmi: „What is »reasonable« is to be objectively ascertained, having regard to the nature and purpose of what is being done, to the circumstances of the case and to any relevant usages and practices” (I.–1:104).

³⁶ DCFR, Full Edition 2009, t. 3, s. 2432.

³⁷ DCFR, Interim Outline Edition 2008, s. 14.

3.1.1.2. W MIARĘ MOŻLIWOŚCI DOSTAWCY

Dystrybutor jest uprawniony do żądania wykonania zamówień tak długo, dopóki nie jest to nadmiernie utrudnione dla dostawcy, biorąc pod uwagę aktualne zasoby (środki) dostawcy. Zamówienie zostanie uznane za niemożliwe do wykonania, jeżeli dostawca napotka niedające się usunąć przeszkody lub jego realizacja spowoduje niedogodności lub koszty dla dostawcy w takim stopniu, że częściowe wykonanie zobowiązania nie miałoby dla dystrybutora znaczenia ze względu na charakter, właściwości zobowiązania.

4. OBOWIĄZKI INFORMACYJNE STRON UMOWY DYSTRYBUCJI

W przypadku umów, których zawieranie zostało poddane harmonizacji za pomocą dyrektyw unijnych, ustawodawcy krajowi nałożyli na przedsiębiorcę **wiele** szczegółowo określonych **obowiązków informacyjnych na etapie przedkontraktowym**, w zakresie formułowania treści umowy, **jak również na etapie jej wykonania**. Przedmiot i zakres wymaganych informacji powinien być dostosowany do specyfiki danego typu stosunku prawnego³⁸. Z podobnego założenia wyszli twórcy DCFR. Obowiązki informacyjne stron zostały opisane w art. IV.E.–2:202 DCFR, z którego wynika, że strony są obowiązane udzielać sobie wzajemnie informacji niezbędnych do należytego wykonania zobowiązania³⁹. Zgodnie z art. IV.E.–5:202 DCFR dostawca powinien zapewnić dystrybutorowi w trakcie realizacji umowy informacje dotyczące:

- a) specyfikacji produktów;
- b) cen oraz zasad dostawy produktów;
- c) wszelkich zalecanych cen i zasad ponownej dostawy produktów do klientów;
- d) zapewnić wszelką odpowiednią komunikację pomiędzy dostawcą a klientami;
- e) wszelkich materiałów reklamowych odpowiednich do konkretnego przedsięwzięcia.

Powyższe wyliczenie zawiera minimum informacji, jakie dostawca ma obowiązek zapewnić (udzielić) dystrybutorowi w trakcie wykonywania umowy. Dostawca powinien udzielić dystrybutorowi podstawowych informacji, które umożliwią mu efektywną dystrybucję produktów. Informacje powinny zawierać charakterystykę produktów, ich ceny, w tym te rekomendowane, zasady sprzedaży produktów. Dodatkowo, dostawca powinien poinformować dystrybutora na temat odpowiednich

³⁸ P. Mikłaszewicz: *Obowiązki informacyjne w umowach z udziałem konsumentów na tle prawa Unii Europejskiej*, Oficyna 2008.

³⁹ DCFR, Interim Outline Edition 2008, s. 266.

kontaktów z klientami i wspierających sprzedaż kampanii reklamowych. Celem tej regulacji jest zapewnienie dystrybutorowi dostępu do informacji umożliwiających efektywną i konkurencyjną promocję sprzedawanych produktów.

4.1. INFORMACJE UDZIELANE PRZEZ DOSTAWCĘ

Dostawca powinien aktywnie udzielać dystrybutorowi tych informacji, które pozwolą mu najlepiej osiągnąć cel umowy. Ten obowiązek informacyjny powinien być wypełniany przez cały czas trwania współpracy między stronami. Powyższe prowadzi także do wniosku, że dostawca powinien na bieżąco aktualizować przekazywane informacje. W zasadzie to dostawca powinien informować dystrybutora na temat produktów i sposobu ich użycia. Powyższe umożliwia dystrybutorowi dopasowanie konkretnych informacji do poszczególnych klientów oraz wziąć pod uwagę ogólne wymagania co do jakości produktów. Informacja o produkcie może być dostarczona za pomocą dokumentów, przewodników, zarządzeń, instrukcji obsługi oraz receptur.

Dostawca powinien także poinformować dystrybutora o:

- a) zasadach sprzedaży dóbr i usług dostawcy łącznie z gwarancjami oraz terminami dostaw; powyższe ma istotne znaczenie dla ustalania poziomu nakładanej marży i kształtuje politykę cenową dystrybutora z uwzględnieniem konkurencji na rynku;
- b) wszelkich zaleceniach dotyczących zasad ponownej dostawy produktów, w tym usług posprzedazowych, kredytów, ograniczeń;
- c) wszelkich życzeniach, preferencjach czy uwagach zgłaszanych mu przez klientów na danym terytorium lub określonej, wyłącznej grupy klientów przydzielonej danemu dystrybutorowi;
- d) wszelkich informacjach dotyczących kampanii reklamowych w taki sposób, aby dystrybutor mógł w nich uczestniczyć i czerpać z nich korzyść; powyższy obowiązek będzie najczęściej wiązał się z dostarczeniem dystrybutorowi stosownych materiałów reklamowych, próbek itp.⁴⁰

Warto zwrócić uwagę na to, że DCFR nie określa żadnych formalnych wymagań dla realizacji powyższych obowiązków informacyjnych. Niemniej w praktyce informacji tych winno udzielać się pisemnie, a to w zasadzie wyłącznie z uwagi na walor dowodowy, co w przypadku braku takiej formy mogłoby okazać się dla dostawcy problematyczne.

⁴⁰ DCFR, Full Edition 2009, t. 3, s. 2436, 2437.

4.2. OSTRZEŻENIE DYSTRYBUTORA O ZMNIEJSZONEJ ZDOLNOŚCI DOSTAW

Zgodnie z art. IV.E.–5:203 DCFR dostawca powinien ostrzec dystrybutora w rozsądnym terminie o sytuacji, w której dostawca przewiduje, że jego zdolność dostaw będzie znacznie niższa od tej, której mógł oczekiwać dystrybutor. Dostawca powinien ostrzec dystrybutora w rozsądnym terminie, kiedy dostawca przewiduje zmniejszenie zdolności dostaw. Przyjmuje się domniemanie, że dostawca wie, jaki termin jest rozsądny. Dostawca powinien przewidzieć spadek zdolności dostawy tak szybko, jak tylko rozsądnie mógł przypuszczać, że to nastąpi. W przypadku sprzedaży na wyłączność ta reguła jest obowiązkowa. Ten przepis ma na celu ochronę interesów dystrybutora. Dystrybutor jest w takiej sytuacji uzależniony od wiadomości dostawcy na temat dostępności produktów. W szczególności ma to miejsce wówczas, kiedy dostawca oferuje produkt wyjątkowy lub gdy produkt ma dla dystrybutora podstawowe znaczenie (np. innowacyjne, opatentowane rozwiązanie). Powyższe ma o tyle znaczenie, że dostępność specyficznych, konkretnych wyrobów i czas dostawy stanowią podstawowe elementy, które odgrywają znaczącą rolę w konkurencyjności danego dystrybutora. Obecny przepis nakłada na strony obowiązek szczególnej współpracy. Dostawca świadomy skutków zmniejszenia zdolności dostawy musi ostrzec o tym dystrybutora. Tylko wtedy wcześniej ostrzeżony dystrybutor uniknie (będzie w stanie uniknąć) odpowiedzialności odszkodowawczej (np. wobec tych zamówień, które dystrybutor przyjął do realizacji od klientów).

4.3. MATERIAŁY REKLAMOWE

Zgodnie z art. IV.E.–5: 204 DCFR⁴¹ dostawca jest zobowiązany do dostarczenia dystrybutorowi w rozsądnej cenie wszystkich materiałów reklamowych znajdujących się w dyspozycji dostawcy, które są niezbędne dla właściwej promocji i dystrybucji produktów. Dostarczanie materiałów reklamowych posiadanych przez dostawcę jest w interesie obu stron. Z jednej strony, przyczynia się to do jednolitego wizerunku dostawcy w opinii publicznej i skuteczniejszej kampanii reklamowej. Z drugiej strony dystrybutor będzie odbierany przez potencjalnych klientów (na rynku) jako dystrybutor konkretnych produktów markowych (konkretnego brandu). Jednakże, może dochodzić do sytuacji, w których dostawcy będą dostarczali materiały reklamowe tylko wybranym przez siebie dystrybutorom. W związku z powyższym przedmiotowa regulacja ma zapobiegać nierównemu traktowaniu dystrybutorów.

⁴¹ Art. IV. E.–5:204: „Advertising materials. The supplier must provide the distributor at a reasonable price with all the advertising materials the supplier has which are needed for the proper distribution and promotion of the products”. Zob. więcej DCFR, Full Edition 2009, t. 3, s. 2440, 2441.

4.4. RENOMA PRODUKTÓW (THE REPUTATION OF THE PRODUCTS)⁴²

Zgodnie z art. IV.E.–5:205 DCFR dostawca jest zobowiązany do dołożenia wszelkich rozsądnych starań, aby nie naruszyć czy nie podważyć renomy produktów. Zasadniczo rzecz ujmując, dostawca ma obowiązek nie zaszkodzić dobrej renomie produktów, których sam dostarcza. Oznacza to, że musi on unikać zachowań, które mogą spowodować taką szkodę. W szczególnych sytuacjach ma on obowiązek także zapobiec powstaniu takiej szkody — przedsięwziąć wszelkie możliwe środki zapobiegawcze. Utrzymanie dobrej renomy marki produktów powinno być w interesie obu stron. Dostawca jest odpowiedzialny jedynie za zawinione działania prowadzące do obniżenia renomy produktów (np. dostarczając produkty słabej jakości). Nie jest zatem odpowiedzialny za wszelkie inne działania, na które nie ma wpływu.

4.5. OBOWIĄZKI DYSTRYBUTORA

Naczelnym zadaniem dystrybutora, naturalnie poza wprowadzeniem danej marki (brand) na rynek, jest jej promowanie⁴³. W przypadku dystrybucji wyłącznej i selektywnej dystrybutor zobowiązany jest dokładać wszelkich starań, aby promować produkty (art. IV.E.–5:301 DCFR). Ten przepis nakłada na dystrybutora obowiązek sprzedaży zakontraktowanych produktów. Dystrybutor powinien z wszelkich sił promować, rozwijać i poszerzać rynek zbytu. Naturalnie omawiany obowiązek nie jest zbyt uciążliwy dla dystrybutora. Po pierwsze, wymaga od dystrybutora podejmowania rozsądnych decyzji. Po drugie, ma on zastosowanie wyłącznie wówczas, jeżeli jest to wykonalne. Po trzecie, obowiązek ten ogranicza się do przypadków dystrybucji wyłącznej i selektywnej. W systemie dystrybucji selektywnej dystrybutor osiąga większe zyski, niż mógłby to osiągnąć w inny sposób. Wyłączna dystrybucja oferuje z kolei dystrybutorowi pozycję monopolisty, która w wielu przypadkach zrównuje go z pozycją producenta. W obu przypadkach dystrybutorzy są chronieni w pewnym stopniu przez rynek wewnętrzny marki. Przepis ten nie odnosi się do rezultatu. Dystrybutor ma za zadanie czynić wszelkie możliwe starania celem odsprzedaży produktów.

Na dystrybutorze ciąży także liczne obowiązki informacyjne, jak chociażby obowiązek **zgłaszania dostawcy naruszeń jego prawa własności intelektualnej**.

⁴² *Ibidem*, s. 2442.

⁴³ Zob. brzmienie art. IV. E.–5:301 DCFR: „Obligation to distribute In exclusive distribution contracts and selective distribution contracts the distributor must, so far as practicable, make reasonable efforts to promote the products”, DCFR Outline Edition 2009, s. 363.

W systemie dystrybucji wyłącznej i selektywnej dystrybutor podczas realizacji zobowiązania powinien informować o:

- a) zgłoszonych przez osoby trzecie roszczeniach naruszających czy dotyczących praw własności intelektualnej dostawcy;
- b) naruszeń osób trzecich praw własności intelektualnej dostawcy (art. IV.E.–5:302 DCFR).

Dostawca powinien zostać poinformowany w sytuacji jakiegokolwiek zagrożenia lub naruszenia jego praw własności intelektualnej. W większości przypadków umowy dystrybucyjne zawierają także postanowienia dotyczące udzielanych licencji przez dostawcę dotyczących praw własności intelektualnej, dlatego w interesie dystrybutora jest informowanie dostawcy o wszelkiego rodzaju naruszeniach powyższych licencji. Obowiązek ten trwa przez cały czas trwania zobowiązania. Roszczenia czy zagrożenia zgłaszane przez osoby trzecie do prawa własności intelektualnej dostawcy będą dotyczyły najczęściej znaków towarowych, nazw, logo-typów i innych praw własności intelektualnej.

Naruszenia przez osoby trzecie praw intelektualnych dostawcy będą odnosiły się do takich sytuacji, w których dystrybutor jest w posiadaniu informacji wskazujących na to, że osoba trzecia nie przestrzega praw własności intelektualnej dostawcy bądź je narusza.

Co więcej, przepis art. IV.E.–5:303 DCFR nakłada na dystrybutora obowiązek **poinformowania dostawcy o przewidywanym znacznym spadku zamówień** w porównaniu z oczekiwanym przez dostawcę poziomem. Dystrybutor powinien powiadomić o tym dostawcę w rozsądnym czasie. Na podstawie informacji udzielanych dostawcy na bieżąco przez dystrybutora jest on w stanie dostosować produkcję, a czasami zdolność produkcyjną do nowej sytuacji. Ma to szczególne znaczenie w sytuacjach, w których dostawca prowadzi handel z większą liczbą dystrybutorów, jak na przykład z dużymi sieciami detalicznymi⁴⁴.

Dystrybutor w toku współpracy powinien także **przestrzegać rozsądnych wskazówek** dostawcy, które mają za zadanie ochraniać właściwą dystrybucję produktów lub utrzymać ich renomę i odrębność (art. IV.E.–5:304 DCFR). Przepis ten chroni interesy dostawcy w ten sposób, że daje mu możliwość wydawania instrukcji, udzielania dystrybutorowi stosownych wskazówek. Utrzymanie dobrej renomy produktów i ich odrębności może być nieosiągalne, jeżeli dystrybutor nie będzie respektował powyższych wskazówek. Istotą tego uregulowania jest jednak to, że dystrybutorowi powinno zależeć na osiągnięciu dobrych rezultatów w sprzedaży wszystkich produktów, które posiada w asortymencie. Jego swoboda jest jednak zawsze ograniczona polityką handlową dostawcy. Naturalnie dystrybutor nie ma obowiązku przestrzegania wskazówek danych mu przez dostawcę. Powinien jednak postępować zgodnie z tymi wskazówkami, które są istotne z punktu widzenia dys-

⁴⁴ DCFR, Full Edition 2009, t. 3, s. 2448.

trybuowania produktów i które są rozsądne. Instrukcje powinny dotyczyć między innymi wyposażenia (ustawienia) i utrzymania poszczególnych lokali handlowych, pakowania produktów, dysponowania odpowiednią liczbą próbek danych produktów dla celów marketingowych.

Autorzy DCFR wyposażyli dostawcę w art. IV.E.–5:305 DCFR w swego rodzaju **uprawnienia kontrolne**⁴⁵. W systemie dystrybucji wyłącznej oraz selektywnej dystrybutor powinien zapewnić dostawcy odpowiedni (rozsądny) dostęp do swojego lokalu celem umożliwienia dostawcy zweryfikowania (kontroli) spełnienia wymagań uzgodnionych w umowie i przestrzegania wskazanych instrukcji. Kontrola jest dosyć ważnym instrumentem umożliwiającym ustalenie, czy dystrybutor przestrzega standardów oraz instrukcji uzgodnionych w umowie. Powyższe ma podstawowe znaczenie w systemie dystrybucji selektywnej. W tych sytuacjach obowiązek dystrybutora zapewniający dostęp do lokalu pośrednio przynosi także korzyść innym dystrybutorom. W rzeczywistości bowiem słaba dystrybucja produktów może mieć negatywne skutki dla innych dystrybutorów tych samych produktów. Prawo dostawcy do kontrolowania lokalu dystrybutora może wydawać się zbyt daleko idącym uprawnieniem z perspektywy dystrybutora. Dlatego środek ten dostępny jest wyłącznie w systemie dystrybucji wyłącznej i selektywnej, ponieważ w tych to umowach dostawca przyznaje dystrybutorowi uprzywilejowaną pozycję w sprzedaży jego produktów. Dystrybutor ma jedynie obowiązek udostępnić w sposób rozsądny swój lokal. Prawo kontroli nie stwarza prawa dostawcy do badania ksiąg rachunkowych, stanu magazynów czy kont bankowych. Wizyty dostawcy powinny obejmować okresowe wizyty w lokalu dystrybutora, w którym prowadzona jest działalność handlowa promująca produkty. W żadnym razie kontrola ta nie upoważnia dostawcy do rewidowania lub żądania od dystrybutora wygenerowania raportów sprzedaży lub stanu magazynów⁴⁶.

Kolejnym ważnym obowiązkiem dystrybutora jest **troska o renomę promowanych produktów**. Zgodnie z art. IV.E.–5:306 DCFR w systemie dystrybucji wyłącznej i selektywnej dystrybutor ma obowiązek podejmować rozsądne starania celem zapobiegania wyrządzeniu jakiegokolwiek szkody dla renomy produktów. Dystrybutor powinien unikać jakiegokolwiek zachowania mogącego poważnie zaszkodzić dobrej reputacji (marce) produktów dostarczanych mu przez dostawcę. Przepis ten obliguje dystrybutora do podejmowania stosownych środków ostrożności celem unikania powstania takich szkód.

⁴⁵ Zob. oryginalne brzmienie art. IV. E.–5:305: „Inspection: In exclusive distribution contracts and selective distribution contracts, the distributor must provide the supplier with reasonable access to the distributor’s premises to enable the supplier to check that the distributor is complying with the standards agreed upon in the contract and with reasonable instructions given”, DCFR Outline edition 2009, s. 364.

⁴⁶ DCFR, Full Edition 2009, t. 3, s. 2452.

5. KLAUZULA ROZSĄDKU W UMOWIE DYSTRYBUCJI

Autorzy DCFR, co zresztą zauważył już przy okazji analizy projektu umów długoterminowych PECL CADFC⁴⁷ R. Mańko, nadużywają wręcz przymiotnika „rozsądny” (rozsądny czas, rozsądny termin, rozsądny wysiłek, instrukcje, informacje) i ocenił ten zabieg negatywnie z uwagi na fakt, iż klauzula ta wywodzi się z prawa anglosaskiego i obca jest tradycji romanistycznej⁴⁸. Faktem jest jednak, że klauzula ta zakorzeniła się w kulturze prawnej państw europejskich, w szczególności w zasadach modelowych właśnie takich jak DCFR, w których powinna być postrzegana jako swego rodzaju alternatywa dla zasad współzycia społecznego czy społeczno-gospodarczego przeznaczenia prawa, których wprowadzenie przesycone było doktryną „realnego socjalizmu” stanowiących dla autorów DCFR niezrozumiałą materię. Element rozsądkowy, racjonalny, rozumowy, uzależniony od dysponowania wiedzą, posiadania określonego systemu wartości z uwzględnieniem prawidłowości zachodzących w życiu społecznym orientuje tekst prawny na jego przyszłą wykładnię⁴⁹. Zasada rozsądku pojawiła się już w treści konwencji wiedeńskiej z 1980 r. o umowach międzynarodowej sprzedaży towarów⁵⁰. Artykuł 8 ust. 2 konwencji stanowi, że jeżeli oświadczenie strony nie może być interpretowane zgodnie z jej zamiarem, interpretować należy tak, jak rozumowałaby osoba rozsądna, tego samego rodzaju co druga strona w tych samych okolicznościach. Zbliżony wzorzec występuje również w DCFR, który przewiduje, że umowy powinny być interpretowane zgodnie z rozumieniem, jakie nadaje im rozsądna osoba (art. II 8:101 ust. 3 DCFR). Znamienne jest, iż pojęciem „rozsądny” posłużono się w tekście DCFR w odniesieniu do samej tylko dystrybucji aż jedenastokrotnie (art. IV.E.–5:101–art. IV.E.–5:306)⁵¹.

6. UMOWA DYSTRYBUCJI W DCFR — UWAGI DE LEGE FERENDA

W pierwszej kolejności z aprobatą należy przyjąć udaną próbę modelowej regulacji jednej z popularnych coraz częściej wykorzystywanych we współczesnym

⁴⁷ Tekst Zasad wraz z komentarzem twórców (w języku angielskim) oraz ich przekładem na: angielski, francuski, niemiecki, włoski, polski, hiszpański i holenderski ukazał się w marcu 2006 r. jako: *Principles of European Law. Study Group on a European Civil Code. Commercial Agency, Franchise and Distribution*, oprac. M. Hesselink, J.W. Rutgers, O. Bueno Díaz, M. Scotton, M. Veldman, Munich 2006.

⁴⁸ Tak R. Mańko: *Zasady umów długoterminowych...*, *op. cit.*, s. 531 i n., który uznaje, że szerokie zastosowanie klauzuli generalnej rozsądku może utrudniać sięganie do dorobku klasycznej cywilistyki oraz prawa rzymskiego.

⁴⁹ Zob. uwagi E. Rott-Pietrzyk: *Klauzula generalna rozsądku de lege ferenda* (w:) *Europeizacja prawa prywatnego*, pod red. M. Pazdana, W. Popiołka, E. Rott-Pietrzyk, M. Szpunara, t. II, Warszawa 2008, s. 289 i n.

⁵⁰ Konwencja Narodów Zjednoczonych o międzynarodowej sprzedaży towarów sporządzona w Wiedniu dnia 11 kwietnia 1980 r.

⁵¹ DCFR, Interim Outline Edition 2008, s. 279–282.

obrocie gospodarczym umów handlowych, jaką jest umowa dystrybucji. Dystrybucja towarów stanowi jeden z powszechnie stosowanych rodzajów sprzedaży pośredniej. Producenci, w szczególności duże międzynarodowe koncerny korzystają z wielu jej rodzajów. Powszechny już transgraniczny obrót gospodarczy pozostaje pod silnym wpływem prawa europejskiego, regulującego wiele kwestii na poziomie ponadpaństwowym⁵². Prace nad ujednoczeniem w skali europejskiej prawa umów (DCFR) dotyczyły właśnie świadomego operowania ujednoczeniem zasad, terminologii i elementów dogmatyki prawa prywatnego. Na pierwszy rzut oka wydawać by się mogło, że regulacja dystrybucji w DCFR powstała z myślą o podmiotach profesjonalnych, którym z pewnością ułatwiłoby to prowadzenie swojej działalności. Problem jednak w tym, że w tekście DCFR zauważalna jest tzw. optyka konsumentka. Podkreśla się, że DCFR wykazuje tendencje do generalizowania rozwiązań, które są właściwe dla obrotu konsumenckiego — tj. przenosi szczegółowe konsumenckie rozwiązania na obszar pozostałego rodzaju stosunków, w tym stosunków pomiędzy przedsiębiorcami, tj. w relacjach **B2B**⁵³. Z punktu widzenia interesów przedsiębiorcy celem nadrzędnym powinno być utworzenie wspólnego, europejskiego prawa umów, które strony będą mogły wybierać w zawieranych przez siebie umowach transgranicznych bez względu na to, czy są przedsiębiorcami, konsumentami, czy też podmiotami innego typu⁵⁴. Za trafny kierunek należy uznać sugestię rozdzielenia ochrony konsumenta (która uregulowana byłaby — jak do tej pory — w dyrektywach) od ogólnych norm prawa umów (które znalazłyby się w instrumencie opcjonalnym). Taki instrument powinien — w optymalnym kształcie — dotyczyć nie tylko umowy sprzedaży, jak CESL⁵⁵, lecz także innych typów umów. Przede wszystkim powinien jednak zawierać część ogólną prawa umów, kreując w ten sposób wspólne, europejskie normy prawa kontraktów. Dobrym wzorem w tym zakresie są Zasady Europejskiego Prawa Umów, które powinny stanowić podstawowy wzór dla projektu instrumentu opcjonalnego⁵⁶. Niezależnie jednak od powyższego opublikowanie *Draft Common Frame of Reference* stanowiło zwrotny moment dla wysiłków nad unifikacją prawa prywatnego w Unii Europejskiej, czego wyrazem stało się przygotowanie i poddanie pod dyskusję, począwszy od lipca 2010 r., Zie-

⁵² Por. E. Łętowska, K. Osajda (w:) *System prawa prywatnego*, t. 5, *Prawo zobowiązań — część ogólna*, pod red. E. Łętowskiej, wyd. 2, Warszawa 2013, s. 38.

⁵³ *Business to business*.

⁵⁴ Tak J. Beldowski, M. Zachariasiewicz: *Nowy etap harmonizacji prawa umów w UE*, cz. II, LEX nr 152621, których zdaniem za warte rozważenia należy uznać rozdzielenie regulacji europejskiego instrumentu prawa umów od przepisów dotyczących ochrony konsumenta. Dodatkowo, autorzy w wyżej wymienionym opracowaniu wskazują, że instrument opcjonalny nie powinien zawierać żadnych norm ochrony konsumenta. Powinny się w nim znaleźć wyłącznie klasyczne normy prawa umów, które będą znajdowały zastosowanie do wszelkiego rodzaju stosunków umownych, bez względu na to, jaki podmiot jest jego stroną (a zatem B2C, B2B oraz zawierane w obrocie indywidualnym, tj. C2C, a także jeżeli stronami są osoby prawne niewykonujące działalności gospodarczej).

⁵⁵ Komisja Europejska udostępniła 11 października 2011 r. publicznie projekt rozporządzenia w sprawie wspólnych unijnych przepisów sprzedaży (ang. *Common European Sales Law*, dalej jako CESL), które ma ustanawiać w Unii Europejskiej tzw. instrument opcjonalny.

⁵⁶ J. Beldowski, M. Zachariasiewicz: *Nowy etap..., op. cit.*

lonej księgi wyznaczającej perspektywy procesu unifikacyjnego⁵⁷. Naturalnie tekst DCFR spotkał się także z krytyką. Pojawiły się zarzuty dotyczące zbyt szczegółowej regulacji poszczególnych instytucji prawnych, swego rodzaju rozdrobnienia regulacji, a także możliwej nadmiernej ingerencji sądów w treść stosunku zobowiązaniowego w odniesieniu do umów długoterminowych w przypadku zmiany okoliczności, aby uczynić zobowiązanie rozsądnym i słusznym (*reasonable and equitable*)⁵⁸. Abstrahując jednak od wszystkich „za” i „przeciw” dotyczących niewiążącego przecież DCFR, modelowa regulacja konkretnych typów umów handlowych, do jakich zaliczono umowę dystrybucji, z pewnością przyczyni się do jej unormowania w krajowych porządkach prawnych jako nowego typu umowy nazwanej.

7. PODSUMOWANIE

Unormowanie dystrybucji i jej kwalifikacja jako umowy nazwanej nie są zjawiskiem częstym w prawach krajowych. Kwalifikację taką przyjęto jedynie w prawie belgijskim, a szcątkowe regulacje dotyczące dystrybucji przewiduje prawo francuskie⁵⁹. Gdy chodzi o europejskie prawo umów, DCFR stanowi najnowszą próbę kompleksowej, modelowej regulacji umów agencji handlowej, dystrybucji oraz franchisingu. W Polsce granice regulacji dystrybucji w dalszym ciągu wyznaczają jedynie prawo antymonopolowe i doktryna prawa prywatnego odnosi się do jej fragmentarycznego i zasadniczo publicznoprawnego unormowania. Zasadniczą pozostaje kwestia systematyki nowego modelu rozwiązań, która powinna być pozbawiona przypadkowości i niekompletności⁶⁰. Pluralizm reżimów prawnych, do których odwołuje się judykatura przy wykładni postanowień umów dystrybucyjnych, a także potrzeba przyjęcia jednolitej, monogamicznej struktury tejsze umowy, a w szczególności powszechność i doniosłość gospodarcza występowania umowy dystrybucyjnej w obrocie dają jednoznaczny asumpt do jej ustawowej regulacji.

⁵⁷ K. Osajda: *Perspektywy europejskiego prawa umów: Zielona księga Komisji Europejskiej o europejskim prawie kontraktów*, PPH 2010, nr 11, s. 19 i n.

⁵⁸ Takie zarzuty przytacza W. Kerber w opracowaniu *The Common Frame of Reference: A View from Law & Economics*, *European Law Review* 2012, *Westlaw Delivery Summary Report for 2*, IP POOL, 37(2), s. 222–225, zwracając uwagę na to, że nadmierna ingerencja sądu w stosunek umowy doprowadzi do zbyt daleko idącej uznaniowości oraz niepewności prawnej.

⁵⁹ DCFR, Full Edition 2009, s. 2298; zob. w oryginale: „Under BELGIAN law there is a specific act that concerns distributorships: (Loi du 27 juillet 1961 relative à la résiliation unilatérale des concessions de vente exclusive à durée indéterminée (M.B., 29 déc. 1961; Alleenverkoopwet)). Under FRENCH law there are specific rules concerning the pre-contractual obligation to inform included in art. L. 330 C. Com. These rules apply to certain types of distribution contracts”.

⁶⁰ Z. Radwański: *Wstępny projekt systematyzacji tak zwanej części szczegółowej prawa zobowiązań*, *Transformacje Prawa Prywatnego* 2012, nr 1, s. 6.

DANIEL GATNER

DISTRIBUTORSHIP IN THE LIGHT
OF THE DRAFT COMMON FRAME OF REFERENCE

S u m m a r y

The article presents synthetic overview of the distribution agreement in the DCFR which is one of the most common commercial agreements. The Study Group (Study Group on a European Civil Code) and the Acquis Group (Research Group on EC Private Law) made an attempt to propose detailed regulation of distribution contract that resulted in the formation of Draft Common Frame of Reference, which in Part E of Book IV provides for comprehensive regulation of agency, franchise and distribution agreements. In designing the distribution agreement, the authors of the DCFR referred to a large extent on the previously established rules of law, in particular the model developed by the Group of the Amsterdam Principles of European Law on commercial agency agreements, franchise and distribution (PECL CAFDC), Principles of International Commercial Contracts UNIDROIT (UNIDROIT PICC), as well as templates of distribution contracts prepared by the International Chamber of Commerce (International Chamber of Commerce — ICC). The author discusses the assumptions and main ideas behind the DCFR's regulation of the distribution agreement by examining its definition, types, responsibilities of the parties, and analyses the rule of reason emphasised by the authors of the DCFR by investigating its legal nature. The article underlines the importance of the DCFR in the process of harmonization of European private law and its leading role in the comprehensive regulation of model distribution agreements. In addition, the author emphasizes the desirability of adoption of a single, monogamous structure of the distribution agreement via a normative regulation in the Polish legal system.