

הסכמי סחר בינלאומי – מורה נבוכים

עדכוני לקוחות

מי לא אוהב לעשות קניות? בכל יום מתבצעות עסקאות במאות מיליארדי דולרים במגוון תחומי תעשייה: אלקטרוניקה, מזון, תחבורה, טקסטיל, רפואה, תעשייה ביטחונית ועוד. מדובר בעולם עסקאות שלעיתים נתפס כמאוד "פשוט", אבל מאחורי כל רכישה "פשוטה" כזו – אפילו של גאדג'ט למשרד, משקפיים אופנתיות או גביע יוגורט מהסופרמרקט – ישנה שרשרת של תהליכי פיתוח, ייצור, הפצה, אספקה ועוד.

עסקאות שכאלו מחייבות הסדרה – לא רק של תנאים מסחריים בסיסיים (כגון מפרט המוצר, תנאי האספקה, תמחור ותנאי תשלום, ועוד), אלא גם של מגוון ההיבטים המשפטיים הרלוונטיים, ובכלל כך חובות רגולטוריות החלות בהתאם לסוג המוצר, היבטי קניין רוחני, מגבלות מדיני תחרות, הסדרי אחריות ושיפוי (ומגבלותיהם), הקצאת הסיכונים, הסדרי ביטוח, הסדרי ייבוא וייצוא, היבטי מיסוי ומכס בינלאומיים וכיו"ב. העוסקים בתחום הסחר יודעים היטב שהחשיפות והנזקים הפוטנציאליים מעסקה שנערכה באופן שגוי עלולים לעלות לאין שיעור על שווי העסקה המקורי. עריכה נכונה ומחושבת של ההסכמים הללו יכולה להקל על ביצוע העסקה, לצמצם את מרחבי אי הוודאות וההתדיינות המסחריות (ובוודאי המשפטיות) ביחס לסיטואציות שכוחות בשרשראות האספקה, לחסוך עלויות משמעותיות, לצמצם חשיפות בלתי מתוכננות ועוד.

זהו עדכון לקוחות ראשון מבין סדרת עדכוני לקוחות, בהם נרכז עבורכם מספר נושאים מרכזיים שחשוב להכיר לגבי עסקאות סחר בינלאומי. עדכון לקוחות זה יעסוק בהדגמת מונחים והסדרים בסיסיים בעולם הסכמי הסחר בינלאומי, כאשר עדכוני הלקוחות הבאים בסדרה מיועדים להתמקד בהיבטים ספציפיים בתחום זה.

1. מהי מתכונת העסקה ומיהם הצדדים לה?

בשלב ראשון הצדדים לעסקת סחר נדרשים להגדיר את מתכונת העסקה ביניהם – כך למשל, האם לפנינו עסקה למתן שירותים (למשל, הסכם סוכנות)? עסקה למינולי "מפיץ"? עסקת אספקה שלא אגב מינולי "מפיץ"? הכוונה אינה כמובן לכותרת ההסכם בין הצדדים, שהרי לא אחת, הצדדים מכנים עסקאות בשם מסוים אך הלכה למעשה, מהותה של העסקה שונה בתכלית באופן המייצר לצדדים מערכת זכויות, חובות וחשיפות שלא התכוונו להחיל.

כך, למשל, בלבול נפוץ יחסית (אך לא יחיד) הוא בין הסכמי הפצה לבין הסכמי סוכנות. חוזה הפצה הוא הסכם בו יצרן או ספק מתקשר עם מפיץ לטובת הפצת מוצריו בטריטוריה מסוימת. הסכמים אלו בנויים בדרך כלל בתצורת buy-sell – כלומר, המפיץ הוא סוחר עצמאי הרוכש את הטובין מהיצרן או הספק (תוך קבלת הבעלות בהם), נוטל על עצמו את הסיכונים הכרוכים בהם ומוכר אותם בתורו ללקוחותיו. לעומת זו, חוזה סוכנות הוא הסכם בין יצרן או ספק לבין סוכן מסחרי, במסגרתו אותו יצרן או ספק מייפה את כוחו של הסוכן המסחרי להתקשר עם לקוחות לשם רכישת טובין המשווקים על ידי היצרן או הספק. כלומר, להבדיל מחוזה הפצה, הבעלות בטובין נשארת אצל היצרן או הספק ולא עוברת לסוכן המסחרי, והיצרן או הספק ממשיך לשאת בסיכונים הנוגעים לטובין.

על אף ההבחנה לעיל, קביעה של הסדרים מסוימים, ובכלל כן בהיבטי תמחור וחלוקת אחריות, עשויה להפוך בקלות חוזה הפצה לחוזה סוכנות, מבלי שהיצרן או הספק התכוון לכך, וזאת באופן שיחיל ביחס לאותו הסכם מערכת דינים שונה לחלוטין. נחדד, כי אין כל מניעה כמובן להתקשר בחוזה סוכנות ולהחיל מערכת דינים זו, אולם חשוב לוודא כי זו אכן העסקה אותה התכוון אותו יצרן או ספק לבצע, בשים לב למשמעויות המשפטיות של מערכת יחסים מסוג זה.

2. מה הם ה-Incoterms?

רבים מכם שמעו על המונחים FOB, EXW, FCA, DDP ועוד, המהווים חלק אינטגרלי מעסקאות הסחר הבינלאומי, אך מה למעשה משמעותם? כל אלו הם דוגמאות ל-Incoterms – תנאי סחר בינלאומי אשר פורסמו על-ידי לשכת המסחר הבינלאומית (ICC) ואשר מגדירים את הזכויות והחובות של המוכר והרוכש ואת חלוקת האחריות ביניהם. לכן, בחירת ה-Incoterms שיחולו על העסקה היא קריטית להגדרת מבנה העסקה ועלויותיה. ה-Incoterms עוסקים בשלושה נושאים עיקריים:

א. **חובות (obligations):** למשל, מי מבין המוכר או הרוכש אחראי להובלת הטובין, לביטוח הטובין או למסמכי הייצוא והייבוא.

ב. **סיכון (risk):** היכן ובאיזה מועד ייחשב המוכר כמי שמסר את הטובין לרוכש ויועבר הסיכון לרוכש.

ג. **עלויות (costs):** מי מבין הצדדים אחראי לאילו עלויות.

ה-Incoterms כוללים מנעד רחב של הסדרים אפשריים, בין הטלת כלל החובות, הסיכון והעלויות על המוכר לבין הטלתן על הרוכש, דרך הסדרי ביניים שונים והסתייעות בצדדים שלישיים לצורכי שילוח והובלה. הצדדים עשויים להתנות בהסכמים ביניהם (במודע או שלא במודע) על חלק מתנאי ה-Incoterms, לעיתים באופן שיכול לשנות מהותית את חלוקת הסיכונים ועלויות העסקה.

3. מהו האופן בו מתומחר המוצר?

תמחור מוצרים נשוא עסקאות סחר בינלאומי אינו מסתיים רק בקביעת מחיר המוצר, וחשוב שיעשה תוך מודעות לעלויות וחשיפות נוספות שלעיתים מעט נסתרות מן העין שאינה בקיאה בכך. כך, למשל, ישנה חשיבות של ממש כי התמחור יעשה תוך מודעות והכרה של עלויות וחשיפות המס הרלוונטיות לעסקה. לדוגמה, האם ההסכם ואופן הפעילות מובילים לנוכחות פיסקאלית בלתי רצויה במדינת היעד ומהן דרכי ההתמודדות עם חשיפה זו? מי יישא בעלויות המיסוי העקיף הנובעות מייבוא הטובין למדינת היעד? מה הם התנאים לניכוי מס במקור על תשלומים לספק ועל מי תחול עלות זו? ככל שנדרש דיון מול רשות המס הרלוונטית, מי מהצדדים יערוך אותו ובאילו תנאים? ועוד.

וכך, למשל, לא פחות חשוב כי התמחור כאמור ייעשה תוך מודעות והכרת המגבלות והחשיפות הרלוונטיות לדיני התחרות החלים על עסקאות מעין אלו. הסדרי התמחור בעסקה (כדוגמת הכתבת מחיר מינימום ו/או המלצה על מחיר, והסדרים נוספים, כדוגמת בלעדיות, הסדרי MFN, הסדרי קביעת כמות מינימאלית לרכישה, הנחות יעדים ועוד) מחייבים בדיקה של ההיבטים הנוגעים לדיני התחרות הרלוונטיים בישראל ובמדינות הנוגעות להסכם.

אלו היו, כמובן, רק דוגמאות לחלק מן הסוגיות המרכזיות שיש לתת עליהן את הדעת קודם להתקשרות בעסקאות סחר בינלאומי. כאמור, **בעדכוני הלקוחות הבאים נערוך Zoom In לכל אחת מהסוגיות שנזכרו לעיל, וכן לסוגיות נוספות (כדוגמת בחירת הסדרי הקניין הרוחני בכדי לוודא שאגב העסקה לא מוותר מי מהצדדים על זכויות משמעותיות).**

!Stay Tuned

משרדנו מלווה חברות רבות בישראל ומחוצה לה ומעניק ייעוץ משפטי ביחס להסכמי הסחר שלהן, ובכלל כך להסכמי הייצור, הפיתוח, האספקה, ההפצה, התמיכה והשירות ועוד. אנו מזמינים אתכם לפנות אלינו לכל שאלה ו/או התייעצות בנושא.

* עדכון זה נועד לספק מידע כללי ותמציתי בלבד. הוא אינו מהווה ניתוח מלא או שלם של הסוגיות הנידונות, אינו מהווה חוות דעת משפטית או ייעוץ משפטי ואין להסתמך עליו.

אנשי קשר



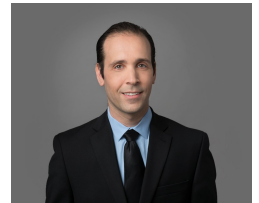
רבקה גניס שפטובסקי
עורכת דין בכירה



אבנר פינקלשטיין
שותף



דוד (דודי) גולדמן
שותף



אסף אבטובי
שותף