

Пикалев Алексей Алексеевич, магистрант
Санкт-Петербургский институт (филиал)
ФГБОУ ВО «Всероссийский государственный университет юстиции
(РПА Минюста России)», г. Санкт-Петербург

**ДОЛГ РАСКРЫТИЯ ИНФОРМАЦИИ И ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ
РИСКОВ В ДОГОВОРЕ КОММЕРЧЕСКОЙ КОНЦЕССИИ:
КОРПОРАТИВНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ DUTY OF CARE
DUTY OF DISCLOSURE AND RISK REDISTRIBUTION
IN THE COMMERCIAL CONCESSION CONTRACT:
CORPORATE DIMENSION OF DUTY OF CARE**

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы информационной асимметрии и распределения рисков между правообладателем и пользователем в таких договорах, а также анализируется возможность применения концепции «долга заботливости» (duty of care) в корпоративном измерении к данным отношениям.

Abstract: This article examines issues of information asymmetry and risk allocation between the franchisor (right holder) and franchisee (user) under such agreements, and analyzes the potential application of the corporate concept of duty of care to these relations.

Ключевые слова: коммерческая концессия, франчайзинг, раскрытие информации, распределение рисков, корпоративные обязанности, duty of care.

Keywords: commercial concession, franchising, information disclosure, risk allocation, corporate duties, duty of care.

Договор коммерческой концессии получил законодательное закрепление в российском праве сравнительно недавно – с принятием части второй Гражданского кодекса РФ в 1996 году. По своей сути коммерческая концессия (франчайзинг) представляет соглашение, в силу которого одна сторона (правообладатель-франчайзер) обязуется предоставить другой стороне (пользователю-франчайзи) за вознаграждение комплекс исключительных прав для использования в предпринимательской деятельности (товарный знак, фирменное наименование, коммерческую информацию и др.) [1]. Данный договор относится к числу договоров по поводу использования результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации и одновременно тесно связан с предпринимательской деятельностью сторон.

За более чем два десятилетия применения договора коммерческой концессии в России сформировалась определенная практика и выявлены проблемные аспекты его регулирования. К ключевым из них относятся: 1) информационная асимметрия между правообладателем и потенциальным пользователем при заключении договора, и 2) перераспределение предпринимательских рисков между сторонами. Правообладатель, как правило, располагает гораздо большей информацией о бизнесе и рисках, чем потенциальный франчайзи. Пользователь несет основное бремя предпринимательского риска (капитальные вложения, возможные убытки), тогда как правообладатель получает доход в виде роялти, не участвуя непосредственно в деятельности. Такой дисбаланс диктует необходимость особого правового регулирования, направленного на защиту добросовестного пользователя от возможных недобросовестных действий правообладателя [2; 3].

Во многих зарубежных правовых порядках законодательно закреплена обязанность франчайзера предоставить потенциальному франчайзи достоверную информацию до



заключения договора (franchise disclosure). Это позволяет последнему принять взвешенное решение и служит распределению риска информированности. Например, в США действует требование предварительного раскрытия информации [4]. Законодательство ряда европейских стран (Франция, Италия, Бельгия и др.) также содержит специальные нормы о раскрытии информации франчайзером. Таким образом, раскрытие информации рассматривается за рубежом как проявление принципа доброй совести в преддоговорных отношениях и способ предупреждения недобросовестного поведения.

В российском законодательстве специальной нормы о раскрытии информации при заключении договора коммерческой концессии не предусмотрено. На этапе дискуссий о регулировании франчайзинга предлагалось ввести такую обязанность: например, проект Федерального закона «О франчайзинге» № 503845-6 (внесён в 2014 г.) содержал ряд требований к информированию потенциального пользователя. Однако пока основной защитный механизм в преддоговорной сфере – это общий принцип добросовестности переговоров, закреплённый в ст. 434.1 ГК РФ. Данная норма, введенная в 2015 году, устанавливает ответственность за недобросовестное ведение переговоров (*culpa in contrahendo*) [5]. По ее смыслу, если сторона умолчала об обстоятельствах, которые должна была раскрыть, или предоставила заведомо неверные сведения, вследствие чего другой стороне причиненные убытки, эти убытки могут быть взысканы. Таким образом, даже без прямого указания на коммерческую концессию, общий режим преддоговорной ответственности применяется к франчайзингу.

Тем не менее доктрина отмечает, что одной общей нормы о недобросовестности может быть недостаточно для защиты франчайзи, учитывая сложность франчайзинговых отношений и потенциальные крупные потери инвесторов-франчайзи. Исследователи подчеркивают: отсутствие в российском праве специальной обязанности по раскрытию информации приводит к перекладыванию риска информационной неопределенности целиком на пользователя. Предлагается заимствовать положительный зарубежный опыт и ввести прямое обязательство правообладателя раскрывать определенный перечень сведений до заключения договора [2]. Такая мера повысила бы прозрачность франчайзингового рынка и способствовала формированию доверительных отношений между сторонами.

Риск в предпринимательской деятельности традиционно несёт субъект, осуществляющий эту деятельность на свой страх и риск (п. 1 ст. 2 ГК РФ). Во франчайзинге пользователь фактически ведёт бизнес под знаменами сети, поэтому основные предпринимательские риски лежат на нём. Правообладатель же, хотя и не ведёт напрямую бизнес пользователя, сохраняет интерес в устойчивости сети и репутации бренда. Российское законодательство устанавливает особые механизмы распределения рисков и ответственности между сторонами договора коммерческой концессии.

Во-первых, правообладатель несет субсидиарную ответственность по требованиям к пользователю о несоответствии качества товаров (работ, услуг), продаваемых (выполняемых, оказываемых) по договору коммерческой концессии (п. 1 ст. 1034 ГК РФ). Кроме того, если пользователь рассматривается как изготовитель продукции правообладателя, правообладатель и пользователь отвечают солидарно (п. 2 ст. 1034 ГК РФ). Данные правила призваны защитить интересы потребителей, предъявляющих претензии к качеству товаров/услуг в сети франчайзинга, и тем самым косвенно дисциплинировать правообладателя контролировать качество у франчайзи. Наличие субсидиарной ответственности правообладателя во многом обусловлено возложением на него обязанности контролировать качество товаров и услуг, реализуемых пользователем. Такой подход логичен: франчайзер, получающий выгоду от использования своего бренда, должен разделять и часть рисков, связанных с этим использованием.



Во-вторых, договор коммерческой концессии обычно содержит комплекс обязательств сторон, направленных на поддержание единых стандартов сети и репутации бренда. Правообладатель, как правило, предоставляет пользователю необходимую документацию и поддержку, контролирует качество выпускаемой продукции, тогда как пользователь обязуется соблюдать установленные стандарты, сохранять конфиденциальность и уплачивать вознаграждение. Таким образом, в договоре закрепляется баланс обязанностей: правообладатель обеспечивает «рецепт» бизнеса и контролирует бренд, а пользователь строго следует установленным стандартам и несет предпринимательский риск. Следует отметить, что международные рекомендации по франчайзингу призывают к тщательному распределению рисков и обязанностей в договоре. В частности, Руководство УНИДРУА по международному мастер-франчайзингу указывает на необходимость сбалансированного разграничения ответственности между франчайзером и субфранчайзи (Руководство UNIDROIT по мастер-франчайзингу, 2007).

Несмотря на формальное распределение обязанностей, на практике возможны ситуации, когда одна из сторон пытается переложить чрезмерные риски на контрагента. Например, правообладатель может включать в договор условия, снимающие с него любую гарантию успеха бизнеса, или максимально ограничивать свою ответственность перед пользователем, прикрываясь принципом свободы договора. Однако пределы такого переноса рисков устанавливаются императивными нормами и общими принципами права. Как указывает М.И. Брагинский, попытки полностью устранить ответственность правообладателя противоречат природе концессии как долгосрочного сотрудничества, основанного на доверии и взаимной выгоде [1]. Судебная практика также исходит из недопустимости злоупотребления правом сильной стороной (правообладателем) в ущерб более слабой стороне (пользователю).

Франчайзинговые отношения нередко сравнивают с корпоративными по характеру взаимодействия: франчайзер и сеть франчайзи образуют единый бизнес-концепт, экономически схожий с группой компаний. В корпоративном праве действует доктрина *fiduciary duty*, включающая в том числе *duty of care* – обязанность должностных лиц действовать разумно и осмотрительно в интересах компании и ее участников. Проведя аналогию, можно поставить вопрос: должен ли правообладатель проявлять «корпоративную заботливость» по отношению к своим франчайзи, учитывая их зависимость от решений головной компании (франчайзера)?

Конечно, юридически франчайзер и франчайзи – самостоятельные субъекты, связанные договором, а не единым корпорационным центром. Поэтому прямое применение норм о фидуциарных обязанностях затруднительно. Тем не менее принципы корпоративного управления могут служить ориентиром для развития договорного права в части защиты слабой стороны длительных кооперационных отношений.

Анализ показал, что регулирование договора коммерческой концессии нуждается в дальнейшем развитии с акцентом на защиту интересов пользователя (франчайзи) путем обеспечения более справедливого распределения рисков и обязанностей. Отсутствие специального правила о преддоговорном раскрытии информации создает ситуацию, когда бремя неопределенности ложится на потенциального франчайзи. Представляется обоснованным законодательное закрепление долга раскрытия существенной информации со стороны правообладателя до заключения договора коммерческой концессии. Реализация такого информационного долга в сочетании с механизмом преддоговорной ответственности позволила бы снизить асимметрию информации и предотвратить случаи недобросовестного ввода в заблуждение.

Кроме того, сохранение баланса интересов сторон на этапе исполнения договора требует контроля над попытками переложить все риски на франчайзи. Императивные нормы



(такие как ст. 1034 ГК РФ) и общий принцип добросовестности уже ставят определенные пределы свободы договора в этой сфере. Однако важна активная роль судов в выявлении скрытых форм несправедливого распределения рисков и применении доктрины злоупотребления правом для защиты слабой стороны.

В заключение, долг раскрытия информации и принцип добросовестности выступают эффективными инструментами перераспределения рисков во франчайзинге, выравнивающими позиции сторон. Совершенствование законодательства о коммерческой концессии, с учетом корпоративных подходов к обязанностям заботливости, будет способствовать укреплению доверия между правообладателями и пользователями и устойчивому развитию франчайзинговых отношений в России.

Список литературы:

1. Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право. Книга третья: Договоры о выполнении работ и оказании услуг. 2-е изд., стер. М.: Статут, 2011.
2. Титова М.Н. Правовое регулирование отношений франчайзинга при осуществлении предпринимательской деятельности по законодательству Российской Федерации: дис. ... канд. юрид. наук. М., 2016.
3. Еремин А.А. Франчайзинг и договор коммерческой концессии: теория и практика применения: дис. ... канд. юрид. наук. Саратов, 2015.
4. Сюняев И.Р. Защита пользователя от недобросовестных действий и сокрытия информации правообладателем по договору коммерческой концессии // Общество: политика, экономика, право. 2017. № 8. С. 85–90.
5. Беликова К.М., Габов А.В., Гаврилов Д.А. и др. Координация экономической деятельности в российском правовом пространстве: монография / отв. ред. М.А. Егорова. М.: Юстицинформ, 2015.

References:

1. Braginsky M.I., Vitryansky V.V. Contract law. Book 3: Contracts for work and services. 2nd ed. Moscow: Statut, 2011.
2. Titova M.N. Legal regulation of franchising relations in business activities under the legislation of the Russian Federation: PhD (Law) thesis. Moscow, 2016.
3. Eremin A.A. Franchising and commercial concession contract: theory and practice of application: PhD (Law) thesis. Saratov, 2015.
4. Syunyaev I.R. Protection of the franchisee from bad faith actions and concealment of information by the franchisor under a commercial concession agreement // Society: Politics, Economics, Law. 2017. No. 8. pp. 85–90.
5. Belikova K.M., Gabov A.V., Gavrilov D.A. et al. Coordination of economic activity in the Russian legal space: monograph / ed. by M.A. Egorova. Moscow: Yustitsinform, 2015.

