

УДК 347.44

ТЕНДЕНЦІЇ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДОГОВОРУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Юлія ПАНІНА,

асистент кафедри міжнародного приватного права, правосуддя та адвокатури
Ужгородського національного університету

SUMMARY

The scientific article is devoted to the research of features and general trends of legal regulation of franchise agreement in individual member countries of the European Union. The laws and regulations of France, Spain, Romania, Italy, Belgium and Sweden, which regulate relations under the contract of franchise, were analyzed here in particular. As for the other EU countries that do not have appropriate specific acts, the general law for regulating franchising agreement is defined.

Key words: franchising, franchisor, franchisee, European Union, pre-contractual liability, disclosure of information, registration.

АНОТАЦІЯ

Наукова стаття присвячена дослідженню особливостей та загальних тенденцій нормативно-правового регулювання договору франчайзингу в окремих державах-членах Європейського Союзу. Зокрема, проаналізовані закони та підзаконні акти Франції, Іспанії, Румунії, Італії, Бельгії та Швеції, що регулюють відносини за договором франчайзингу. Що стосується інших країн ЄС, які не мають відповідних спеціальних актів, то щодо них визначено загальні закономірності регулювання договору франчайзингу.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзі, Європейський Союз, переддоговірна відповідальність, розкриття інформації, реєстрація.

Постановка проблеми. Спеціальне законодавство у сфері регулювання договору франчайзингу існує тільки у декількох країнах-членах ЄС. В інших – договори франчайзингу підпадають під правове регулювання тільки положень цивільних, господарських чи торговельних кодексів, норм антимонопольного законодавства, законодавства в сфері захисту прав інтелектуальної власності тощо. Зважаючи на це, держави-члени ЄС, які ухвалили спеціальні закони в сфері франчайзингу, привертають особливу увагу, а їх відповідні законодавчі акти потребують детального аналізу.

Незважаючи на існування окремих норм чи актів у деяких державах-членах ЄС, присвячених регулювання договору франчайзингу, зазначений договір загалом є мало врегульованим на законодавчому рівні.

Актуальність теми. Договір франчайзингу останнім часом набуває все більшого поширення, оскільки на прикладі діяльності відомих світових корпорацій демонструє свою високу результативність. Франчайзинг виявився одним із найдоступніших способів розпочати власну справу з мінімальними ризиками, адже франчайзі розпочинає бізнес, який вже довів свою ефективність на практиці.

Внаслідок швидкого поширення використання договору франчайзингу у все більш різноманітних сферах підприємницької діяльності поступово змінюються і особливості цих договорів, їх зміст, гарантії виконання сторонами своїх зобов'язань тощо. У зв'язку з цим постає питання про правове регулювання договору франчайзингу, зокрема в країнах Європейського Союзу (далі ЄС), які увесь час рухаються в напрямку уніфікації свого національного законодавства у всіх сферах регулювання суспільних відносин.

Окрім того, практика правового регулювання тих чи інших відносин (у тому числі і відносин за договором франчайзингу) у країнах ЄС є важливою та цінною для України в умовах активної євроінтеграційної політики

нашої держави та орієнтації на європейські стандарти та цінності.

Питання правового регулювання договору франчайзингу в Європейському Союзі та його державах-членах є малодослідженим в українській правовій доктрині. Зазначені тематиці присвячені праці таких вітчизняних дослідників: О. Рогача, Т. Лопушанського, Ю. Капці та інших.

Набагато більше результатів досліджень щодо правового регулювання договору франчайзингу в окремих державах-членах ЄС знаходимо у працях зарубіжних науковців, зокрема у публікаціях В. Корзун, О. Гуцол, А. Мхитаряна, Ф. Ейбл, Й. Гумбіс, М. Юоніс, К. Кацераускас, Т. Керкович, Б. Марцгаузер-Вуд, Д. Матіс, Р. Мустата, С. Ахім, М. Торес та ін.

Однак праці зазначених науковців не містять комплексного аналізу загальних напрямків та закономірностей правового регулювання договору франчайзингу в країнах ЄС, тож зазначена проблематика потребує подальшого дослідження.

Мета статті полягає у комплексному аналізі особливостей нормативно-правового регулювання договору франчайзингу в окремих країнах ЄС та визначенні загальних тенденцій і меж регулювання зазначеного договору.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з перших європейських країн, де був прийнятий спеціальний нормативний акт для врегулювання хоч і не безпосередньо договорів франчайзингу, але категорії договорів, під яку підпадав і франчайзинг, була Франція.

31 грудня 1989 р. у Франції було ухвалено Закон № 89-1008 про розвиток торгівлі й промисловості та покращення економічного, політичного та соціального становища відповідних галузей (далі – Закон про розвиток торгівлі й промисловості), так званий Закон «Loi Doubin». Цей документ хоч і не був присвячений безпосередньо правовому регулюванню договору франчайзингу, однак вперше у межах ЄС закріпив положення про обов'язкове

переддоговірне розкриття інформації [7], що дуже часто використовується у франчайзингових відносинах, а також передбачив відповідальність за порушення цього обов'язку у вигляді штрафу або тюремного ув'язнення строком від десяти днів до одного місяця [1, с. 129].

Згодом, 4 квітня 1991 р., уряд Франції ухвалив Декрет № 91-337 про застосування ст. 1 Закону № 89-1008 про розвиток торгівлі і промисловості та покращення економічного, політичного та соціального становища відповідних галузей (далі – Декрет). Зазначений Декрет був покликаний роз'яснити та розширити зміст ст. 1 Закону, адже в Декреті вже більш детально закріплювалось, яка саме інформація повинна міститись у документі про переддоговірне розкриття інформації.

Згодом положення Закону 1989 р. про розвиток торгівлі й промисловості та положення Декрету 1991 р. були включені до статей L330-3 та R330-1 Торговельного кодексу Франції відповідно [2].

В Іспанії Законом 7/1996 про роздрібну торгівлю та Королівським указом 2485/1998 регулюються відносини вже безпосередньо за договором франчайзингу.

Ст. 62 Закону Іспанії 7/1996 про роздрібну торгівлю у ч. 2 передбачає обов'язок франчайзера зареєструватись у спеціальному Реєстрі протягом трьох місяців від початку своєї діяльності. Відсутність реєстрації франчайзера або надання ним неправдивих відомостей карається штрафом у розмірі від 6000 до 30 000 євро [6].

Такими санкціями забезпечується майже безвиняткова реєстрація всіх франчайзерів, що здійснюють свою діяльність на території Іспанії. Суворий правовий механізм слід визнати надзвичайно ефективним, адже він забезпечує практично стовідсотковий облік франчайзерів, а відповідно, і належне оподаткування діяльності цих суб'єктів. Отже, перш за все, система реєстрації франчайзерів є вигідною для держави.

Крім того, можна зробити висновок, що права франчайзі в Іспанії теж є достатньо захищеними, адже перед укладенням договору франчайзингу за допомогою Реєстру франчайзерів вони можуть переконатись, що їхній контрагент не шахрай, а справжній франчайзер, який здійснює визначену діяльність протягом того чи іншого періоду часу.

Ч. 3 ст. 62 Закону Іспанії про роздрібну торгівлю вимагає від франчайзера доставити франчайзі переддоговірний документ, у якому повинна бути розкрита уся інформація, яка є важливою та яка дозволить потенційному франчайзі вирішити, чи долучатися до франчайзингової мережі. Зокрема, мова йде про ідентифікаційні дані франчайзера, опис виду господарської діяльності, яку здійснює франчайзер, строк провадження франчайзером відповідної діяльності, зміст та основні характеристики франшизи, інформацію про розповсюдженість франчайзингової мережі та основні елементи договору франчайзингу [6].

В Іспанії у 1998 р. було прийнято Королівський указ 2485/1998, який дещо деталізував положення ст. 62 Закону Іспанії про роздрібну торгівлю. Зокрема, Королівський указ дає більш детальне визначення відносин франчайзингу, закріплює більш розширений, ніж у Законі про роздрібну торгівлю, перелік інформації, яка має бути зафіксована у документі, який надається франчайзером франчайзі перед укладенням основного договору, а також вводить в іспанське законодавство поняття майстер-франчайзингу [10].

Якщо ст. 62 Закону Іспанії про роздрібну торгівлю спрямована переважно на захист прав франчайзі, то Королівський Указ 1998 р. вже містить положення, що захищають інтереси і франчайзера, який вже має право вимагати від потенційного франчайзі зберігати конфіденційність усієї інформації, отриманої ним від франчайзера на основі

переддоговірного документу [10]. Однак в аналізованому документі не передбачається жодна відповідальність за порушення франчайзі зобов'язання щодо збереження конфіденційності.

Отже, можна зробити висновок, що законодавство Іспанії в частині регулювання договору франчайзингу забезпечує максимальний захист прав та інтересів як франчайзера, так і франчайзі.

Що стосується східноєвропейських держав, то Румунія однією з перших у цьому географічному регіоні ухвалила спеціальне законодавство у сфері франчайзингу. 28 серпня 1998 р. уряд Румунії прийняв Ордонанс (Указ) 52/1997 про правовий режим, що застосовується до франчайзингу (далі – Ордонанс 1997 р.).

Надаючи визначення франшизи, ст. 1 Ордонансу 1997 р. називає сторони відносин франчайзингу франчайзером та бенефіціаром [9]. Термін «бенефіціар» є дещо незвичним, адже він не застосовується у жодній іншій країні ЄС.

Слід відзначити, що відхилення від класичних найменувань сторін договору франчайзингу можна розглядати як своєрідний недолік румунського законодавства, адже різниця у назві сторін договору франчайзингу може спричинити деякі труднощі під час укладення договорів франчайзингу між резидентами Румунії та суб'єктами господарювання, що не є резидентами цієї держави.

Особливістю правового регулювання відносин франчайзингу в Румунії є те, що Ордонанс 1997 р. у ст. 4 закріплює вимоги до сторін договору франчайзингу. Зокрема, франчайзер повинен до запуску франчайзингової мережі протягом певного періоду володіти та керувати відповідним бізнесом (при цьому навіть приблизно не вказується, протягом якого саме періоду); володіти правами інтелектуальної власності або правами на промислові зразки, щодо яких укладається договір франчайзингу; забезпечити первісну підготовку своїх бенефіціарів, а також надавати подальшу технічну та комерційну підтримку протягом всього строку дії договору франчайзингу. До бенефіціара ст. 4 Ордонансу теж висуває певні критерії: він повинен захищати ідентичність та репутацію франчайзингової мережі; надавати франчайзеру будь-яку інформацію, що може посприяти покращенню показників діяльності чи фінансової ситуації, забезпечити ефективне управління; не розголошувати третім особам ноу-хау, право користування яким надається франчайзером, як протягом строку дії договору франчайзингу, так і згодом [9]. Ордонанс 1997 р. також передбачає обов'язок франчайзера розкрити потенційному франчайзі перед укладенням основного договору визначений обсяг інформації щодо франшизи, проте у документі не визначено конкретний період часу, в межах якого франчайзер повинен розкрити відповідну інформацію майбутньому франчайзі. Невизначеною є також і форма, в якій така інформація має надаватись потенційному франчайзі.

Ордонанс 1997 р. можна охарактеризувати як документ, який не містить детального правового регулювання відносин за договором франчайзингу, але визначає його загальні риси та засади забезпечення прав та інтересів сторін.

Антимонопольне законодавство Румунії зобов'язує учасників франчайзингових відносин повідомляти про факт укладення договору Румунську раду з конкуренції (антимонопольний орган), якщо суб'єктом господарювання буде перевищено певний обсяг фінансового обороту (з розрахунку на один рік) або встановлену межу охоплення ринку [4, с. 319].

В Італії окремі аспекти франчайзингу регулює Закон № 129 «Правила регулювання франчайзингу», який вступив у дію 25 травня 2004 р. Закон дослівно називається «Правила регулювання комерційного приєднання».

Ст. 1 Закону Італії «Правила регулювання франчайзингу» наводить доволі детальні та точні визначення практично всіх ключових термінів, які використовуються у франчайзингових відносинах: власне договору франчайзингу, ноу-хау, вступного внеску, роялті (періодичні платежі за користування об'єктом інтелектуальної власності), товару франчайзера [11]. Незважаючи на це, аналізований Закон не дає визначення сторін договору франчайзингу та вимог, які ставляться до них.

В Італії договір франчайзингу обов'язково повинен бути укладений у письмовій формі, інакше він вважатиметься недійсним, та повинен містити визначені Законом істотні умови [11].

В Італії на франчайзера покладається обов'язок переддоговірною розкриття інформації, однак таке розкриття здійснюється не шляхом надання спеціального окремого документа, як, наприклад, в Іспанії чи Франції, а шляхом надання франчайзі не пізніше, ніж за тридцять днів до укладення франчайзингової угоди, остаточного проекту договору разом з додатками, включаючи всю комерційну інформацію [11].

Щодо порядку укладення договору франчайзингу з франчайзерами-нерезидентами Італії Міністерство з виробничої діяльності Італії прийняло Указ № 204, який вступив у дію 2 вересня 2005 р. (далі – Указ № 204). Зазначений документ поширює свою дію саме на договори франчайзингу, в яких франчайзером виступає іноземний суб'єкт, за умов, що відповідно до правил міжнародного приватного права до договору франчайзингу застосовуватиметься законодавство Італії (ст. 1 Указу № 204) [3].

На відміну від Іспанії та Румунії, в Італії реєстрація договорів франчайзингу, як і самих франчайзерів, не передбачається. Слід відзначити, що Італія є єдиною державою в межах ЄС, яка передбачає спеціальне нормативно-правове регулювання договорів франчайзингу, укладених за участю іноземного суб'єкта.

У Бельгії немає спеціального закону, який би регулював безпосередньо відносини за договором франчайзингу. Однак 19 грудня 2005 р. було прийнято так званий Закон «Про розкриття», який вступив у дію 1 лютого 2006 р. Зазначений нормативний акт поширював свою дію на договори «комерційного партнерства», до яких сам Закон «Про розкриття» відносить в тому числі і договір франчайзингу. Тож у Бельгії на франчайзера покладається обов'язок принаймні за один місяць перед укладенням основного договору надати потенційному франчайзі проект власне договору франчайзингу та документ розкриття або так званий переддоговірний інформаційний документ [12, с. 198]. Місячний термін призначений для ознайомлення потенційного франчайзі з наданою інформацією та прийняття ним обґрунтованого та осмисленого рішення щодо укладення договору франчайзингу.

Привертає увагу той факт, що франчайзер не просто повинен надати потенційному франчайзі певний обсяг визначеної інформації, а має подати відповідну інформацію у належно структурованому документі, перша частина якого фактично є проектом майбутнього договору франчайзингу, а друга – дозволяє ознайомитись з умовами та перспективами розвитку франчайзингової мережі та майбутнього франчайзі в тому числі.

Положення Закону Бельгії «Про розкриття» були включені до Книги X Господарського кодексу Бельгії, який набув чинності 31 травня 2014 р. [12, с. 198]. Це свідчить про те, що в Бельгії, як і у Франції триває процес систематизації законодавства, а законодавчий орган вважає недоцільним існування окремого нормативного акту в сфері регулювання розкриття інформації перед укладенням договорів комерційного партнерства.

Слід відзначити, що включення положень про обов'язковість переддоговірною розкриття інформації до кодифікованих актів в сфері комерційної чи господарської діяльності або до цивільних кодексів є раціональнішим та доречнішим, ніж виділення їх в окремий закон чи інший нормативно-правовий акт. Це не тільки спрощує правове регулювання договірних відносин, але і зменшує нагромадження великої кількості нормативно-правових актів у державі.

У Швеції існує спеціальний нормативно-правовий акт, який безпосередньо регулює відносини франчайзингу, але тільки щодо зобов'язання розкрити певний обсяг інформації франчайзером перед укладенням основного договору. Закон називається «Про зобов'язання розкриття франшизи» та набув чинності 1 жовтня 2006 р. Аналізований Закон чітко фіксує, які саме відомості мають бути надані франчайзером франчайзі перед укладенням основного письмового договору франчайзингу [8].

Однак, незважаючи на детальний та розширений перелік інформації, яка має бути надана франчайзером франчайзі, шведський Закон «Про зобов'язання розкриття франшизи» не містить вказівки на те, в якій формі така інформація має бути надана, а також не вказує на строк, тобто за який період часу до підписання основного договору франчайзером має бути розкритта відповідна інформація.

У законодавстві Хорватії хоча й закріплено визначення договору франчайзингу, однак жодне положення хорватського законодавства не регулює відносини за цим договором [1, с. 122].

Отже, тільки шість країн з двадцяти восьми держав-членів ЄС свого часу прийняли на національному законодавчому рівні спеціальні нормативно-правові акти, які прямо чи опосередковано регулюють відносини франчайзингу. Зокрема, це такі країни, як Франція, Іспанія, Румунія, Італія, Бельгія та Швеція, при цьому в Бельгії положення спеціального закону у 2014 р. вже були включені до Господарського кодексу цієї країни, а у Франції відповідні положення Закону 1989 р. про розвиток торгівлі й промисловості та положення Декрету 1991 р. були включені до Торгівельного кодексу Франції.

У ряді країн-членів ЄС чинне законодавство передбачає загальний для всіх договірних відносин обов'язок попереднього розкриття інформації, що зобов'язує сторону, якій така інформація була розкритта, дотримуватись правил конфіденційності. Зазначені положення поширюються в тому числі і на договори франчайзингу та закріплені у цивільних кодексах Угорщини, Польщі, Словенії, Литви, комерційних кодексах Словаччини та Чеської Республіки, у Законі Естонії «Про зобов'язання» [1, с. 146].

У державах-членах ЄС, які на законодавчому рівні не врегульовують відносини франчайзингу або згадують про цей вид договірних відносин тільки в дуже загальних рисах, відповідні правовідносини регулюються загальними положеннями щодо договірних відносин цивільних, торговельних, комерційних кодексів.

На нашу думку відсутність у більшості країн-членів ЄС спеціальних законодавчих актів для врегулювання відносин за договором франчайзингу не є недоліком чи прогалиною законодавства тієї чи іншої держави, а лише виражає диспозитивний метод правового регулювання цього виду цивільно-правових договорів. Це зумовлено тим, що сторони у зв'язку з комплексним характером предмету договору франчайзингу вправі передбачити у такому договорі широкий спектр умов, особливостей яких неможливо передбачити та врегулювати в нормах закону.

Висновки. Отже, в більшості країн ЄС спеціальними нормативними актами в сфері франчайзингу регулюється переважно порядок переддоговірною розкриття франчай-

зером певного обсягу інформації потенційному франчайзі, адже саме цей правовий інститут є основним механізмом захисту прав та інтересів сторін досліджуваного договору. Лише в одиничних випадках законодавство держав-членів ЄС регулює інші елементи відносин за договором франчайзингу, наприклад, вимоги до сторін договору, вимоги щодо істотних умов, реєстрацію франчайзера у спеціальному реєстрі або реєстрацію власне договору франчайзингу тощо.

Загалом у країнах ЄС спостерігається тенденція до уніфікації законодавства, здійснюється поступова його систематизація, про що свідчить включення окремих норм, що регулюють договір франчайзингу, до цивільних, комерційних кодексів. Тож держави-члени ЄС не вбачають потреби у спеціальному нормативно-правовому регулюванні договору франчайзингу. Такий шлях розвитку законодавства слід визнати цілком обґрунтованим та раціональним. Відносини франчайзингу постійно розвиваються, змінюються, тож з'являються нові особливості цих відносин, для яких дещо давніше прийняті законодавчі акти можуть виявитись вже неактуальними.

Список використаної літератури:

1. Abell P. M. The Regulation of Franchising in the European Union / P. M. Abell. – Queen Mary, University of London, 2011. – 422 p.
2. Code de commerce: le droit français / Version consolidée au 23 décembre 2015 [Electronic resource] // Le service public de la diffusion du droit «Legifrance». – Mode of access: <http://www.legifrance.gouv.fr> (viewed on January 04, 2016).
3. Decree № 204, adopted on 2 September 2005 [Electronic resource] / Ministry for productive activities of Italy // Assofranchising. – Mode of access: <http://www.assofranchising.it> (viewed on January 10, 2016).

4. Hans Maks J. A., Witte Ch. Romanian Competition Policy. Taking over the European Model? / J. A. Hans Maks, Christoph Witte // *Intereconomics*. – November/December, 2004. – P. 314–320.

6. Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista: Texto Consolidado [Electronic resource] // Gobierno de Espana. Ministerio de la Presidencia. – Mode of access: <http://www.boe.es> (viewed on January 04, 2016).

7. Loi № 89-1008 du 31 décembre 1989 relative au développement des entreprises commerciales et artisanales et à l'amélioration de leur environnement économique, juridique et social [Electronic resource] // Le service public de la diffusion du droit «Legifrance». – Mode of access: <http://www.legifrance.gouv.fr> (viewed on January 01, 2016).

8. Om franchisegivares informationskyldighet: Svensk Lag (2006:484) på April 24, 2006 [Electronic resource] / Justitiedepartementet L1. – Sverige, 2006. – Mode of access: <http://www.riksdagen.se> (viewed on January 12, 2016).

9. Ordonanta No 52 din 28 august 1997 privind regimul juridic al francizei: Textul actului republicat în M.Of. nr. 180/14 mai. 1998 [Electronic resource] // Official website of the Chamber of Deputies of Romania. – Mode of access: <http://www.cdep.ro> (viewed on January 08, 2016).

10. Real Decreto 2485/1998, de 13 de noviembre, por el que se desarrolla el artículo 62 de la Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista, relativo a la regulación del régimen de franquicia, y se crea el Registro de Franquiciadores [Electronic resource] // Gobierno de Espana. Ministerio de la Presidencia. – Mode of access: <http://www.boe.es> (viewed on June 28, 2015).

11. Rules for the regulation of commercial affiliation: Law of Italy №129, May, 6 2004 [Electronic resource] // Official Gazette. – No. 120. – May 24, 2004. – Mode of access: <http://www.assofranchising.it> (viewed on January 10, 2016).

12. The Franchise Law Review: Second Edition / Editor Mark Abell // Law Business Research Ltd. – Derbyshire, 2015. – 649 p.