

ОСОБЕННОСТИ И ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ФРАНШИЗЫ



Факты о GRATA International



GRATA International – динамично развивающаяся международная юридическая фирма для обслуживания проектов в странах бывшего СССР и Восточной Европе: самое полное покрытие региона сетью офисов, наличие высокопрофессиональной команды, обученной вести трансграничные проекты. Репутация и опыт фирмы подтверждена рецензиями от транснациональных клиентов и ведущими международными рейтингами.

Широкая сеть офисов, работающих в единой системе и платформе создает большое удобство для клиентов. Любой офис для каждого из своих клиентов может выступать в роли «one stop shop» и обеспечивать доступ к услугам в других городах и странах. При необходимости, для решения сложных задач, формируются команды из различных офисов с соответствующим опытом. Качество оказания услуг обеспечивается четкой системой организации данного процесса.

GRATA International представлена в следующих юрисдикциях: Армения (Ереван), Азербайджан (Баку), Беларусь (Минск), Грузия (Тбилиси), Казахстан (Актау, Алматы, Атырау, Астана, др.), Кипр (Лимасол), Кыргызстан (Бишкек), Молдова (Кишинев), Монголия (Улан-Батор), ОАЭ (Дубай), Таджикистан (Душанбе), Россия (Москва, Ростов-на-Дону, Самара, Санкт-Петербург), Турция (Стамбул), Туркменистан (Ашхабад), Узбекистан (Ташкент) и Украина (Киев). А также имеет представительства в Великобритании (Лондон), Германии (Франкфурт-на-Майне), Китае (Пекин), США (Нью-Йорк), Малайзия (Куала-Лумпур), Швейцарии (Цюрих).

GRATA International ежегодно признается лучшей ведущими международными рейтингами: The Legal 500, Chambers Global, Chambers AsiaPacific, IFLR1000, Who's Who Legal, Asialaw Profiles и удостоена наград за лучшие сделки по признанию China Business Law Journal.

Отрасли индустрии:

- Банки и Финансы
- Строительство и Инфраструктура
- Промышленность и Торговля
- Горнодобывающая промышленность
- Нефть и газ
- Фармацевтика и Здравоохранение
- Технологии, Медиа и Телекоммуникации
- Транспорт



> 22

стран присутствия



> 31

лет успеха



> 250

профессионалов



> 15

специализаций



7 700+

клиентов



15 000+

проектов

ВИДЫ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ В СОГЛАШЕНИЯХ О ФРАНЧАЙЗИНГЕ В РОССИИ



Степанида Буран

Юрист
Самара, Россия

T: +7 917 9639 794

E: sburan@gratanet.com

ВВЕДЕНИЕ

- ▶ Франчайзинг является успешной моделью бизнеса, которая позволяет компаниям расширить свое присутствие на рынке, сохраняя при этом контроль над качеством продукции или услуг, которые они предлагают.

Договор коммерческой концессии, именно так в Российском праве именуется франшиза, – это договор, по которому передается комплекс прав на объекты интеллектуальной собственности, что и является основой такого взаимодействия между франчайзером и франчайзи. В России наиболее распространенными из них являются товарные знаки, патенты и авторские права, ноу-хау.

**Перейдем
к каждому
из них.**

Товарный знак – это уникальный знак или символ, который идентифицирует и отличает товары или услуги одного производителя от товаров или услуг другого.

Право на товарный знак возникает у правообладателя с момента его регистрации Роспатентом. Действует в течении 10 лет, при этом охрана может быть продлена неограниченное количество раз, также на 10 лет. Право на товарный знак действует на территории всей Российской Федерации, может быть расширено за ее пределами (по Мадридской системе).

Помимо возможности заключить договор коммерческой концессии, регистрация товарных знаков имеет массу преимуществ, таких как: правообладатель приобретает исключительное право на обозначение на территории России (то есть никто не сможет использовать зарегистрированный логотип); правообладатель получает защиту от недобросовестной конкуренции; после регистрации товарного знака правообладатель приобретает инструмент для привлечения к ответственности лиц, нарушивших его права; товарные знаки – отдельный материальный актив, который можно поставить на баланс организации. Кроме того, правообладатель приобретает возможность использовать договорные институты передачи прав: лицензионные договоры, договоры коммерческой концессии, и другие.



Обращаем Ваше внимание, на то что товарные знаки являются ключевым элементом любого соглашения о франчайзинге. Иными словами, договор коммерческой концессии нельзя считать таковым, если в него не включены права на товарный знак.

В контексте франчайзинга франчайзер предоставляет франчайзи право использовать его товарные знаки. Это позволяет франчайзи пользоваться узнаваемостью и репутацией бренда, что является одной из основных причин привлекательности франчайзинга как модели бизнеса.

- Обращаем внимание, что при регистрации договора в Роспатенте, Ведомство уделяет особое внимание именно товарным знакам. Так отдельно обращается внимание на территорию использования товарного знака, объем и цели использования, возможности его передачи третьим лицам.



Патенты, как форма интеллектуальной собственности, предоставляют исключительное право на изобретение или усовершенствование продукта или процесса.

Патенты могут быть на изобретение (техническое решение в любой области, относящееся к продукту (в частности, устройству, веществу, штамму микроорганизма, культуре клеток растений или животных) или способу (процессу осуществления действий над материальным объектом с помощью материальных средств), в том числе к применению продукта или способа по определенному назначению); на полезную модель (техническое решение, относящееся к устройству); на промышленный образец (решение внешнего вида изделия).

Если компания-франчайзер владеет патентами, которые важны для ее бизнеса, она может передать права на использование этих патентов своим франчайзи в рамках франчайзингового соглашения.



Обращаем также внимание, что право на патент возникает исключительно после государственной регистрации. Действует определенное количество времени (в зависимости от вида патента) и требует поддержания в силе. Поэтому, перед заключением договора коммерческой концессии немало важно проверить действие патента, оно должно быть актуальными на момент заключения соглашения.

Кроме того, правовая природа патента подразумевает, что «Правообладатель» и «Автор» патента могут быть разными лицами. С целью минимизации рисков, перед заключением договора следует обратить внимание на урегулированность отношений между этими лицами.

Авторские права защищают оригинальные произведения литературы, искусства, музыки, программного обеспечения и других форм творчества.



В контексте франчайзинга авторские права могут относиться к различным элементам: логотипы, дизайн упаковки, рекламные материалы, документацию, программное обеспечение и другие материалы, которые могут быть использованы для запуска бизнеса.

Одним из основных преимуществ передачи авторских прав по франшизе является возможность использования уже готовые и проверенные объекты авторских прав. Это позволяет франчайзи сэкономить время и ресурсы на разработку своих собственных объектов авторских прав.

- ⓘ Однако, перед тем как передавать авторские права по франшизе, необходимо убедиться в том, что франчайзи будет использовать эти права только в рамках договоренностей между сторонами.
- ⓘ Также необходимо убедиться в том, что франчайзи будет следовать всем правилам использования объектов авторских прав, чтобы избежать возможных санкций со стороны правообладателя.

Ноу-хау - это сведения любого характера (производственные, технические, экономические, организационные и другие) о результатах интеллектуальной деятельности, имеющие действительную или потенциальную коммерческую ценность вследствие неизвестности их третьим лицам, если к таким сведениям у третьих лиц нет свободного доступа на законном основании и обладатель таких сведений принимает разумные меры для соблюдения их конфиденциальности, в том числе путём введения режима коммерческой тайны.

В Российском законодательстве ноу-хау чаще называют секретом производства, при этом круг информации, которая может считаться таковой специально не ограничен. Ноу-хау может включать в себя уникальные методы производства, технологии, рецептуры, стратегии продаж и маркетинга, и другую собственную информацию, но которая должна быть не общедоступна.

Надлежащее оформление секрета производства самостоятельно имеет ряд преимуществ для бизнеса: сохранение в тайне от конкурентов ценных для бизнеса сведений, возможность привлечения нарушителей к ответственности, получение грантов и финансирования и, наконец, монетизация информации путем передачи ценной информации, в том числе путем заключения договоров коммерческой концессии.

В контексте франчайзинга ноу-хау является крайне ценной составляющей соглашения. Оно позволяет франчайзи быстро запуститься на новом рынке, минуя многие из трудностей, с которыми он мог бы столкнуться при попытке начать бизнес с нуля.

Передача ноу-хау обычно происходит в начале отношений между франчайзером и франчайзи и включает обучение, консультации и предоставление конкретных материалов, таких как операционные руководства.

- ✓ Обучение может проходить как на месте у франчайзера, так и в месте проведения бизнеса франчайзи. Это обычно включает в себя все аспекты ведения бизнеса, от управления до продаж. На практике, данное условие является одним из ключевых при заключении договора коммерческой концессии.

Отметим, что консультации могут предоставляться на протяжении всего срока действия соглашения о франчайзинге.

Франчайзер, как носитель ценной для бизнеса информации, может предоставить постоянную поддержку в вопросах управления, маркетинга, управления персоналом и других аспектов бизнеса.

Передача ноу-хау может быть осуществлена путем предоставления операционного руководства - документов, которые содержат подробные инструкции по ведению бизнеса. Они могут включать в себя всё, от принципов управления до стандартов обслуживания клиентов и маркетинговых стратегий.

В соглашениях о франчайзинге в России используются различные виды прав на интеллектуальную собственность. Эти права предоставляются франчайзи в качестве части соглашения и позволяют ему использовать уникальные особенности бренда и бизнес-модели франчайзера.

Таким образом, защита и управление интеллектуальной собственностью являются важной составляющей успеха франчайзинга. Франчайзеры должны быть внимательны к своим обязательствам по защите этих прав, чтобы обеспечить своему бренду максимальную защиту и воздействие на рынке.

ОСОБЕННОСТИ И ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН



Олмосхон Хамидова

Старший юрист
Ташкент, Узбекистан

T: +9 (9871) 230 2422
E: okhamidova@gratanet.com



Мукаррамхон Абдуллаева

Юрист
Ташкент, Узбекистан

T: +998 90 977 85 28
E: mabdullaeva@gratanet.com

ВВЕДЕНИЕ

- 📄 Франчайзинг является распространенной и динамично развивающейся формой коммерческого сотрудничества в Узбекистане. Он предоставляет уникальные возможности на местном рынке как для предпринимателей, так и для потенциальных инвесторов. В данной статье будут рассмотрены основные аспекты франчайзинга в контексте узбекского законодательства, а также будут выявлены ключевые факторы, которые необходимо учитывать при заключении договора о франшизинге.
- 🔗 Правовое регулирование франчайзинга осуществляется с учетом положений Гражданского кодекса Республики Узбекистан от 21 декабря 1995 года (далее – «Гражданский кодекс»), а также ряда других законодательных актов, устанавливающих основные правила и условия для заключения и исполнения договоров о франшизинге. Одними из основных являются следующие нормативно-правовые акты:

- Закон Республики Узбекистан «О конкуренции» № 319 от 6 января 2012 года (далее – «Закон о конкуренции»);
- Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «Об утверждении административного регламента предоставления государственной услуги по государственной регистрации договоров о франшизинге (франшизинг)» № 346 от 24 июня 2022 года (далее – «Регламент регистрации договоров о франшизинге»);

- Правила регистрации договора о передаче права на изобретение, полезную модель, промышленный образец, селекционное достижение, товарный знак, знак обслуживания и лицензионных договоров на их использование, договоров о передаче права на топологию интегральной микросхемы, передаче всех имущественных прав и передаче имущественных прав на программу для электронных вычислительных машин или базу данных № 8-мх от 31 марта 2022 года (утверждены Приказом министра юстиции Республики Узбекистан, зарегистрировано 31 марта 2022 года, рег. номер 3359) (далее – «Правила регистрации лицензионных договоров»);
- и иные законодательные акты.

ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ДОГОВОРУ О ФРАНШИЗИНГЕ

Согласно Гражданскому кодексу, договор о франшизинге определен как Договор о комплексной предпринимательской лицензии (далее – «Договор о франшизинге»). По Договору о франшизинге, одна из сторон, выступающая в роли комплексного лицензиара (далее по тексту – «франчайзер»), обязуется предоставить другой стороне, являющейся комплексным лицензиатом (далее по тексту – «франчайзи»), определенный комплекс исключительных прав, который включает в себя право использования фирменного наименования комплексного лицензиара, охраняемой коммерческой информации и других объектов исключительных прав, таких как товарный знак, знак обслуживания, изобретения и прочие, в рамках предпринимательской деятельности франчайзи, за установленное вознаграждение.

Одним из ключевых аспектов правового регулирования франчайзинга в Узбекистане является защита интеллектуальной собственности. Франчайзер должен обеспечить надлежащую защиту своих прав интеллектуальной собственности, таких как бренды, товарные знаки, патенты и другие интеллектуальные ресурсы. Франчайзи, в свою очередь, обязан соблюдать условия использования интеллектуальной собственности и не нарушать права франчайзера.

Требования и ограничения к Договорам о франшизинге в основном предусмотрены главой 50 Гражданского кодекса. Важно отметить, что в соответствии со статьей 862 Гражданского кодекса, по Договору о франшизинге, сторонами могут выступать только коммерческие организации и индивидуальные предприниматели. Более того, Договор о франшизинге может быть заключен как с указанием срока, так и в форме бессрочного договора.

При этом, следует учитывать, что в обязательном порядке необходима регистрация Договора о франшизинге компетентным органом, который осуществил регистрацию юридического лица или индивидуального предпринимателя, выступающего в качестве франчайзера. Отсутствие соответствующей регистрации Договора о франшизинге приводит к его недействительности.

После заключения Договора о франшизинге, франчайзер обязан предоставить техническую и коммерческую документацию и информацию, которые необходимы для франчайзи для осуществления прав по Договору о франшизинге. В дополнение, франчайзер обязан проинструктировать франчайзи и его работников по любым аспектам франчайзинговой деятельности.

ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ДОГОВОРУ О ФРАНШИЗИНГЕ

Следует отметить, что в соответствии со статьей 5 Гражданского кодекса, если отношения сторон прямо не урегулированы законодательством или соглашением сторон, права и обязанности сторон определяются исходя из общих принципов и смысла гражданского законодательства и требований добросовестности, разумности и справедливости.



Более того, в соответствии со статьей 868 Гражданского кодекса, Договор о франшизинге может включать следующие ограничительные условия:

- обязательство франчайзера не заключать другие аналогичные договоры о франшизинге для использования на территории, которая назначена для франчайзи, либо воздерживаться от осуществления деятельности на этой территории;
- обязательство франчайзи не конкурировать с франчайзером на территории, где применяется Договор о франшизинге;
- отказ франчайзи от заключения других Договоров о франшизинге с конкурентами (или потенциальными конкурентами) франчайзера;
- согласование с франчайзером местоположения коммерческих помещений, используемых для осуществления исключительных прав, предоставленных по договору, а также их внешнего и внутреннего оформления.

Важно отметить, что ограничительные условия могут быть признаны недействительными по иску антимонопольного органа или иного заинтересованного лица, если они противоречат Закону о конкуренции, с учетом состояния соответствующего рынка и экономического положения сторон.

Кроме того, Гражданский кодекс также указывает на недействительность условий в Договоре о франшизинге, которое предусматривает право франчайзера определять цену продажи товаров франчайзи или цену работ (услуг), выполняемых или оказываемых франчайзи, а также право устанавливать верхний или нижний предел таких цен.

РЕГИСТРАЦИЯ ДОГОВОРА О ФРАНШИЗИНГЕ

Регистрация Договора о франшизинге, как упоминалось выше, является обязательной в соответствии с узбекским законодательством. Регистрация должна быть произведена в органе, ответственном за регистрацию юридического лица или индивидуального предпринимателя («Регистрирующий орган»), который выступает в качестве франчайзера. Исключительно в случае, если франчайзер является иностранной организацией, регистрация Договора о франшизинге осуществляется Регистрирующим органом, который проводил государственную регистрацию франчайзи.

Порядок регистрации Договора о франшизинге регулируется Регламентом регистрации договоров о франшизинге. В соответствии с которым, процедура регистрации требует подачи необходимых документов в Регистрирующий орган по месту регистрации франчайзи. Регистрация должна быть завершена в течение 3 (трех) рабочих дней с момента представления всех требуемых документов в Регистрирующий орган.

Также следует отметить, что согласно разделу 4 Регламента регистрации договоров о франшизинге соответствующая часть Договора о франшизинге, содержащая исключительные права на объекты интеллектуальной собственности (лицензионный договор), также должна быть зарегистрирована в Департаменте интеллектуальной собственности при Министерстве Юстиции Республики Узбекистан (далее – «Департамент интеллектуальной собственности»).

При нарушении вышеупомянутого требования, соответствующая часть договора может быть признана недействительной, при условии, что остальные условия договора могут сохранить свою силу независимо. В ином случае, весь Договор о франшизинге считается незаключенным и недействительным.

В случае если объект интеллектуальной собственности не зарегистрирован на территории Республики Узбекистан, регистрация прав на этот объект и его передача в рамках Договора о франшизинге осуществляются по соглашению сторон. На практике в таких случаях мы рекомендуем зарегистрировать передаваемый объект интеллектуальной собственности в Департаменте интеллектуальной собственности, после чего заключить и зарегистрировать Договор о франшизинге и Лицензионное соглашение.

РАСТОРЖЕНИЕ ДОГОВОРА О ФРАНШИЗИНГЕ

Договор о франшизинге может быть расторгнут по соглашению сторон, либо по решению суда – в случае существенного нарушения договора другой стороной, либо в случае существенного изменения обстоятельств, из которых стороны исходили при заключении данного договора. Изменение обстоятельств признается существенным, когда они изменились настолько, что, если бы стороны могли это предвидеть, договор о франшизинге не был бы ими заключен вообще или был бы заключен на существенно иных условиях.



Согласно [узбекскому законодательству](#), иск о расторжении Договора о франшизинге может быть предъявлен стороной в суд только после получения отказа другой стороны на предложение об изменении или расторжении договора либо не получения ответа в срок, указанный в предложении или договором, а при его отсутствии – в течение 30 (тридцати) календарных дней.

В дополнение, Договор о франшизинге также прекращается в случае прекращения права на фирменное наименование, включенное в Договор о франшизинге, без замены его новым фирменным наименованием. Возможность одностороннего отказа от его исполнения (полностью или частично) может быть предусмотрена в самом договоре. В таком случае необходимо указать условия, при которых сторона освобождается от определенных условий Договора о франшизинге.

При изменении фирменного наименования франчайзера, Договор о франшизинге остается в силе согласно статье 873 Гражданского кодекса, в случае если франчайзи не требует такого расторжения. В этом случае, франчайзи имеет право на соразмерное уменьшение вознаграждения, которое должно быть выплачено франчайзеру.

- ❗ Важно отметить, что факт расторжения Договора о франшизинге также должен быть зарегистрирован Регистрирующим органом. При ликвидации франчайзи или франчайзера, Договор о франшизинге также должен быть расторгнут и зарегистрирован в Регистрирующем органе.
- ❗ В случае прекращения Договора о франшизинге по соглашению сторон, заявление о регистрации прекращения договора должно сопровождаться 3 (тремя) экземплярами соглашения о расторжении, подписанными сторонами. Если договор прекращается по решению суда, к заявлению о регистрации следует приложить копию судебного акта.

ИНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

Договор о франшизинге может быть заключен на узбекском или русском языках. На практике, в контексте трансграничных сделок могут быть составлены двуязычные версии документов. Если Договор о франшизинге составляется и оформляется на иностранном языке (например, английском), необходимо также предоставить нотариально заверенный и апостилированный/легализованный перевод на узбекский или русский языки.

По Договору о франшизинге франчайзер несет дополнительную ответственность за требования, которые предъявляются франчайзи в отношении несоответствия качества товаров (работ, услуг), предлагаемых франчайзи в рамках договора о франшизинге. Согласно статье 869 Гражданского кодекса, франчайзер несет солидарную ответственность с франчайзи по требованиям, которые возникают к франчайзи как к производителю продукции правообладателя.



Кроме того, если срок действия переданного исключительного права истек или такое право прекратилось по другой причине в период действия Договора о франшизинге, то Договор о франшизинге сохраняется за вычетом положений, относящихся к прекратившемуся праву. В этом случае, если договором не предусмотрено иное, франчайзи имеет право на соразмерное уменьшение вознаграждения, которое должно быть выплачено франчайзеру.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Франчайзинг в Узбекистане является значимым инструментом коммерческого сотрудничества, который регулируется законодательством. Предприниматели, планирующие вступить в франчайзинговые отношения, должны быть внимательны к требованиям законодательства и соблюдать права интеллектуальной собственности. Рекомендуется обратиться к юридическим специалистам для консультации и разработки Договора о франшизинге, соответствующего требованиям узбекского законодательства и защищающего интересы сторон. Правильное понимание и соблюдение правовых норм являются ключевыми факторами для успешного развития франчайзингового бизнеса в Узбекистане.



Международное присутствие

Представительства

Великобритания
Лондон

Германия
Франкфурт-на-Майне

Китай
Пекин

Малайзия
Куала-Лумпур

США
Нью-Йорк

Швейцария
Цюрих

Ассоциированные офисы

Армения
Ереван

Кипр
Лимасол

ОАЭ
Дубай

Россия
Самара

Туркменистан
Ашхабад

Турция
Стамбул

Интегрированные офисы

Азербайджан Баку
Кыргызстан Бишкек
Таджикистан Душанбе

Беларусь Минск
Молдова Кишинев
Узбекистан Ташкент

Грузия Тбилиси
Монголия Улан-Батор
Украина Киев

Казахстан Астана, Алматы, Атырау, Актау, др.
Россия Москва, Ростов-на-Дону, Санкт-Петербург