

**Понятие и предмет договора
коммерческой концессии
(франчайзинга)**

По договору коммерческой концессии одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс исключительных прав, принадлежащих правообладателю (п. 1 ст. 1027



По своей
юридической
природе данный
договор
является



- ❖ консенсуальным,
- ❖ возмездным,
- ❖ двусторонним;



данный договор может использоваться
исключительно в сфере предпринимательской
деятельности

- Предмет договора коммерческой концессии составляет, во-первых, комплекс исключительных прав, закрепленных за правообладателем и индивидуализирующих либо его (право на фирменное наименование или коммерческое обозначение), либо также производимые им товары, выполняемые работы или оказываемые услуги (право на товарный знак или знак обслуживания). Речь при этом идет о сокращенном фирменном наименовании — условном словесном обозначении, фирменном знаке, логотипе и т.п., составляющем часть фирменного наименования.
- Коммерческое обозначение представляет собой незарегистрированное, но общеизвестное наименование предпринимателя или результатов его деятельности, охраняемое без государственной регистрации и имеющее в силу его



Mercedes-Benz



Audi

Вместе с тем следует иметь в виду, что **фирменное наименование** согласно п. 4 ст. 54 ГК является средством индивидуализации юридического лица (коммерческой организации), которое включается в его учредительные документы и подлежит государственной регистрации. Поэтому оно не может отчуждаться или использоваться иными лицами. В отличие от этого **коммерческое обозначение** можно понимать как способ индивидуализации принадлежащих предпринимателям предприятий (имущественных комплексов) и (или) производимых ими товаров, услуг и т.п., являющийся самостоятельным объектом исключительного права, который по договору с правообладателем могут использовать и другие лица.

Договором может быть предусмотрено предоставление пользователю прав на использование других объектов «интеллектуальной собственности» — изобретений,

Во-вторых, предметом договора является возможность использования принадлежащей правообладателю и охраняемой им коммерческой информации (ноу-хау), не подлежащей какой-либо специальной государственной регистрации (ст. 139 ГК) и не составляющей объект исключительного права, а также его деловой репутации и коммерческого опыта, в том числе в виде различной документации по организации и ведению предпринимательской деятельности .

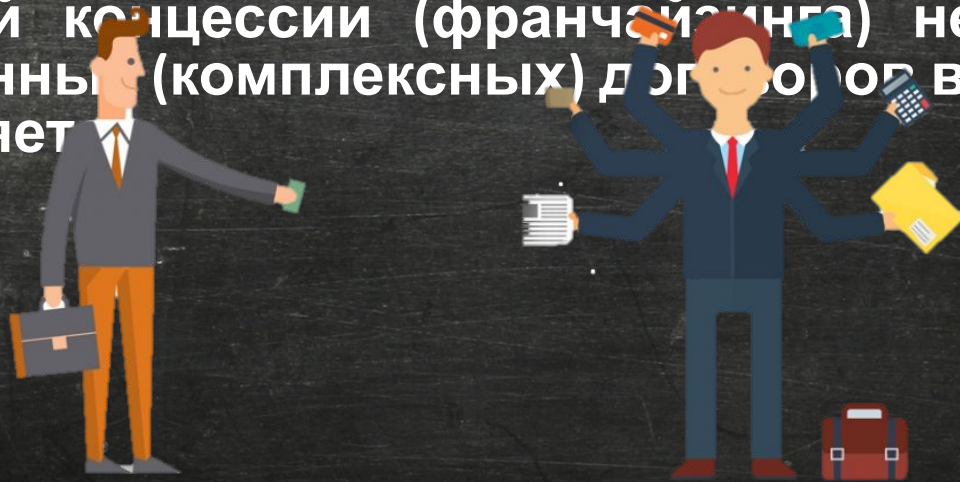


В-третьих, франчайзинг предполагает постоянное техническое и консультационное содействие пользователю со стороны правообладателя с целью обеспечения необходимого качества производимых им по договору (т.е. под маской правообладателя) товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг. Российский закон, однако, не считает это условие обязательным, ставя его в зависимость от усмотрения сторон (п. 2 ст. 1031 ГК). Однако обязательной составной частью предмета концессионного договора в соответствии с п. 1 ст. 1031 ГК является инструктаж пользователя и его работ, связанным с осуществлением

The History of Franchising



В концессионном договоре можно обнаружить элементы лицензионного договора (разрешение на использование объектов исключительных прав), договора об оказании возмездных услуг (консультативное и техническое содействие), договора простого товарищества (сотрудничество при исполнении договора для достижения общих предпринимательских целей) и даже договора купли-продажи (приобретение необходимой технической и деловой документации). Вместе с тем такой договор не содержит элементов представительства, комиссии или агентского договора, так как пользователь всегда действует не только от своего имени и за свой счет, но и в своих интересах, осуществляя самостоятельную предпринимательскую деятельность. Однако договор коммерческой концессии (франчайзинга) не относится к числу смешанных (комплексных) договоров в смысле п. 3 ст. 421 ГК не являет



Не является он и разновидностью известных гражданскому праву договоров, на базе которых он развивался, в частности разновидностью лицензионного договора. В отличие от последнего франчайзинг дает возможность использовать не один определенный объект «интеллектуальной собственности», а комплекс объектов исключительных, а также иных имущественных прав. Кроме того, в лицензионных отношениях фактический изготовитель или лицензиат не вправе использовать фирменное наименование или коммерческое обозначение правообладателя (лицензиара), право

необходимый элемент концессии.



Концессионный договор должен быть заключен в письменной форме под страхом ничтожности (п. 1 ст. 1028 ГК). Кроме того, он подлежит государственной регистрации в органе, осуществившем регистрацию правообладателя (как юридического лица или в качестве индивидуального предпринимателя). Если же правообладатель зарегистрирован в иностранном государстве, то концессионный договор, предполагаемый к исполнению в России, необходимо зарегистрировать в органе, осуществившем регистрацию пользователя (регистрация договора в органе, осуществившем регистрацию правообладателя, в этом случае не требуется). Необходимость такой регистрации вызывается использованием зарегистрированными ранее средствами индивидуализации предпринимателей или производимых ими товаров и услуг, что затрагивает интересы других участников имущественного оборота, прежде всего потребителей. При отсутствии такой регистрации заключенный в письменной форме концессионный договор не приобретает силы в отношении с третьими лицами (абз. 3 п. 2 ст. 1028 ГК), но связывает заключивших его участников (ср. п. 3 ст. 433 ГК). С одной стороны, такое положение в интересах потребителей лишает пользователя возможности начать использование предоставленного ему комплекса исключительных прав, а с другой — позволяет участникам еще до регистрации договора начать проведение необходимой подготовительной работы (передачу документации, инструктаж работников и т.д.) уже на основе признанного заключенным договора.

Поскольку предметом данного договора может стать разрешение на использование некоторых объектов исключительных прав, подлежащих государственной регистрации (охраняемых патентным законодательством), т.е. по сути лицензионные отношения, становится необходимой также государственная регистрация концессионного договора в федеральном органе исполнительной власти по интеллектуальной собственности под страхом признания его ничтожным (абз. 4 п. 2 ст. 1028 ГК, п. 2 ст. 13 Патентного закона, ст. 27 Закона о товарных знаках). По смыслу закона речь идет о регистрации договора лишь в части использования соответствующих объектов исключительных прав, т.е. о



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**