

339.544

БЕРДИН АЛЕКСАНДР ЭДУАРДОВИЧ

старший преподаватель кафедры экономики высокотехнологичных производств, Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения,
e-mail: berdin07@mail.ru

БЕРДИНА МАРИНА ЮРЬЕВНА

к.э.н., доцент, доцент кафедры международного предпринимательства, Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения,
e-mail: svitkova_marina@mail.ru

DOI:10.26726/1812-7096-2022-10-96-105

ОСОБЕННОСТИ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В АРГЕНТИНЕ

Аннотация. Цель работы. Целью работы является выявление особенностей в нормативно-правовой системе регулирования франчайзинговых отношений в Аргентине. **Метод или методология проведения работы.** Исследование основывается на принципах научного анализа информации. Основой работы является Гражданский и коммерческий кодекс Аргентины, выступающий базовым документом, регулирующим значительную часть гражданских и деловых правоотношений в стране. **Результаты.** В Аргентине франчайзинг регулируется Гражданским и коммерческим кодексом («Кодекс»), в котором устанавливаются основные правовые положения договора: ключевые определения, упоминаемые в договоре; обязательства франчайзера и франчайзи; виды франшизы; срок действия соглашения; оговорки, принятые в соглашении, и оговорки, которые не разрешены; ответственность франчайзера и франчайзи и формы расторжения договора. Согласно Кодексу, местные и зарубежные франчайзинговые сети воспринимаются как практически равнозначные типы систем, поэтому оба их типа могут принимать любой франчайзинговый формат на аргентинском рынке. **Область применения результатов.** Результаты исследования могут быть использованы отечественными франчайзинговыми компаниями, которые уже являются участниками франчайзинговой сети или рассматривают только возможность стать ее частью (потенциальные франчайзи), где стороной соглашения выступает Аргентина. **Выводы.** В Аргентине нет регулирующего органа, отвечающего за соблюдение законов и требований о франчайзинге. Франчайзинг в значительной степени развился из соглашений между сложными хозяйствующими субъектами, а нормативная база, содержащаяся в Гражданском и коммерческом кодексе, вступила в силу только в августе 2015 г. Однако принимая во внимание, что активный период развития франчайзинга в стране начался после серьезных экономических проблем в начале 2000-х гг., появление отдельного раздела в едином нормативно-правовом документе можно считать настоящим законодательным прорывом.

Ключевые слова: франчайзинг в Аргентине, Гражданский и коммерческий кодекс Аргентины, Аргентинская ассоциация франчайзинга, франчайзинговое соглашение

BERDIN ALEXANDER EDUARDOVICH

Senior Lecturer of the Department of Economics of High-tech Industries, St. Petersburg State University of Aerospace Instrumentation,
e-mail: berdin07@mail.ru

BERDINA MARINA YURYEVNA

*Ph.D. in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the
Department of International Entrepreneurship, St. Petersburg State
University of Aerospace Instrumentation,
e-mail: svitkova_marina@mail.ru*

FEATURES OF REGULATORY REGULATION FRANCHISING IN ARGENTINA

Abstract. The purpose of the work. The aim of the work is to identify the features in the regulatory system of regulation of franchising relations in Argentina. **The method or methodology of the work.** The research is based on the principles of scientific analysis of information. The basis of the work is the Civil and Commercial Code of Argentina, which acts as a basic document regulating a significant part of civil and business legal relations in the country. **Results.** In Argentina, franchising is regulated by the Civil and Commercial Code (the "Code"), which sets out the main legal provisions of the contract: the key definitions mentioned in the contract; obligations of the franchisor and franchisee; types of franchise; duration of the agreement; reservations accepted in the agreement and reservations that are not permitted; responsibility of the franchisor and franchisee and forms termination of the contract. According to the Code, local and foreign franchise networks are perceived as almost equivalent types of systems, so both of their types can accept any franchise format in the Argentine market. **The scope of the results.** The results of the study can be used by domestic franchising companies that are already members of the franchise network or are considering only the possibility of becoming part of it (potential franchisees), where Argentina is a party to the agreement. **Conclusions.** In Argentina, there is no regulatory body responsible for compliance with laws and requirements on franchising. Franchising has largely developed from agreements between complex business entities, and the regulatory framework contained in the Civil and Commercial Code came into force only in August 2015. However, taking into account that the active period of franchising development in the country began after serious economic problems in the early 2000s, the appearance of a separate section in a single regulatory document can be considered a real legislative breakthrough.

Keywords: franchising in Argentina, Civil and Commercial Code of Argentina, Argentine Franchise Association, franchise agreement

Введение. Аргентина представляет собой очень интересный рынок для франчайзеров, готовых смотреть в будущее и развивать интернационально свой бизнес, учитывая очень сильный региональный, как в экономическом, так и в политическом плане, рост в этой части мира.

Определившись со страной, франчайзер приступает к активной работе с потенциальным франчайзи. В частности, отправной точкой для начала любого бизнеса является наличие договора, без которого партнерская работа невозможна. Учитывая тот факт, что участники франчайзингового договора являются резидентами разных стран всегда, каждый франчайзинговый договор практически всегда индивидуален. Связано это также и с различной нормативно-правовой базой, закрепляющей и регулирующей франчайзинговый бизнес в каждой стране. Однако далеко не все страны в настоящее время имеют самостоятельную нормативно-правовую базу, посвященную данному виду бизнеса, и основываются на общих хозяйственных документах, в которых отдельные разделы посвящены франчайзингу. Примером такого подхода является и Аргентина. У нее нет самостоятельной нормативно-правовой базы по франчайзингу. Однако принимая во внимание, что активный период развития франчайзинга в стране начался после серьезных экономических проблем в начале 2000-х гг., появление отдельного раздела в едином нормативно-правовом документе можно считать настоящим законодательным прорывом [5].

В настоящее время франчайзинговые отношения регламентируются нормами Гражданского и коммерческого кодекса («Кодекс»), который вступил в силу 1 августа 2015 г. и применяется к аргентинским договорам франчайзинга, заключенным 1 января 2016 г. или позже [6]. До этого договоры франчайзинга регулировались только общими принципами договорного

права. Хотя Кодекс строго применяется только к договорам франчайзинга, заключенным после 1 января 2016 г., он также будет регулировать вопросы, которые считаются предметом «общественного беспокойства» в старых договорах франчайзинга, например, право франчайзера расторгнуть договор франшизы до истечения вновь установленного минимального четырехлетнего начального срока при отсутствии нарушений со стороны франчайзи.

Проблематика регулирования

По большому счету юридическое толкование термина «франчайзинг» в Аргентине практически ничем не отличается от общепринятого определения в мире, суть данных отношений едина и просто зафиксирована в Кодексе, что уже можно считать большим достижением, так как далеко не во всех странах франчайзинг имеет самостоятельную правовую защиту. Так, в аргентинском праве под франчайзингом понимается «коммерческая франшиза, когда одна сторона, называемая франчайзером, предоставляет другой стороне, называемой франчайзи, право использовать проверенную систему, предназначенную для торговли определенными товарами или услугами под торговой маркой, эмблемой или брендом франчайзера, который предоставляет набор технических знаний и постоянное оказание технической или коммерческой помощи в обмен на эффективную работу франчайзи».

К сожалению, в данном Кодексе присутствует проблема, характерная для правовых систем ряда других стран, которые ввели «недоработанные» правила франчайзинга, внося ряд бесполезных двусмысленностей или неопределенностей в регулирование отношений между франчайзером и франчайзи. Например:

– Право собственности – новое законодательство запрещает франчайзеру прямо или косвенно иметь контрольный пакет акций компании франчайзи. Это может означать, что некоторые стандартные положения международного договора франчайзинга могут быть неисполнимы, например, право преимущественной покупки бизнеса франчайзи, если по договору предполагается передача контрольного пакета акций.

– Раскрытие информации – до подписания договора франчайзер должен предоставить франчайзи определенную экономическую и финансовую информацию, чтобы франчайзи мог оценить его жизнеспособность и принять обоснованное решение о ценности открываемой перед ним возможности. Эта информация должна иметь вето на разглашение на период не менее двух лет и должна касаться всего бизнеса франчайзи. В настоящее время неясно, может ли франчайзинговая сеть, работающая менее двух лет, открыть свои точки в Аргентине в соответствии с этим требованием, или франчайзеру будет достаточно раскрыть имеющуюся у него на сегодняшний день финансовую информацию.

– Срок – минимальный срок действия франчайзингового соглашения в Аргентине составляет 4 года, если только оно не относится к особой категории соглашений, предусматривающей иные варианты сроков. По сути, данное условие запрещает создание краткосрочных франшиз и может запретить франчайзеру тестировать систему франчайзинга на рынке в рамках пилотной франчайзинговой системы. Если франчайзи были предоставлены права на застройку территории, минимальный первоначальный срок действия соглашения составляет 5 лет, тогда как соглашение о мастер-франчайзинге не имеет минимального начального срока.

– Расторжение – франчайзинговый договор не может быть расторгнут досрочно ни одной из сторон до истечения установленного законом минимального срока при отсутствии нарушений. По истечении установленного законом минимального срока любая из сторон может расторгнуть договор, направив письменное уведомление другой стороне в зависимости от срока действия договора, но не позднее чем за 6 месяцев. Что касается последствий нарушения Кодекса, то в случае если санкции или штрафы не предусмотрены соглашением, предполагается, что они налагаются на усмотрение суда.

Суть аргентинского закона о франчайзинге

После десятилетий нерегулируемого расширения рынка и экспансии иностранных компаний в 2015 г. вступил в силу Гражданский и коммерческий кодекс нации (Civil and Commercial Code of the Nation, CCCN) [7], установивший правовую основу для франчайзинговых соглашений (глава 19, статьи с 1512 по 1524 кодекса). Согласно Кодексу, особых различий между

местными и зарубежными франшизами нет, поэтому оба их типа могут принимать любой франчайзинговый формат на аргентинском рынке.

Ключевыми условиями для любого заключаемого в Аргентине франчайзингового договора необходимо соблюдать следующие неприкасаемые условия [3]:

1. Франчайзер должен быть исключительным владельцем всех интеллектуальных прав, товарных знаков, патентов, торговых наименований, авторских прав и других прав, включенных в систему франчайзинга; или, когда это уместно, должен иметь право на его использование и передачу франчайзи в соответствии с условиями договора.

2. Франчайзер не может иметь прямо или косвенно контрольный пакет акций в бизнесе франчайзи.

3. Франшизы являются эксклюзивными для обеих сторон договора, если не согласовано иное.

Вопреки традиционным франчайзинговым правилам, аргентинский Кодекс налагает на франчайзи определенные обязательства и ограничения, такие, как защита репутации франчайзера, облегчение доступа на рынок, соблюдение технических инструкций, предоставление любой информации, касающейся развития бизнеса франчайзи, и конфиденциальность [4]. Однако Кодекс не предусматривает каких-либо последствий за несоблюдение этих установленных законом обязательств. Существует также требование взаимной исключительности, которое стороны могут прямо исключить из договора. Наибольший интерес представляет позиция Кодекса в пользу франчайзера, которая предусматривает, что между франчайзером и франчайзером не возникает никаких отношений как между работодателем и работником. Кроме того, франчайзер не несет ответственности за какие-либо иски о трудоустройстве, предъявленные в отношении сотрудников франчайзи.

Так, объем предоставляемой помощи со стороны франчайзера, коммерческое торговое наименование, знание рынка и элементы совместного производства покрываются договорными обязательствами как франчайзера, так и франчайзи. Элементы франчайзингового пакета включают в себя сам предмет передаваемой франшизы, методы и особенности работы сети, конфиденциальную информацию, передаваемую франчайзи, поставку необходимых ингредиентов или расходных материалов, методы продаж и стандарты качества. Франчайзер по условиям договора имеет право окончательного контроля над элементами договора и франчайзингового пакета.

Аргентинским Кодексом установлено, что франчайзером или франчайзи может быть физическое лицо или компания. Применительно к типу компаний положениями Кодекса не закреплен какой-либо рекомендуемый их тип. Несмотря на это, наиболее распространенными формами для открытия бизнеса в Аргентине являются общества с ограниченной ответственностью и корпорации.

Закон четко устанавливает, что франчайзер и франчайзи являются независимыми сторонами и что между сторонами нет никаких отношений, выходящих за рамки заключенного договора. Кроме того, франчайзи должен четко указывать во всех счетах-фактурах, контрактах и коммерческих документах, что он является независимой стороной, не связанной с франчайзером, хотя это не должно мешать развитию брендинга всей франчайзинговой сети. Кроме того, закон запрещает франчайзеру иметь какую-либо долю участия в капитале франчайзи, прямо или косвенно.

Как правило, соглашение предусматривает, что франчайзи получает право использовать определенные активы класса интеллектуальной собственности франчайзера (товарные знаки, бренды, патенты, ноу-хау). Это право обычно предоставляется в виде неисключительной лицензии на использование такими активами исключительно в целях ведения франчайзингового бизнеса.

Франчайзинговый договор не предусматривает передачу права собственности на интеллектуальную собственность, а только разрешает франчайзи использовать ее в связи с франчайзинговым бизнесом. Права на интеллектуальную собственность остаются в собственности франчайзера, так что он может предоставлять дополнительные франшизы по мере расширения бизнеса.

В случае мастер-франчайзинга лицензия на интеллектуальную собственность будет вклю-

чать право предоставлять сублицензии суб-франчайзи, чтобы они могли вести франчайзинговый бизнес.

По нормам аргентинского права нет необходимости иметь отдельную лицензию на интеллектуальную собственность. Однако желательно, чтобы в соглашении четко указывалось, какая часть произведенного платежа относится к лицензированию прав на интеллектуальную собственность, а также к технологическому ноу-хау.

Договор должен быть подан в Ведомство по патентам и товарным знакам для регистрации, после чего могут быть предоставлены более выгодные налоговые режимы для выплаты иностранному франчайзеру роялти за пользование его интеллектуальной собственностью или за передачу технологий. Наличие выгодного налогового режима следует рассматривать в каждом конкретном случае для каждого франчайзингового соглашения, и его не следует считать общедоступным.

Аргентинское законодательство предусматривает два вида гарантий: реальные гарантии и личные гарантии [2]. Реальные гарантии предполагают предоставление обеспечения (либо принадлежащего должнику, либо любой третьей стороне), которое не может быть передано или распоряджено лицом, предоставившим право. Персональные гарантии предусматривают участие третьей стороны (физического лица или компании), выступающей (как правило) в качестве содолжника на солидарной основе со всеми своими активами. В то время как первый вид обеспечивает более надежную гарантию (учитывая, что лицо, предоставившее право, юридически или фактически не имеет возможности распорядиться залогом), второй вид обеспечивает более широкое обеспечение, которым лицо, предоставляющее право, может распорядиться на законных основаниях и фактически (независимо от каких-либо договорных обязательств). С другой стороны, реальные гарантии обычно дороже и обременительнее в реализации по сравнению с личными гарантиями. Характер коммерческих отношений и соответствующие суммы сильно влияют на вид гарантии, который обычно выбирается в каждом конкретном случае.

Права и обязанности сторон

В Аргентине нет конкретных формальных договорных требований для создания действительного и обязывающего франчайзингового соглашения. Контракт может быть заключен в устной форме и при этом иметь юридическую силу. Однако, учитывая объем обязательств обеих сторон по договору, для определенности целесообразно оформить договор в письменной форме. Кроме того, хотя это и не требуется по закону, рекомендуется, чтобы подписи были нотариально заверены.

С чисто договорной точки зрения франчайзинговое соглашение характеризуется как такое, а не как соглашение об услугах или соглашение об интеллектуальной собственности. Однако с точки зрения налогообложения (в частности, для международных сетей) каждый компонент франчайзингового соглашения облагается налогом отдельно (например, лицензии на ИС как лицензии на ИС, услуги как услуги и т.д.), поэтому могут применяться разные налоговые ставки. Поэтому было бы целесообразно четко указать в соглашении каждый вид платежей, чтобы обеспечить применение различных налоговых ставок.

Кодекс налагает на франчайзи следующие минимальные обязательства:

– Для осуществления деятельности, включенной в франшизу, соблюдать спецификации в руководстве по эксплуатации и любые другие обязательства, которые могут быть переданы франчайзером.

– Предоставлять любую информацию, которая может быть разумно затребована франчайзером в отношении развития деятельности, и содействовать любой проверке, которая может быть согласована с франчайзером.

– Обязаться не совершать никаких действий, которые могут поставить под угрозу идентификацию или престиж сети, или прав франчайзера на интеллектуальную собственность и методы работы франшизы, и сотрудничать с ним в защите этих прав.

– Сохранять конфиденциальность информации, касающейся передаваемых конкретных технических или коммерческих знаний (это обязательство остается в силе после прекращения действия соглашения).

Эти обязательства установлены законом и не могут быть отменены прямыми положениями франчайзингового договора. Однако могут быть наложены дополнительные обязательства.

Кодексом определены следующие обязательства франчайзера, которые также не могут быть отменены прямыми положениями соглашения:

- Предоставлять франчайзи преддоговорную информацию.
- Обеспечить франчайзи техническими и коммерческими знаниями, необходимыми для работы в рамках франчайзинговой сети.
- Предоставить франчайзи руководство по эксплуатации со всеми необходимыми спецификациями для работы сети.
- Обеспечить постоянное сотрудничество со всеми своими франчайзи для улучшения работы сети в течение срока действия соглашения.
- Если суть франшизы предполагает предоставление товаров или услуг франчайзером, то он должен обеспечить своевременную передачу этих товаров и услуг в соответствии с передовой практикой.
- Защита пользования франчайзи интеллектуальной собственностью, входящей в франчайзинговый пакет. Для международных сетей защиту прав пользования интеллектуальной собственностью должен осуществлять франчайзи, и поэтому франчайзер должен предоставить все соответствующие доверенности.

Одной из обязанностей франчайзера является защита использования франчайзи тех прав, которые принадлежат ему и которые характеризуют суть франшизы (являются основой франчайзингового пакета). Кроме того, в Кодексе установлено, что при заключении международного франчайзингового соглашения эта обязанность возложена на франчайзи, при условии что франчайзер должен помогать и сотрудничать с франчайзи в защите этих интеллектуальных прав франчайзера.

Хотя это и не указано в правилах, мастер-франчайзи также должен соблюдать обязательства франчайзи по отношению к франчайзеру и обязательства франчайзера по отношению к субфранчайзи. Кроме того, главный франчайзер также должен нести косвенную ответственность перед субфранчайзи, если какое-либо несоблюдение обязательств мастер-франчайзи связано с аналогичным невыполнением обязательств франчайзером.

Раскрытие информации

В Аргентине для развития и продвижения франчайзинга в стране, как и во многих странах уже, существует ассоциация (*Asociación Argentina de Marcas y Franquicias*) [1], целью которой является установление отраслевых стандартов и содействие профессионализму франчайзинговой системы и развитию деловой практики, а также стремление добиваться принятия законов, затрагивающих различные сферы бизнеса, в которых франчайзинг имеет особую популярность в стране среди предпринимателей. Однако участие в ассоциации не является обязательным ни для франчайзеров, ни для франчайзи.

Для создания своей сети в стране франчайзеру не нужно регистрироваться в каком-либо регулирующем органе. Кроме того, франчайзеру не нужно тестировать одну или несколько своих точек перед запуском работы всей сети, хотя успех франчайзинга в совершенно новой бизнес-системе является предметом обсуждения сторон. Но для защиты интересов франчайзера (как правообладателя) (от нарушений прав по охране интеллектуальной со стороны франчайзи или третьих лиц, стремящихся получить прибыль от известного бренда или товарного знака) она должна быть зарегистрирована как собственность правообладателя в Ведомстве по патентам и товарным знакам Аргентины.

Законы в Аргентине, основанные на защите прав потребителей, предназначены для защиты конечного пользователя товара или услуги. Поскольку франчайзи по своей природе не являются конечными пользователями товара или услуги, они не могут быть защищены этими законами. Таким образом, законы о защите прав потребителей не должны влиять на отношения между франчайзером и франчайзи, поскольку франчайзи не является потребителем в соответствии с определением закона.

Поэтому может ли франчайзи извлечь выгоду из законов, разработанных для защиты малого бизнеса, будет зависеть от того, соответствует ли франчайзи требованиям малого бизнеса в

соответствии с применимыми правилами (которые, как правило, устанавливают ограничения на количество сотрудников и получаемый доход, и время от времени в них вносятся поправки и обновления). Однако эти преимущества являются общими преимуществами для малого бизнеса и не зависят от отношений между франчайзером и франчайзи.

Согласно аргентинскому праву, в нормативно-правовой базе страны, имеющей отношение к франчайзингу, нет четких требований о раскрытии информации. Поэтому перед заключением договора Кодекс устанавливает, что франчайзер должен предоставить франчайзи соответствующую информацию до заключения договора, что позволяет франчайзи принять информированное решение относительно приобретения франшизы. В частности, франчайзер должен предоставить франчайзи экономическую и финансовую информацию за два года работы франчайзинговых точек сети, аналогичных тем, которые работали в течение соответствующего периода времени либо на внутреннем рынке, либо за рубежом (статья 1514) [7]. Эта информация должна быть предоставлена заблаговременно до заключения договора франчайзинга. Однако данная статья 1514 выглядит весьма расплывчато, поскольку в ней не указывается, какой двухлетний период имеет значение. Кроме того, в ней не указано, чтобы аналогичные бизнес-единицы находились в той же экономической среде и/или в том же месте, что и потенциальная франчайзинговая точка.

В частности, до сих пор противоречивым остается вопрос, должен ли франчайзер честно и добросовестно раскрывать все нюансы работы сети, являющиеся существенными для потенциального франчайзи при принятии решения заключить договор, или же потенциальный франчайзи должен полагаться на собственную должную осмотрительность. Однако франчайзи всегда может задаться вопросом, действительно ли франчайзер владеет правами на интеллектуальную собственность, товарными знаками, коммерческими названиями и другими правами, связанными с франчайзинговой сетью. Таким образом, можно сделать вывод, что, даже если франчайзи должен полагаться на собственную должную осмотрительность до заключения соглашения, такое доверие (по крайней мере, с чисто юридической точки зрения) не является окончательным и не исключает последующего пересмотра соглашения.

Что касается коммерческой информации, то будут применяться общие принципы права, когда франчайзи должен проявить собственное усердие и осмотрительность. Кроме того, франчайзер не должен намеренно исключать соответствующую информацию или иным образом изменять имеющуюся информацию, что может привести франчайзи к существенной ошибке при принятии решения о заключении соглашения.

Срок действия и прекращение соглашения

По законодательству Аргентины, минимальный срок, на который заключается франчайзинговый договор, – четыре года для соглашений о генеральной франшизе или пять лет для соглашений о развитии территории.

Максимальный срок, установленный законодательством, не установлен. Единственным исключением из минимального срока являются «тематические» конкретные франшизы (например, ярмарки, конгрессы), где срок может быть сокращен. Местное законодательство устанавливает, что первоначальный срок франчайзингового соглашения автоматически продлевается на один год, поэтому чаще всего такое продление не влечет за собой уплату дополнительных платежей. Однако возможность продления принимается во внимание при установлении первоначального платежа в начале действия соглашения.

После второго автоматического продления срок считается неограниченным, что имеет существенные последствия в отношении прав на расторжение договора. Если какая-либо из сторон не хочет продлевать соглашение, она должна сообщить об этом не позднее чем за 30 дней до истечения срока.

Согласно нормам Кодекса, одностороннее расторжение или расторжение без причины не допускается в течение первоначального срока действия соглашения. В течение этого срока оно может быть расторгнуто только из-за существенного нарушения существенных обязательств другой стороной.

Любая сторона может не продлевать соглашение, уведомив другую сторону о своем решении. Уведомление должно быть направлено не менее чем за один месяц за каждый год согла-

шения. В соглашениях на неопределенный срок решение о расторжении без причины может быть принято любой из сторон в любое время с предварительным уведомлением не менее чем за один месяц в год действия соглашения, но не более чем за шесть месяцев. Отсутствие предварительного уведомления дает стороне, не расторгнувшей договор, право на взыскание убытков, эквивалентных месяцам, без предварительного уведомления.

Закон разрешает применять ограничительные условия после окончания срока действия соглашения, при условии что они распространяются на максимальный срок в один год и что территория, в отношении которой они действуют, является разумной (принимая во внимание конкретные обстоятельства, связанные с местом расположения, франчайзинговой и конкретной договоренностью).

После прекращения действия договора между двумя сторонами может возникнуть ситуация «нереализованных остатков» продукции. Очевидным становится вопрос, что с ними делать? Сможет ли франчайзер или новый франчайзи продолжать продавать их клиентам бывших франчайзи, будет зависеть от условий соглашения. Фактически законом специально установлено, что, если стороны не договорились об ином, право на покупателей или клиентуру принадлежит франчайзеру. Обоснование такого решения обычно заключается в том, что клиентуру, скорее всего, привлекала известность самой франчайзинговой системы, а не конкретный франчайзи.

Таким образом, если нет соглашения об обратном, считается, что клиентура принадлежит франчайзеру, и, следовательно, франчайзи не имеет права на компенсацию за потерю клиентуры ни в течение, ни после срока действия соглашения о франшизе.

Исключения и дополнения в договорах

Положения о возможных исключениях из окончательного варианта соглашения, как правило, подлежат исполнению в Аргентине. Договор заключается в интересах сторон, и письменное соглашение сторон является окончательным документом между сторонами. Однако можно утверждать, что франчайзер не является полностью несвязанной третьей стороной в договоре субфранчайзинга, учитывая, что, в конечном итоге, франчайзер получит выгоду от такого договора. Таким образом, рекомендуется включать в соглашения о субфранчайзинге конкретные формулировки относительно прав, которые субфранчайзи может иметь по отношению к франчайзеру.

Одним из условий договора является норма, по которой франчайзер может потребовать от франчайзи покупать товары и услуги, в т. ч. для перепродажи клиентам франчайзи, только у франчайзера или назначенных им поставщиков. Однако франчайзер не может ограничивать возможность франчайзи приобретать эти товары у других франчайзи в Аргентине, если товары соответствуют качеству и характеристикам, требуемым франшизой.

В Кодексе конкретно указано, что франшиза является исключительной для обеих сторон. Поэтому франчайзер не может открыть другую франчайзинговую точку на той же территории (кроме как с предварительного согласия франчайзи). Точно так же франчайзи не может прямо или косвенно управлять другими точками или схожими коммерческими предприятиями, которые являются очевидными конкурентами данной франчайзинговой сети.

В договоре может быть указано, что франчайзи не может передавать права и обязанности, за исключением денежных прав и обязанностей. Данное ограничение может быть снято с согласия сторон. Ограничение, если оно включено, не распространяется на мастер-франчайзи и на выполнение соглашений о субфранчайзинге (для которых требуется предварительное согласие франчайзера).

Согласно аргентинскому законодательству, плата за оформление франшизы законом не регулируется. На практике существует первоначальный (вступительный) взнос и текущие сборы, в подавляющем случае в виде роялти. Однако, если договор предусматривает приобретение товаров и услуг у франчайзера, такое приобретение рассматривается как отдельный договор купли-продажи товаров или услуг и не включается в плату за франшизу.

Как правило, проценты могут начисляться на просроченные платежи, если проценты являются разумными. Как правило, установление процентной ставки остается на усмотрение сторон и является предметом коммерческого соглашения между ними.

Выбор правовой системы для решения споров

Применительно к возможности выбора права других стран нужно отметить, что местные аргентинские суды признают выбор иностранного права во франчайзинговом соглашении для бизнеса, действующего в Аргентине. Однако для соглашений между двумя местными аргентинскими субъектами выбор иностранного права будет труднее поддержать, если он будет оспорен.

Несмотря на любое положение о выборе права в соглашении, следующие местные правила будут применяться к договору, заключенному в Аргентине:

- Требование о том, чтобы в международных сетях франчайзер предоставлял франчайзи гарантии на защиту прав франчайзера на всю бизнес-систему.
- Минимальные обязательства франчайзера и франчайзи.
- Минимальный срок действия франчайзингового соглашения.
- Запрещенные пункты в договоре франчайзинга.

Местные суды признают выбор иностранной юрисдикции для бизнеса, работающего в Аргентине. Соглашения между двумя местными аргентинскими субъектами могут затруднить выбор иностранной юрисдикции, если он будет оспорен.

Соблюдение бизнес-стандартов и требований всей системы осуществляется франчайзи по условиям договора. Вместе с тем франчайзер может требовать регулярного обновления информации и проводить проверки помещений франчайзи. Эти положения о соответствии не регулируются законом, а оставлены на усмотрение сторон в деловых переговорах до заключения договора франчайзинга.

Закон не устанавливает каких-либо ограничений на право франчайзера вносить изменения, как в Руководство по эксплуатации, так и в другие аспекты франчайзингового бизнеса. Однако права франчайзера могут быть ограничены договором, например, путем установления минимальных сроков реализации любых изменений, чтобы франчайзи мог постепенно внедрять любые предлагаемые изменения.

Не существует средств правовой защиты, конкретно относящихся к договорам франчайзинга, если франчайзер прибегает к мошенническим или вводящим в заблуждение методам продаж. Таким образом, применяются общие принципы ответственности за вводящие в заблуждение договорные практики, как то:

- Стороны договора должны действовать добросовестно.
- Каждая сторона несет ответственность за ущерб, который может быть причинен другой стороне в результате такой добросовестности.

В соответствии с Кодексом франчайзер также несет ответственность за проблемы в работе всей сети, которые наносят ущерб франчайзи. Эта ответственность является объективной, т. е. франчайзер будет нести ответственность даже в том случае, если проблемы в работе или нанесенный ущерб не были вызваны франчайзером (умышленно или по неосторожности).

Специального регулирования в отношении требований третьих лиц к франчайзи и франчайзерам не существует. Следовательно, могут ли претензии, предъявленные третьими лицами против франчайзи, быть успешно предъявлены франчайзеру, будет зависеть от причин основного иска. Например, трудовые проблемы, возникшие исключительно в коллективе франчайзи, и соответственно данные претензии, как правило, не могут быть успешно предъявлены франчайзеру. С другой стороны, претензии потребителей (заявления о дефектных услугах или товарах) с большей вероятностью будут удовлетворены в соответствии с действующими правилами защиты прав потребителей. Претензии арендодателей по поводу неуплаты арендных платежей, скорее всего, будут безрезультатными, так как франчайзеры не отвечают по обязательствам франчайзи. Тем не менее это решается в каждом конкретном случае, и нельзя делать какие-либо общие заявления.

Кодекс устанавливает, что франчайзинговое соглашение не должно рассматриваться как соглашение, которое каким-либо образом ограничивает или ущемляет конкуренцию. Согласно общепринятым рыночным законам, на рынок влияет существование франчайзинговых сетей, поскольку они позволяют расширять бизнес. Кроме того, относительные эксклюзивные территории для каждого франчайзи препятствуют географической концентрации и, следовательно,

создают более широкие сферы влияния для конкретного бизнеса. Однако договор франчайзинга не считается ограничивающим или искажающим конкуренцию.

Это не означает, что во франчайзинговых договорах нет лазеек для возможных злоупотреблений, но в целом эти ограничения конкуренции проистекают из тех рамок, которые франчайзер определяет для франчайзи, а не конкурирующие бренды или на компании с аналогичной сферой деятельности. Ограничения конкуренции, скорее всего, связаны со злоупотреблением своего доминирующего положения (получаемые франчайзи привилегии от франчайзера).

Антимонопольное законодательство Аргентины в отношении франчайзинговых соглашений практически не разработано. Не существует правил и норм, конкретно касающихся франчайзинговых соглашений, и, следовательно, не существует исключений, которые могут применяться.

Как правило, франчайзеру не нужно препятствовать тому, чтобы франчайзи имел собственный веб-сайт, учитывая, что большинство потребителей, приобретающих продукцию в Интернете, будут искать торговую марку (бренд франчайзера), а не франчайзи. Вполне вероятно, что франчайзер уже присутствует в Интернете, и любая электронная коммерция осуществляется напрямую через франчайзера.

Литература

1. *Asociación Argentina de Marcas y Franquicias (AAMF)*. – URL : <https://xpofranchise.com/empresa/asociacion-argentina-de-marcas-y-franquicias-aamf> (accessed 10.07.2020).
2. *Beccar, V. Key franchise laws in Argentina*. – URL : <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=4120a1d3-230b-4ef3-816d-b81c6af878ca> (accessed 10.07.2022).
3. *Calligaro, C.-P., Caballero, P. International Franchise Handbook. 2021*. – URL : <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ce/Documents/legal/ce-international-franchise-handbook-2021-vf.pdf>.
4. *Castro Sammartino, M.-E. Franchise Agreement In Argentina // Mondaq. 24 June 2019*.
5. *Castro Sammartino M.-E., Franchise Law in Argentina // International Journal of Franchising Law. 2016. Vol.14. Issue 2. P. 33*.
6. *Reinhardt, V., Drakes, G. Franchising In Argentina – A Look At The New Franchise Law // Mondaq. 19 August 2016*.
7. *The Civil And Commercial Code Of Argentina And The Insurance Law. Number 26,994 from 1 August 2015*.

References:

1. *Asociación Argentina de Marcas y Franquicias (AAMF)*. – URL : <https://xpofranchise.com/empresa/asociacion-argentina-de-marcas-y-franquicias-aamf> (accessed 10.07.2020).
2. *Beccar, V. Key franchise laws in Argentina*. – URL : <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=4120a1d3-230b-4ef3-816d-b81c6af878ca> (accessed 10.07.2022).
3. *Calligaro, C.-P., Caballero, P. International Franchise Handbook. 2021*. – URL : <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ce/Documents/legal/ce-international-franchise-handbook-2021-vf.pdf>.
4. *Castro Sammartino, M.-E. Franchise Agreement In Argentina // Mondaq. 24 June 2019*.
5. *Castro Sammartino M.-E., Franchise Law in Argentina // International Journal of Franchising Law. 2016. Vol.14. Issue 2. P. 33*.
6. *Reinhardt, V., Drakes, G. Franchising In Argentina – A Look At The New Franchise Law // Mondaq. 19 August 2016*.
7. *The Civil And Commercial Code Of Argentina And The Insurance Law. Number 26,994 from 1 August 2015*.