



ТЕОРЕТИКО-ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ДИСТРИБЬЮТОРСКОГО ДОГОВОРА

**АРСЕНИ Игорь - магистр права, заведующий кафедрой Частного права
Комратского государственного университета**

In this article, the author discusses and reveals the basic theoretical and legal problems of legal regulation of international distribution agreement. In particular, established that in international business this agreement is very common, but its design is so far not regulated properly as in foreign countries in particular, and the international legal acts in general.

Keywords: international distribution contract, territory, distributor, manufacturer, sub distributors, the exclusive right to distribution and sales.

В настоящей статье автором рассматриваются и раскрываются основные теоретико-правовые проблемы правового регулирования международного дистрибьюторского договора. В частности установлено, что в международной предпринимательской деятельности данный договор весьма распространенный, однако его конструкция до настоящего момента не урегулирована должным образом как в зарубежных странах в частности, так и в международными правовыми актами в целом.

Ключевые слова: международный дистрибьюторский договор, территория, дистрибьютор, производитель, субдистрибьютор, исключительное право на сбыт и реализацию.

Актуальность темы исследования состоит в том, что вопросы правового регулирования международного дистрибьюторского договора не исследованы на должном уровне в национальной и международной коммерческой практике. Отсутствие правового регулирования дистрибьюторского договора как в международной, так и национальной правовой системе, требует научного осмысления данного вопроса и свидетельствует об актуальности исследуемого существа вопроса.

Целью настоящей работы является исследование теоретико-правовых проблем правового регулирования международного дистрибьюторского договора в контексте международного коммерческой практики.

Одним из гражданско-правовых договоров, получивших распространение в практике иностранных, а в последнее время и молдавских предпринимателей, является договор, которым опосредуется организация сбыта товаров. Указанные договоры, именуют дистрибьюторскими договорами, договорами о предоставлении исключительного, или единоличного права продажи или сбыта товаров (Distributorship Agreement, Concession Commerciale, Vertragshandelsvertrag, Eigenhandelsvertrag) [2, с. 195].

До настоящего времени унифицированное международное правовое регулирование международного дистрибьюторского договора, а также его унифицированное международное определение отсутствуют. Кроме того, в соответствии с законодательством многих

стран дистрибьюторский договор не подлежит специальному правовому регулированию.

В зарубежных странах дистрибьюторский договор широко используется производителями (поставщиками) для организации сбыта своих товаров на определенной территории, в частности, когда по каким-либо причинам создание в этом регионе филиальной сети является затруднительным. Distributorship в США предоставляет дистрибьютору право вступать во взаимоотношения с несколькими производителями (поставщиками) аналогичных товаров и считается удобной альтернативой договору франчайзинга и агентскому договору [3, с. 81].

В Великобритании на практике дистрибьюторский договор именуется соглашением о единоличном праве на сбыт, который предусматривает, что продавец, английская производственная или торговая фирма предоставляет покупателю, иностранной фирме единоличные права торговать на ограниченной территории в отношении товаров определенного вида [10, с. 132].

В Нидерландах под дистрибьюторским договором понимается договор, на основании которого одна сторона (дистрибьютор) приобретает у производителя или иного поставщика на основании договора купли-продажи товары и принимает на себя обязательство распространять и перепродавать данные товары третьим лицам от своего имени и за свой счет.

Во Франции дистрибьюторский договор – соглашение между поставщиком и дистрибьютором, на основании которого поставщик поставляет дистрибьютору товары и

услуги, а дистрибьютор продвигает их на определенной территории [7, с. 37].

В тех странах, где специальное нормативное регулирование дистрибьюторских договоров отсутствует (а это большинство стран, включая Великобританию, США, Францию, Нидерланды, Германию), их правовое регулирование строится в соответствии с общими нормами обязательственного и договорного права. Как отмечает В.Е. Романова, например, во Франции, где отсутствует национальное

регулирование дистрибьюторских договоров, общее правило сводится к тому, что дистрибьюторские договоры не должны противоречить основным принципам заключения договора, прежде всего принципу свободы договора, согласно которому стороны свободны при принятии на себя каких-либо обязательств (статьи 1101 – 1369 Гражданского кодекса Франции) [7, с. 38].

В некоторых странах защита дистрибьюторов осуществляется судебной практикой путем применения к ним по аналогии правил об агентах либо путем применения общих принципов законодательства [1, с. 388].

В Европейском союзе (далее – ЕС) в регулировании дистрибьюторских договоров имеет значение, в частности, Регламент Комиссии от 22 декабря 1999 г. N 2790/1999 о применении ст. 81(3) Консолидированной версии Договора о ЕС к категории вертикальных соглашений и к согласованной практике. Как известно, Регламент ЕС N 2790/1999 был создан для регулирования вертикальных отношений, возникающих при реализации двух близких по экономической сущности коммерческих отношений: дистрибьюторских отношений и франчайзинга [7, с. 37].

В правовой науке дистрибьюторский договор относится к непоименованным договорам торгово-распределительного характера [6, с. 13], представляя собой разновидность коммерческой сделки, поскольку его участниками являются предприниматели.

Учитывая отсутствие международного правового регулирования дистрибьюторского договора, особого внимания заслуживают средства его негосударственного регулирования. В 1988 году Международной торговой палатой (далее – МТП) было принято Руководство по составлению международных дистрибьюторских соглашений (далее – Руководство) [8], а в 1993 году – Типовой дистрибьюторский контракт. Монопольный дистрибьютор (далее – Типовой контракт) [9]. Анализ указанных документов проводился Н.Г. Вилковой, И.Н. Герчиковой, Е.В. Смирновой, С.В. Николюкиным и др.

Также стоит отметить еще один документ, посвященный в том числе дистрибьюторским

договорам, – Принципы европейского права: коммерческое агентирование, франшиза и дистрибуция (далее – ПАФД) [5], их анализировали М.А. Егорова и В.А. Маслова.

Одним из недавних документов, в котором содержатся положения о дистрибьюторском договоре, являются Модельные правила европейского частного права (далее – Модельные правила ЕЧП) [4]. Дистрибьюторскому договору посвящена отдельная глава 5 «Дистрибуция» книги IV «Отдельные договоры и вытекающие из них права и обязанности».

Как указано в Руководстве и Типовом контракте, они подлежат применению к международным дистрибьюторским договорам и в принципе не предназначены для регулирования одноименных внутренних договоров. Что касается ПАФД и Модельных правил ЕЧП, то они предназначены для регулирования дистрибьюторских договоров, заключаемых в странах ЕС.

Четкого определения дистрибьюторского договора Руководство и Типовой контракт не содержат. Однако во введении к Руководству отмечено, что оно применяется к дистрибьюторским соглашениям, по которым перепродавец организует, сбыт товаров производителя на определенной территории. Это соглашение, по которому дистрибьютор: а) обязуется приобретать и перепродавать от своего имени и за свой счет; б) принимает на себя организацию продаж на определенной территории; в) не создает обязательств для производителя.

Исходя из положений ст. 1 Типового контракта к дистрибьюторским соглашениям следует относить договор, по которому поставщик предоставляет, а дистрибьютор принимает на себя исключительное право на маркетинг (размещение) и продажу товаров, указанных в приложении к договору, на территории, определенной в приложении к договору.

Определение дистрибьюторского договора содержится в ст. IV.E.-5:101 Модельных правил ЕЧП: по этому договору одна сторона, поставщик, обязуется на постоянной основе поставлять другой стороне, дистрибьютору, продукт, а дистрибьютор обязуется покупать его либо принимать, оплачивать и продавать третьим лицам от своего имени и в своих ин-

тересах. Приведенная дефиниция не отличается от определения, содержащегося в ПАФД.

Руководство в принципе может использоваться при составлении любых международных дистрибьюторских договоров, хотя здесь и содержится упоминание о том, что дистрибьютору часто предоставляется исключительное право сбыта. Типовой контракт направлен на регулирование отношений с монопольным дистрибьютором-импортером, т.е. лицом, которое единолично осуществляет продвижение и сбыт товаров экспортера на закрепленной за ним территории.

Модельные правила ЕЧП (как и ПАФД) достаточно четко определяют их сферу применения, выделяя три разновидности дистрибьюторских договоров: исключительный дистрибьюторский договор, избирательный дистрибьюторский договор и исключительный договор о закупках. Исключительный дистрибьюторский договор представляет собой договор, в силу которого поставщик обязуется осуществлять поставку продукции на определенной территории или для определенной группы потребителей только одному дистрибьютору (п. 2 ст. IV.E.-5:101 Модельных правил ЕЧП). Избирательным дистрибьюторским договором является дистрибьюторский договор, по которому поставщик обязуется напрямую или опосредованно поставлять продукцию только дистрибьюторам, отвечающим определенному критерию (п. 3 ст. IV.E.-5:101). Исключительный договор о закупках представляет собой соглашение, в силу которого дистрибьютор обязуется покупать, принимать и оплачивать продукцию только у определенного поставщика или указанного им лица (п. 4 ст. IV.E.-5:101).

В литературе поддерживается позиция о том, что международный дистрибьюторский договор отнесен в Руководстве и Типовом контракте к организационным договорам [9, с. 12; 2, с. 197]. То же самое можно сказать в отношении ПАФД и Модельных правил ЕЧП.

Основными принципами, которыми стороны должны руководствоваться при исполнении обязательств по дистрибьюторскому договору, называются принципы добросовестности и честного ведения торговли (ст.

2.1 Типового контракта). В Руководстве упоминается принцип сотрудничества (раздел 12). Модельные принципы ЕЧП содержат целый ряд установок, в соответствии с которыми строятся частноправовые отношения в Европе, однако в разделе, посвященном дистрибуции, довольно часто встречаются термины с прилагательным «разумный».

Как было установлено ранее, предметом дистрибьюторского договора является организация сбыта дистрибьютором товаров поставщика, определенных договором, на установленной договором территории. Таким образом, одним из ключевых условий, подлежащих отражению в договоре, является установление договорных товаров, продвижение и сбыт которых должен осуществлять дистрибьютор (далее – договорные товары). В Руководстве и Типовом контракте значительное внимание уделяется определению договорных товаров (п. 7.1 Руководства; ст. 1 Типового контракта). В Модельных правилах ЕЧП положений о договорных товарах не содержится, что представляется одним из их недостатков, поскольку условие о договорных товарах является, на наш взгляд, одним из существенных условий рассматриваемого договора.

Существенными условиями рассматриваемого договора являются определение в нем территории, на которой будет действовать дистрибьютор (раздел 8 Руководства; ст. 12 Типового контракта), а также правила о продаже товаров за пределами договорной территории. Модельные правила ЕЧП подобных правил не содержат.

Нет в Модельных правилах ЕЧП условия о так называемой «неконкуренции» дистрибьютора с поставщиком, которое включено в ст. 11.12 Руководства и п. 4.1 Типового контракта.

Организация продвижения и сбыта товаров поставщика предполагает согласование ими еще ряда условий, связанных с рекламой товаров, участием в выставках, ярмарках, условиями о поставках товаров, цене, объеме продаж, использованием интеллектуальной собственности и др.

Модельные правила ЕЧП не содержат специального положения об организации продаж (сбыта). Вместе с тем в обязанности дистрибьютора входит обязанность сбывать продукт. Согласно ст. IV.E.-5:301 дистрибьютор, действующий на основании избирательного дистрибьюторского договора или исключительного дистрибьюторского договора, должен, насколько это возможно, принимать разумные меры для того, чтобы содействовать распространению продуктов.

Важной обязанностью дистрибьютора является обязанность следовать указаниям поставщика в том, что касается, сбыта товаров (п. 11.1 Руководства). В ст. IV.E.-5:304 Модельных правил ЕЧП содержится положение об обязанности дистрибьютора, действующего на основании исключительного или избирательного договоров, следовать указаниям поставщика, направленным на обеспечение надлежащего сбыта товаров либо на поддержание общественного мнения о нем или его узнаваемости.

Одним из важных условий, подлежащих отражению в дистрибьюторском договоре, является обязанность по предоставлению информации, которая закреплена за обеими сторонами договора (пункты 11.10 и 12.5 Руководства; статьи 10 и 18 Типового контракта). В соответствии со ст. IV.E.-5:202 Модельных правил ЕЧП поставщик во время исполнения договора должен предоставить информацию, в частности, о: а) характеристиках продукта; б) ценах и условиях поставки продукта; в) рекомендуемых цене и условиях перепродажи продукта потребителям; г) относящихся к делу связях между поставщиком и потребителями; д) рекламных кампаниях, имеющих отношение к делу. В свою очередь, дистрибьютор должен информировать о: а) заявленных или возможных притязаниях третьих лиц относительно интеллектуальных прав поставщика, б) фактах нарушения третьими лицами интеллектуальных прав поставщика (ст. IV.E.-5:302).

Еще одним важным условием, которое желательно отразить в дистрибьюторском договоре, является условие о распределении между сторонами расходов на рекламу (пун-

кты 11.5 и 11.6 Руководства; ст. 6 Типового контракта), однако подобных положений в Модельных правилах ЕЧП нет.

С положением о рекламе, тесно связана обязанность поставщика передать дистрибьютору рекламные материалы о приобретаемых товарах (п. 12.6 Руководства; статьи 18 и 22 Типового контракта). В соответствии со ст. IV.E.-5:204 Модельных правил ЕЧП поставщик обязан по разумной цене предоставить дистрибьютору все имеющиеся у него рекламные материалы, необходимые для надлежащего распространения и продвижения продукта. В отличие от Руководства и Типового контракта в Модельных правилах ЕЧП предусмотрена возмездная передача рекламных материалов.

В дистрибьюторском договоре необходимо отразить условие о поставках товаров дистрибьютору и ценах (п. 10.1 Руководства; ст. 7 Типового контракта). В Модельных правилах ЕЧП указанному вопросу посвящена ст. IV.E.-5:201, согласно которой поставщик обязан поставить заказанный дистрибьютором продукт постольку, поскольку это осуществимо, а заказ является разумным. Кроме того, поставщик должен предоставить дистрибьютору, в том числе информацию о ценах и условиях поставки продукта, а также рекомендуемых цене и условиях перепродажи продукта потребителям (ст. IV.E.-5:202).

Важным также является определение объемов поставки и гарантируемого минимума продаж. Подобные положения содержит ст. 8 Типового контракта, согласно которой стороны ежегодно договариваются об объеме продаж на предстоящий год; стороны будут прилагать все усилия для достижения согласованного объема продаж, однако его невыполнение не является нарушением стороной договора, за исключением вины такой стороны. Кроме того, стороны могут договориться о гарантированном минимуме продаж и о последствиях его недостижения. Как отмечает Н.Г. Вилкова, в первом случае, когда речь идет об объемах продаж, в обязанности сторон входит приложение всех усилий для достижения согласованного объема продаж как конечной цели сделки, а его недостижение не

рассматривается как нарушение одной из сторон договора. Указание на гарантированный минимум продаж во втором случае означает принятие сторонами, прежде всего дистрибьютором, соответствующих обязательств [1, с. 394]. В п. 11.4 Руководства включено положение о возможном принятии дистрибьютором обязательства о минимуме закупок.

Подобных норм Модельные правила ЕЧП не содержат. Вместо этого в них есть правила об обязанностях сторон уведомить, о снижении объемов поставок. Так, согласно ст. IV.E.-5:203 поставщик обязан в разумный срок предупредить дистрибьютора об ожидаемом снижении объема поставок до уровня значительно ниже того, который дистрибьютор мог обоснованно ожидать. Для целей применения этого положения предполагается, что поставщик должен предвидеть то, что мог бы предвидеть всякий разумный поставщик. Кроме того, в п. 3 ст. IV.E.-5:203 сказано: стороны не могут исключить применение этой статьи полностью или частично или изменить ее действие при заключении исключительного договора о закупках. Обязанность уведомления о снижении требуемых объемов поставки имеется и у дистрибьютора (ст. IV.E.-5:303 Модельных правил ЕЧП).

Условие о ценах, которыми должен руководствоваться дистрибьютор во время перепродажи товаров, получило отражение в Руководстве, Типовом контракте и Модельных правилах ЕЧП. В соответствии с последним документом поставщик должен предоставить дистрибьютору информацию относительно рекомендованных цен и условий перепродажи продукта потребителям (ст. IV.E.-5:202).

Важным условием дистрибьюторского договора является условие о дистрибьюторских комиссионных (п. 12.8 Руководства). Интересно, что Руководство предусматривает возможность заключения смешанных агентско – дистрибьюторских соглашений. Положение о комиссионных, включая случаи, когда поставщик осуществляет так называемые прямые продажи, предусмотрено также в ст. 17 Типового контракта. Подобные положения отсутствуют в Модельных правилах ЕЧП.

Дистрибьюторский договор должен содержать условие, предусматривающее использование товарных знаков поставщика и их защиту. Руководство и Типовой контракт утверждают достаточно подробные правила на этот счет (например, пункты 11.13 и 11.14 Руководства; ст. 13 Типового контракта). В Модельных правилах ЕЧП в отношении объектов промышленной собственности содержится лишь правило, согласно которому дистрибьютор обязан передать поставщику информацию, в частности, о: а) заявленных или возможных притязаниях третьих лиц относительно интеллектуальных прав поставщика; б) фактах нарушения третьими лицами интеллектуальных прав поставщика (ст. IV.E.-5:302). Ничего о предоставлении права использования объектов промышленной собственности дистрибьютору в данном документе не говорится.

Относительно конфиденциальной информации соответствующие положения содержат п. 11.15 Руководства и ст. 14 Типового контракта. В Модельных правилах ЕЧП ничего о конфиденциальной информации не сказано.

В соответствии с п. 11.3 Руководства в дистрибьюторском договоре может быть предусмотрено условие, позволяющее дистрибьютору назначать субдистрибьюторов или агентов. Подобные правила содержатся и в Типовом контракте, однако в Модельных правилах ЕЧП они отсутствуют.

Дистрибьюторский договор может быть заключен на определенный либо на неопределенный срок. Обе разновидности указанного условия прописаны в пунктах 13.2 и 13.3 Руководства, а также в ст. 19 Типового контракта, включая правила о его досрочном расторжении. Отдельные положения в исследуемых документах предусмотрены в отношении выплаты компенсации в случае прекращения дистрибьюторского договора (раздел 14 Руководства, ст. 21 Типового контракта).

При формулировании условий международного дистрибьюторского договора необходимо разрешить вопросы относительно юрисдикции и применимого к договору права по вопросам, в нем не урегулированным. В соответствии с разделом 16 Руководства в

контракте всегда следует предусматривать применимое к нему право, однако выбор какого-либо определенного права не обязательно препятствует применению общепринятых или императивных норм права страны дистрибьютора, особенно в том случае, когда спор рассматривается судом страны дистрибьютора. Споры разбираются государственными судами данной страны либо арбитражем.

В Типовом контракте предлагается два варианта выбора применимого к дистрибьюторскому договору права. В соответствии с одним из них вопросы, возникающие из данного договора, которые в явно выраженной или подразумеваемой форме нельзя разрешить, используя положения, содержащиеся в самом контракте, регулируются: а) общепризнанными в международной торговле принципами права, применимыми к международным дистрибьюторским контрактам; б) соответствующими торговыми обычаями и в) Принципами международных коммерческих договоров УНИДРУА. Альтернативным вариантом является избрание в качестве применимого права национального права какого-либо государства. При этом в соответствии с п. 24.2 Типового контракта подлежат учету нормы права страны места нахождения коммерческого предприятия дистрибьютора, которые регулируют соответствующие отношения, даже если к контракту применимо иностранное право. Модельные правила ЕЧП подобных положений о подлежащем применению праве не содержат.

В целом нужно отметить: Модельные правила ЕЧП (глава «Дистрибуция») посвящены лишь особенностям правового регулирования дистрибьюторских договоров, это означает, что все остальные вопросы, связанные с их заключением и исполнением, должны решаться в соответствии с общими нормами этого документа. Приводя определения трех разновидностей дистрибьюторских договоров, Модельные правила ЕЧП, по сути, регулируют только две из них, оставляя практически за пределами своего внимания исключительный договор о закупках. Модельные правила ЕЧП не регламентируют вопросы, связанные с пре-

доставлением поставщиком дистрибьютору прав на объекты интеллектуальной собственности (товарные знаки). Модельные правила ЕЧП постоянно оперируют термином «разумный» и связанными с ним дефинициями: разумный заказ, разумный срок, разумная цена, разумные меры, разумные указания, разумные пределы. В частности, дистрибьютор, действующий на основании исключительного или избирательного дистрибьюторских договоров, обязан следовать разумным указаниям поставщика, направленным на обеспечение надлежащего сбыта продукции либо на поддержание общественного мнения о нем или его узнаваемости. Нужно отметить, что термин «разумность» содержится в Книге I «Общие положения» Модельных правил ЕЧП. Согласно ст. I-1:104 «Разумность» разумность должна быть установлена объективно, с учетом природы и цели совершаемого действия, обстоятельств дела, а также соответствующих обычаев и сложившейся практики. В целом в отсутствие определения терминов, связанных с разумностью, в том числе упомянутого выше термина «разумные указания», судьям предоставлено широкое усмотрение при рассмотрении споров, вытекающих из подобных договоров.

Литература:

1. Вилкова Н.Г. Договорное право в международном обороте. М.: Статут. 2002.
2. Гражданское и торговое право зарубежных государств / Отв. ред. Е.А. Васильев,

А.С. Комаров. М.: Международные отношения. 2005 (автор главы – Е.В. Смирнова), Т. 2.

3. Каширина Т.В. Дистрибьюторский договор и его место в системе договоров ГК РФ. Закон. 2011, № 6.

4. Модельные правила европейского частного права. Пер. с англ.; науч. ред. Н.Ю. Рассказова. М.: Статут. 2013, СПС «Консультант-Плюс».

5. Принципы европейского договорного права: коммерческое агентирование, франшиза и дистрибуция. Коммерческое право. 2011, № 1.

6. Райников А.С. Договор коммерческой концессии как институт обязательственного права и как правоотношение.: Дис. ... канд. юрид. наук. М.. 2009.

7. Романова В.Е. Трансграничный дистрибьюторский договор в странах Европы: Нидерланды и Франция. Международное публичное и частное право. 2013, № 1 (70).

8. Руководство по составлению международных дистрибьюторских соглашений. Публикация № 441 Е. Серия: «Издания Международной Торговой Палаты». Пер. с англ. М.: Консалтбанкир. 1996.

9. Типовой дистрибьюторский контракт МТП. Монопольный импортер-дистрибьютор. Публикация № 646 Е. Серия: «Издания международной торговой палаты». 2-е изд. на рус. и англ. яз. М.: Консалтбанкир. 2005.

10. Шмиттгофф К.М. Экспорт: право и практика международной торговли. Пер. с англ. М.: Юридическая литература. 1993.