

УДК 346.3

DOI: 10.24412/1998-5533-2025-1-232-238

Правовое регулирование франчайзинга во Франции***Ющенко Н.А.**

Кандидат юридических наук,
доцент кафедры юридических дисциплин
Набережночелнинского института (филиала)
Казанского (Приволжского) федерального университета

На европейском континенте Франция является основным лидером по количеству франчайзинговых сетей и объему прибыли от их оборота, что обусловлено длительной историей применения франчайзинговых моделей в этой стране. Правовая база регулирования франчайзинговых отношений включает в себя нормы гражданского и торгового права, а также ряд специальных законодательных актов публично-правового порядка, направленных на обеспечение интересов их участников. Французское законодательство характеризуется «мягким» правом, что способствует популярности и динамичному развитию франчайзинга. Однако сложность и многогранность франчайзинговых отношений, а также появление новых технологических особенностей производства и рынков сбыта требуют постоянного анализа и совершенствования механизмов правового регулирования данной сферы бизнеса.

Целью исследования является анализ законодательства, доктринальных подходов и правоприменительной практики в области франчайзинговых отношений во Франции. Цель научного исследования обуславливает его задачи: определить частноправовую основу регулирования франчайзинговых отношений с учетом реформирования законодательства Франции; выявить ключевые проблемы и риски, возникающие в рамках франчайзинговых отношений; рассмотреть механизм регулирования ограничительной торговой практики, направленный на защиту конкуренции и стабильности рынка.

Практическая значимость исследования заключается в определении тенденций развития современной системы нормативного регулирования франчайзинговых отношений во Франции и возможности формирования аналогичных правовых институтов в России. В работе определено, во-первых, влияние общего договорного права на специальное регулирование франчайзинговых отношений; во-вторых, сделан акцент в правовой регламентации частноправовых отношений на преддоговорные обязательства их участников, имеющих сложную структуру; в-третьих, рассмотрено включение в нормы законодательства механизмов, направленных на сбалансированность договорных отношений, таких как злоупотребление экономической зависимостью, ограничительная торговая практика и др. Основные выводы, сделанные в работе, могут способствовать гармонизации французского законодательства и международному сотрудничеству, а также содействовать более устойчивому развитию франчайзинговых отношений.

* Публикация осуществляется в рамках проекта «Создание учебного курса «Актуальные проблемы правового регулирования франчайзинга в России и за рубежом», реализуемого победителем грантового конкурса для преподавателей 2023/2024 Стипендиальной программы Владимира Потанина.

Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, гражданское право, интеллектуальная собственность, договорное право, законодательство Франции

Для цитирования: Ющенко Н.А. Правовое регулирование франчайзинга во Франции // Вестник экономики, права и социологии. 2025. № 1. С. 232–238. DOI: 10.24412/1998-5533-2025-1-232-238.

Современное развитие франчайзинга во Франции приходится на 60-е гг. прошлого столетия в основном на такие секторы услуг, как: продукты питания, производство оборудования и др. [1]. В 2023 г. Франция насчитывает около 2035 сетей или 92 132 торговых точек (по сравнению с 84 497 в 2022 г.), на которые приходится 88,49 млрд евро оборота (по сравнению с 76,62 млрд евро в 2022 г.) и 952 620 прямых и косвенных рабочих мест (842 140 прямых рабочих мест) [2]. Перспективными сферами развития франчайзинга во Франции в настоящее время являются: оптовая и розничная торговля продуктами питания, сфера обслуживания, легкая промышленность и быстрое питание [3]. Большинство франчайзинговых сетей являются смешанными, то есть они объединяют собственные торговые точки франчайзера и франчайзи [4].

Легального определения понятия франчайзинга во Франции не существует. За многолетнюю практику его применения во Франции рассматриваемое понятие было выработано доктриной и правоприменительной практикой.

В соответствии с Европейским кодексом этики франчайзинга (EEF) [5] Европейской федерации франчайзинга (EFF) [6], членом которой является Французская федерация франчайзинга и на которую она ссылается, «франчайзинг – это система маркетинга продуктов и/или услуг и/или технологий, основанная на тесном и постоянном сотрудничестве между юридически и финансово обособленными и независимыми компаниями, франчайзером и его франчайзи, в которой франчайзер предоставляет своим франчайзи право и налагает на них обязательства вести бизнес в соответствии с концепцией франчайзера. Предоставляемое таким образом право уполномочивает и обязывает франчайзи в обмен на прямой или косвенный финансовый взнос использовать бренд и/или торговую марку продуктов и/или услуг, ноу-хау и другие права интеллектуальной собственности, подкрепленные постоянным предоставлением коммерческой и/или технической помощи, в рамках и на срок действия письменного договора франчайзинга, заключенного между сторонами для этой цели».

Таким образом, для признания сложившихся фактических отношений между их участниками как договором франшизы необходимо наличие следующих критериев: во-первых, договор должен включать передачу права использования отличительных знаков (торгового наименования, товарного знака

или знака обслуживания, или и того и другого); во-вторых, договор должен предусматривать передачу ноу-хау; в-третьих, франчайзер должен осуществлять постоянную коммерческую и техническую помощь в ходе исполнения договора.

При квалификации договора франчайзинга суды оценивают обязательное наличие ноу-хау как основного критерия отграничения договора франчайзинга от других типов договоров. Если при анализе фактических отношений будет установлено отсутствие ноу-хау, суд может либо расторгнуть договор, либо присудить возмещение убытков за нарушение договора «псевдо-франчайзером» [7].

Нормативной основой франчайзинга во Франции является Торговый кодекс Франции (далее – ТК) [8] а именно:

– нормы, запрещающие антиконкурентные действия, выражающиеся в: установлении цен, ограничении доступа на рынок, ограничении или контроле производства и инвестиций, а также распределении рынков и поставок товаров (ст. L420-2 и др.);

– нормы, устанавливающие запрет на ограничительную торговую практику, направленную на извлечение необоснованных преимуществ от контрагента, формирование намеренного дисбаланса в распределении прав и обязанностей между участниками правоотношений (ст. L442-1 и др.);

– нормы, определяющие максимальный срок действия соглашения о предоставлении исключительных прав на реализацию определенных товаров и/или услуг на согласованной территории и предусматривающие запрет на заключение аналогичных сделок с другими конкурентами – 10 лет (ст. ст. L330-1 и L330-2);

– нормы, обуславливающие требования о раскрытии информации до заключения соглашений об исключительности и квазиисключительности (то есть не предполагающие абсолютный запрет на взаимоотношения с другими контрагентами на предусмотренной территории, но ограничивающие количество и масштабы деятельности) и соответствующие общим условиям о предварительном раскрытии информации в соответствии с нормами договорного права (ст. L330-3);

– нормы, закрепляющие требования об определении даты прекращения соглашения о предоставлении исключительных прав, а также обязательное установление о постдоговорных отношениях о неконкуренции между участниками этого соглашения (ст.ст. L 341-1 и L 341-2).

Общее договорное право Франции, основанное на принципах обязательности силы договоров и добросовестности поведения их участников и применимое ко франчайзинговым отношениям, подверглось масштабному реформированию в 2016 г. [9]. На основании Гражданского кодекса Франции (далее – ГК) [10] юридически оформленные соглашения для сторон приобретают обязательную силу, такую же как и закон, и должны заключаться и исполняться добросовестно (ст.ст. 1103 и 1104 ГК).

Договор франчайзинга, согласно ГК Франции, можно определить как договор присоединения, общие условия которого не подлежат пересмотру в связи с тем, что по своей правовой природе он направлен на создание единой сети. Признание договора франчайзинга договором присоединения основывается не на фактической, а на потенциальной возможности согласования его положений вне зависимости от того, подлежали ли они пересмотру или нет [11]. Согласно ст. 1171 ГК, если условие договора (за исключением условий о его предмете и цене) «создает существенный дисбаланс между правами и обязанностями сторон, он считается ненаписанным».

Договор, при котором злоупотребление зависимостью одной стороны повлекло вступление в обязательство более слабую сторону, которая не приняла бы на себя обязанности при отсутствии такого состояния, и позволило другой стороне получить «явно чрезмерную выгоду», может быть расторгнут в суде (ст. 1143 ГК). Критерий «злоупотребления экономической зависимостью» определяется правилами ст. L420-2 ТК Франции.

Еще одно «злоупотребление» предусмотрено ст. 1165 ГК: сторона договора, в одностороннем порядке установившая цену (злоупотребление при одностороннем установлении цены) и в случае возникновения спора, не способная обосновать механизм ее формирования, обязана возместить убытки другой стороне.

Ст. 1195 ГК вводит понятие «непредвиденных обстоятельств», которое может применяться сторонами как основание для пересмотра условий договора или его расторжения. Так, при непредвиденном изменении обстоятельств, делающими для стороны исполнение обязательств чрезмерно обременительными, и не согласившаяся принять на себя риск последствий, вправе требовать в судебном порядке изменения или расторжения договора. Однако при механизме пересмотра условий договора должно соблюдаться в совокупности три обстоятельства: 1) факт изменения обстоятельства, которое стороны не могли предусмотреть на момент заключения договора; 2) такое изменение делает исполнение договора чрезмерно обременительным для одной из сторон; 3) такая сторона не приняла на себя риск последствий [12].

Одним из ключевых моментов правового регулирования франчайзинговых отношений является за-

крепление для обоих его участников обязанности по предоставлению преддоговорной информации.

Преддоговорные отношения участников должны отвечать требованиям добросовестности (ст. 1112 ГК) и предусматривать обязательное предоставление информации, необходимой для заключения договора (ст. 1112-1 ГК). Норма об обязательном раскрытии информации распространяется на любые соглашения и носит императивный характер. Согласно ст. 1112-1 ГК, каждая из сторон должна добровольно проинформировать своего будущего партнера о любых данных, которые она знает и имеют решающее значение для заключения договора.

Для франчайзера предусмотрено второе преддоговорное обязательство по раскрытию информации. На основании ст. L330-3 ТК франчайзер обязан раскрыть определенную информацию о стаже и опыте компании, состоянии и перспективах развития соответствующего рынка, размере сети операторов, сроках действия, условиях продления, расторжения и передачи договора, а также объеме исключительных или квазиисключительных прав. Сам перечень информации, подлежащей предоставлению, указан в ст. R330-1 ТК (с изменениями, вступившими в силу 01.01.2024 г. [13]). Он носит исчерпывающий характер и касается:

а) франчайзера (личность и опыт менеджеров, карьерный путь и т.д.);

б) бизнеса франчайзера (дата создания, головной офис, банковские счета, история развития бизнеса, годовая отчетность и т.д.);

в) действующей сети (список участников с указанием даты заключения договоров, список предприятий, предлагающих аналогичную продукцию/услуги в сфере планируемой деятельности, количество участников, вышедших из сети в течение года, предшествовавшего выдаче преддоговорного информационного документа с указанием причин выхода и т.д.);

г) лицензированного товарного знака (дата регистрации, права собственности и использования);

д) общего состояния рынка (о товарах или услугах, охватываемых контрактом) и локального состояния рынка (о планируемой территории), а также информации, относящейся к факторам конкуренции и перспектив развития;

е) существенных элементов проекта договора (срок его действия, продления, расторжения и уступки, а также объем исключительных прав);

ж) финансовых обязательств, возлагаемых на договаривающуюся сторону (характер и размер расходов и инвестиций, которые необходимо будет понести до начала эксплуатации (первоначальный взнос, расходы на установку и т.д.)).

Информация предоставляется франчайзером за последние пять лет, предшествующие году ее передачи, и подтверждается двухлетними финан-

совыми отчетами. Информация должна быть представлена предполагаемой стороне договора письменно в виде преддоговорного информационного документа (далее – *DIP*) не позднее двадцати дней до заключения договора, а в случаях, предусмотренных договором, до предварительной оплаты в преддоговорный период в качестве резервирования исключительного или квазиисключительного права. Вместе с *DIP* предоставляется и проект договора франчайзинга.

Бремя доказывания непредставления информации, в нарушение положений законодательства, лежит на стороне, которой она должна была быть предоставлена. Также эта сторона должна доказать, что она имеет право на ее предоставление (ст. 1112-1 ГК). Правовые последствия неисполнения обязанности по раскрытию информации предусмотрены в виде расторжения договора или признания его недействительным (ст. 1130 ГК). При этом будут учитываться характер участников отношений и обстоятельства, при которых сторона дала согласие на заключение договора (например, ошибка, обман или насилие). Недействительность соглашения может привести к признанию судом дефекта согласия, которую сторона дала в нарушение ст. L330-3 ТК. Следовательно, должник, на котором лежит обязанность по предоставлению информации, должен иметь доказательства факта передачи *DIP* (наличие даты и подписи франчайзи на экземпляре *DIP* франчайзера) [14]. Включение в договор условия о подтверждении получения франчайзи полного *DIP* не признается судом доказательством предоставления информации. В этом случае для привлечения франчайзера к ответственности суды осуществляют неформальный контроль за нарушением обязательства по предоставлению преддоговорной информации и проверкой того, содержал ли предоставленный франчайзером *DIP* информацию, соответствующую требованиям ст. L330-3 ТК Франции. То есть суду необходимо установить конкретное знание франчайзи концепции франчайзинга в целом, принимая во внимание навыки и опыт кандидата на франчайзи [15].

Еще одним из спорных моментов при рассмотрении дел о расторжении договора франчайзинга в связи с нарушением ст. L330-3 ТК Франции является предоставление франчайзером неполной информации в *DIP* и «чрезмерно оптимистического прогноза оборота» [16]. Так, в одном из дел судом было установлено, что *DIP* не соответствовал требованиям законодательства о предоставлении информации о национальном и местном рынках и о количестве компаний, с которыми были расторгнуты договоры франчайзинга в течение года, предшествующего году выдачи *DIP*, а также сообщение франчайзи оптимистически завышенного прогноза оборота от сети. Отказывая в требовании франчайзи о растор-

жении договора франчайзинга, Апелляционный суд Парижа, отметил, что, во-первых, предоставление франчайзером устаревшей и расплывчатой информации о рынке не может быть квалифицировано как его обман, поскольку компенсируется значительным опытом работы франчайзи в этом секторе [17]. То есть заблуждения франчайзи относительно прибыльности сети не является следствием недостоверной информации, предоставленной франчайзером. Во-вторых, франчайзи должен доказать, что он не заключил бы договор франчайзинга, если бы получил всю требуемую законом информацию. Таким образом, у франчайзи сохраняется только право на возмещение убытков за невыполнение обязательства франчайзером по предоставлению преддоговорной информации [18].

Однако суд может взыскать убытки за завышенный оптимистический прогноз от франчайзинга при условии, если у франчайзи не было возможности контролировать достоверность информации в связи с незначительностью масштаба его деятельности, и если завышение показателей осуществлялось в таких пропорциях, что франчайзи не смог достичь экономической модели, определенной франчайзером [19].

Ст. R330-2 ТК признает невыполнение обязательств, связанных с *DIP* преступлением пятого класса, и предусматривает уголовную ответственность в виде штрафа в размере до 1500 евро, а в случае повторного совершения такого же деяния – до 3000 евро. Если же повторно франчайзер нарушает обязательства по предоставлению преддоговорной информации и действует в качестве юридического лица, то штраф увеличивается в пять раз.

Во Франции сложилась достаточно жесткая нормативная правовая база, регулирующая ограничительную торговую практику, направленную на борьбу с крупными франчайзинговыми сетями в отношениях со своими поставщиками, например, получение неоправданных преимуществ, расторжение долгосрочных договоров и т.д., которые пытаются обойти французское законодательство путем выбора применимого законодательства или юрисдикции другой страны [20]. Это обусловлено тем, что Франция является участницей ЕС и на нее распространяется Регламент ЕС 593/2008 [21] о праве, применимом к договорным положениям (известного как Регламент «Рим I»), который гласит, что: «Преобладающие обязательные положения — это положения, соблюдение которых считается в стране критически важным для защиты ее общественных интересов, таких как политическая, социальная или экономическая организация, в такой степени, что они применимы к любой ситуации, подпадающей под их действие, независимо от закона, применимого к договору в соответствии с настоящим Регламентом» (ст. 9).

С целью формирования прозрачности коммерческих отношений и пресечения недобросовестной конкуренции 30 марта 2023 г. в ТК Франции была введена ст. L444-1 А, устанавливающая, что главы ТК об ограничительной торговой практике применяются к любому соглашению между поставщиком и покупателем, товаров или услуг, продаваемых на территории Франции. Эти положения имеют публично-правовой порядок. Любой спор, связанный с их применением, подпадает под исключительную юрисдикцию французских судов при условии соблюдения законодательства Европейского союза и международных договоров, ратифицированных или одобренных Францией. Следовательно, нормы ТК Франции будут применяться к договору франшизы независимо от выбора сторонами права. Это касается следующих договорных положений, во-первых, об обязательном предоставлении франчайзи счетов и условий оплаты; во-вторых, об определении достаточных сроков уведомления со стороны франчайзера о прекращении договорных отношений; в-третьих, о недопустимости установления односторонних условий, создающих дисбаланс между взаимными обязательствами франчайзера и франчайзи.

Публично-правовым инструментом от ограничительной торговой практики является наделение министра экономики правом подачи заявления в суд на защиту слабой стороны, в том числе в случаях навязывания контрагентом односторонних условий в разработанных последним стандартных соглашениях [22]. Так, в деле против *Domino's Pizza*, возбужденном министром экономики Франции, высшие суды Франции признали недействительными ряд положений договора франчайзинга между франчайзером и франчайзи в связи с тем, что они не носили взаимный характер или были слишком условными. Суды пришли к выводу, что при оценке условий договора франшизы необходимо определить наличие существенного дисбаланса между обязательствами франчайзера и франчайзи на основе общего толкования содержания договора и возможностей преимущественного участия в формировании его условий одной из сторон. Таким образом, рассматриваемые решения определили, что вступление во франчайзинговую сеть не означает, что все односторонние положения в договоре франчайзинга являются обоснованными и впоследствии не могут быть аннулированы судом [23].

В рассмотренном контексте правового регулирования франчайзинговых отношений можно сделать ряд выводов. Во-первых, главенствующими нормативными актами, регулирующими франчайзинговые отношения, являются Торговый и Гражданский кодексы Франции, в которых ключевая роль отводится преддоговорным обязательствам. Во-вторых, основой дисбаланса во франчайзинговых отношениях могут служить такие обстоятельства, как недоста-

точная прозрачность преддоговорной информации и/или введение в заблуждение франчайзи относительно реальной прибыльности бизнеса; включение в договор односторонних условий, что способствует ущемлению прав франчайзи и возникновению споров; навязывание франчайзером невыгодных условий договора при злоупотреблении экономической зависимостью.

Таким образом, усиление судебного контроля за предоставлением преддоговорной информации и предотвращение злоупотреблений со стороны франчайзера, разработка Французской федерацией франчайзинга стандартных форм франчайзинговых соглашений, закрепление норм об ответственности франчайзера за неоказание поддержки франчайзи будут способствовать совершенствованию французского законодательства, минимизации рисков и защите участников франчайзинговых отношений.

Автор выражает благодарность Ющенко Снежане Анатольевне за осуществление перевода иностранной литературы.

Литература:

1. Franchise (réseau commercial). URL: [https://fr.wikipedia.org/wiki/Franchise_\(réseau_commercial\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Franchise_(réseau_commercial)).
2. Indicateurs clés de la franchise: de solides performances confirmées en 2023. Communiqué de presse Février 2024. Fédération Française de la Franchise. URL: <https://www.franchise-fff.com/wp-content/uploads/2024/02/FFF-CPA4-indicateursFranchise2024-V5.pdf>.
3. Felix W. Attractiveness of France for the development of franchise business. Franchise opportunities in France. URL: <https://topfranchise.com/international-franchise-opportunities/european/franchises-in-france/>
4. Mellerio R. A general introduction to franchise law in France. URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=87ab1ef4-8a9d-4761-9c43-480011006d96>.

5. Europese Erecode Inzake Franchising. European Franchise Federation. URL: <https://franchiseplus.nl/sites/default/files/paragraph/attachment/file/NFV%20Europese%20Erecode%202016.pdf>.
6. European Franchise Federation. URL: <https://eff-franchise.com/>
7. Bourguet F. France: The intangible elements of the franchise. URL: <https://www.roedl.com/insights/france-franchise-franchisor-trademarks#trademark>.
8. Code de commerce. URL: <https://wipo.lex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/en/fr/fr199en.pdf>.
9. Ordonnance № 2016-131 du 10 février 2016 portant réforme du droit des contrats, du régime général et de la preuve des obligations. NOR : JUSC1522466R. // JORF. 2016. № 26. 11 février. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/download/pdf?id=uNpE2icpAZrhs7GxvVHBoeNldSv3V6deoj07JYZtOrw=>
10. Code civil: Titre III : Des sources d'obligations (Articles 1100 à 1303-4). Création Ordonnance n°2016-131 du 10 février 2016. URL: https://www.legifrance.gouv.fr/codes/section_lc/LEGITEXT000006070721/LEGISCTA000006118032/#LEGISCTA000032040794.
11. Héry C. L'impact de la réforme du droit des contrats sur les contrats de distribution. URL: <https://cheryleblogdeladistrib.wordpress.com/2018/05/20/limpact-de-la-reforme-du-droit-des-contrats-sur-les-contrats-de-distribution/>
12. Edon C., Edon O. Distribution L'impact de la réforme du droit des contrats sur les contrats de franchise // Expression Acheter-Louer.fr. 2016. № 51. juillet/août. URL: <https://cheryleblogdeladistrib.wordpress.com/2016/07/28/limpact-de-la-reforme-du-droit-des-contrats-sur-les-contrats-de-franchise/>
13. Décret № 2023-1394 du 30 décembre 2023 pris en application de l'ordonnance № 2023-1142 du 6 décembre 2023 relative à la publication et à la certification d'informations en matière de durabilité et aux obligations environnementales, sociales et de gouvernement d'entreprises des sociétés commerciales. // JORF. 2023. № 0304. NOR : JUSC2327667D. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/LEGIARTI000048870007/2024-01-01/>
14. Cour de Cassation, Chambre commerciale, du 7 juillet 2004, 02-15.950. // Bulletin. 2004. № 150. P. 164. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000007048438>.
15. Héry C. Le contrôle de l'information du franchisé. // Expression. 2018. № 61. P. 16. URL: <https://www.magazineexpression.fr/pdf-reader/?file=https:%2F%2Fwww.magazineexpression.fr%2Fapi%2Feditions%2Fedition61.pdf>.
16. Arrêt de la Cour d'appel de Paris du 20 janvier 2021 n 19/03382. URL: https://www.labase-lextenso.fr/jurisprudence/CAPARIS-20012021-19_03382.
17. Toulouse G., Ferly A. De l'importance de l'expérience du franchisé dans l'appréhension du vice du consentement au stade précontractuel. // Franchise and Distribution newsletter. 2021. № 25. URL: <https://www.taylorwessing.com/fr/people/france/paris/axel-ferly>.
18. Héry C. L'information précontractuelle du franchisé expérimentée. URL: <https://cheryleblogdeladistrib.wordpress.com/2021/03/08/326/>
19. Cour de cassation, civile, Chambre commerciale, 10 février 2021, 18-25.474, Inédit. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/juri/id/JURITEXT000043168281>.
20. Mellerio R. Mandatory nature of French legislation on restrictive trade practices. URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=c12ae216-b1cd-4c9f-bce0-aef445972a24>.
21. Regulation (EC) № 593/2008 of the European Parliament and of the Council of 17 June 2008 on the law applicable to contractual obligations (Rome I) // OJL. 2008. № 177. P. 6–16. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2008/593/oj>.
22. Jouy M. La loi "Descrozailles" : L'impact de l'application étendue du droit français s'agissant des relations commerciales entre franchiseurs et franchises. URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=b9f123de-b710-4ab7-956d-93de6764e7fa>.
23. Mellerio R. Year in review: franchise law in France. URL: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=3a449e14-c5e2-41ed-a670-6880a8cda516>.

Legal Regulation of Franchising in France

Yushchenko N.A.

Branch of Kazan Federal University in Naberezhnye Chelny

On the European continent, France is the main leader in the number of franchise networks and the volume of profit from their turnover, which is due to the long history of using franchising models in this country. The legal framework for regulating franchising relations combines the norms of civil and commercial law, as well as a number of special legislative acts of public law aimed at ensuring the interests of their participants. French legislation is characterized by "soft" law, which contributes to the popularity and dynamic development of franchising. However, the complexity and versatility of franchising relations, as well as the emergence of new technological features of production and sales

markets, require constant analysis and improvement of the mechanisms of legal regulation of this area of business. The purpose of the study is to analyze the legislation, doctrinal approaches and law enforcement practice in the field of franchising relations in France. The purpose of the scientific research determines its objectives: to determine the private law basis for regulating franchising relations, taking into account the reform of French legislation; to identify key problems and risks arising within the framework of franchising relations; analyze the mechanism for regulating restrictive trade practices aimed at protecting competition and market stability.

The practical significance of the study lies in determining the trends in the development of the modern system of regulatory control of franchising relations in France and the possibility of forming similar legal institutions in Russia. The work defines, firstly, the influence of general contract law on the special regulation of franchising relations; secondly, the emphasis in the legal regulation of private law relations on the pre-contractual obligations of their participants having a complex structure; thirdly, the inclusion in the norms of legislation of mechanisms aimed at balancing contractual relations such as: abuse of economic dependence, restrictive trade practices, etc. The main conclusions made in the work can contribute to the harmonization of French legislation and international cooperation, as well as contribute to a more sustainable development of franchising relations.

Keywords: franchising, franchise, civil law, intellectual property, contract law, French legislation

