

Коллегия адвокатов «Регионсервис» — признанный межрегиональный лидер в вопросах правовой защиты бизнеса

www.regionservice.com

ПРАВОВОЙ ОБЗОР¹

17 августа 2026 г.

Атаки БПЛА на склады маркетплейсов: распределения рисков в контексте несправедливых договорных условий

За последнее время большое количество складских объектов маркетплейса Wildberries (далее также «маркетплейс», «Вайлдберриз»), расположенных на территории разных субъектов РФ, подверглись атакам беспилотных летательных аппаратов (БПЛА). Вследствие этого произошли возгорания складских помещений, что привело к существенному ущербу, причинённому товарным запасам продавцов (селлеров). В связи с этим остро встала проблема компенсации потерь продавцов.

I. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЮРИДИЧЕСКИХ РИСКОВ В КОНТЕКСТЕ МОДЕЛИ РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ МАРКЕТПЛЕЙСАМИ И ПРОДАВЦАМИ

После начала атак БПЛА на склады широкий общественный резонанс получило одностороннее внесение изменений в оферту Wildberries. В результате внесения данных изменений был конкретизирован перечень обстоятельств непреодолимой силы, исключающих обязанность маркетплейса возмещать стоимость утраченного товара. В данный перечень в качестве таких обстоятельств были внесены любые последствия применения, воздействия, падения, запуска или срабатывание вооружений, военной техники, летательных аппаратов (включая БПЛА). Ранее в оферте формулировка обстоятельств непреодолимой силы была общей, без перечисления конкретных событий, относящихся к ним. Аналогичные изменения были внесены в оферты и иных маркетплейсов.

По сути, таким образом маркетплейс перераспределил риски утраты продукции вследствие атак БПЛА на самих продавцов. Но допустимо ли это с точки зрения законодательства?

Начать следует с общей характеристики правового регулирования отношений между продавцами и маркетплейсами.

Продавец реализует свою продукцию через торговую площадку маркетплейса на основании оферты, которую продавец обязан акцептовать, путем внесения лицензионного платежа. После этого между сторонами считается заключенным договор на условиях оферты.

¹ Материал подготовлен исключительно в информационных целях и не является юридической консультацией или заключением.

С точки зрения гражданского права такой договор считается смешанным, который среди прочего предполагает оказание маркетплейсами услуг по хранению товаров продавцов. Соответственно утрата товара означает формальное нарушение обязанности маркетплейса по обеспечению его сохранности.

Помимо этого, важный момент заключается в том, что договор, который заключают продавцы с маркетплейсами, является договором присоединения (ст. 428 ГК РФ): продавец не имеет возможности вносить свои правки в предлагаемые условия и может заключить договор, только согласившись на все условия маркетплейса. Именно такой подход соответствует судебной практике ([Постановление Арбитражного суда Московского округа от 12.03.2025 по делу №А41-47381/2024](#), [Определение Первого кассационного суда общей юрисдикции от 11.03.2025 по делу № 88-6121/2025](#)).

Нельзя не отметить, что маркетплейсы в соответствии с условиями оферты имеют право в одностороннем порядке вносить изменения и/или дополнения в договоры с продавцами. Более того, такое право не противоречит законодательству и прямо предусмотрено п. 4 ст. 450.1 ГК РФ.

Между тем, право маркетплейса на определение условий договора оферты не может быть безгранично. Поскольку это договор присоединения, то отношения между продавцами и маркетплейсом могут быть рассмотрены через призму доктрины несправедливых договорных условий, которая заключается в том, что даже если условие договора не противоречит законодательству, но при этом ущемляют слабую сторону договора (в данном случае – продавцов), то суд вправе не применить соответствующее условие или изменить его.

В этом плане показательна практика Федеральной антимонопольной службы, которая уже требовала от маркетплейсов [вносить изменения в оферту](#), пусть и по другому вопросу. ФАС России выдавал предписание по внесению изменений в оферту в связи с навязыванием продавцам, осуществляющих деятельность по торговле на маркетплейсе, невыгодных условий реализации товара путем изменения условий оферты ([Предупреждение ФАС России от 17.04.2026 № МШ/36557/26](#)).

II. ДОПУСТИМО ЛИ ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ РИСКОВ ПРИМЕНИТЕЛЬНО К АТАКАМ БПЛА?

В связи с этим возникает интересный вопрос: а можно ли рассмотреть новые условия оферты и изменения в нее как несправедливое договорное условие? Ведь изменения в оферту следует рассматривать не только как ограничение ответственности маркетплейса как профессионального хранителя, но и распределение рисков гибели хранящихся товаров.

Как показывает судебная практика, атаки БПЛА признаются форс-мажорным обстоятельством: *«Судом апелляционной инстанции установлено, что нарушение сроков исполнения обязательств по государственному контракту обусловлено угрозой атак БПЛА. Указанное обстоятельство является чрезвычайным и непредотвратимым при данных условиях, то есть обладает признаками обстоятельств непреодолимой силы (форс-мажора)...*» ([Постановление Одиннадцатого арбитражного апелляционного суда от 23.04.2026 № 11АП-3465/2026 по делу № А65-31959/2025](#), [Постановление Двадцатого арбитражного апелляционного суда от 15.04.2025 № 20АП-1208/2025 по делу № А23-10245/2023](#)).

Однако и здесь есть ряд нюансов. Чтобы суд признал атаку форс-мажором, необходимо документально подтвердить факт наступления форс-мажора, доказать добросовестность стороны, ссылающейся на наступление такого обстоятельства, а также наличие причинно-следственной связи между форс-мажором и неисполнением обязательства.

Одним из ключевых критериев форс-мажора является непредотвратимость.

В настоящем случае возможности маркетплейса по предотвращению атак БПЛА, в силу специфики, действительно ограничены. Скорее можно говорить о возможностях

маркетплейсов по предотвращению негативных последствий, а не самого события. Нельзя не отметить, что экономические потери самого маркетплейса также весьма значительны.

В связи с этим не совсем правильно говорить, что маркетплейс злоупотребил своим правом на изменение оферты — скорее он устранил возможную правовую неопределенность в части правовой квалификации атак БПЛА в отношениях с продавцами. Даже первоначальные условия оферты не предполагали безусловной обязанности маркетплейсов компенсировать стоимость утраченного товара вследствие всех возможных обстоятельствах.

В то же время, как отмечено в п.10 [Постановления Пленума ВС РФ от 24.03.2016 № 7 «О применении судами некоторых положений Гражданского кодекса Российской Федерации об ответственности за нарушение обязательств»](#), само по себе наступление обстоятельств непреодолимой силы хоть и является основанием для освобождения от ответственности, но одновременно обязывает маркетплейсы предпринять все разумные меры для уменьшения ущерба.

III. ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ

Представляется, что вопрос распределения рисков применительно к атакам БПЛА, а также компенсации экономических потерь следует рассматривать как политический и социальный, а потому этот вопрос подлежит разрешению не в судебных разбирательствах, а с помощью мер государственной поддержки, распределения рисков на уровне законодательства, а также путем договоренностей между пострадавшими участниками.

В настоящий момент обсуждаются различные варианты поддержки (заморозка процентов по кредитам продавцов, введение моратория на банкротство селлеров, возможность бесплатного вывоза товаров продавцами со склада). Сейчас одной из ключевых мер поддержки продавцов является отсрочка по кредитам; также есть отмена оплаты за обслуживание счета Вайлдберриз Банка, действуют скидки на хранение товара и бесплатные транзитные поставки.

Между тем любое распределение рисков означает, что один или несколько субъектов остаются в минусе и принимают на себя негативные последствия, в том числе понесенные другими лицами.

Как известно, одним из способов минимизации риска является не возложение негативных последствий в полном объеме на одну конкретную сторону, а распределение данного риска между всеми участниками (государство, маркетплейсы, продавцы). Представляется, что данный способ применим и при разрешении сложившейся ситуации.

КЛЮЧЕВЫЕ КОНТАКТЫ



[Алексей Петров](#)

Советник

a.petrov@regionservice.com

Тел.: +7(495) 260 06 50