

## تعهد به افشای اطلاعات اساسی در قرارداد فرانشیز

دکتر مرتضی شهبازی نیا\* سیدکمال سجادی\*\*

پذیرش: ۸۹/۳/۱۶

دریافت: ۸۸/۱۰/۱

قرارداد فرانشیز / اطلاعات قراردادی / اطلاعات پیش‌قراردادی / تعهد به افشای اطلاعات اساسی

### حکیده

تعهد به افشای اطلاعات اساسی از لحاظ نظری و عملی حائز اهمیت است. به این معنا که برای برخورداری از آگاهی لازم برای نیل به تصمیم‌گیری و انعقاد قرارداد اطلاعاتی که در ایجاد رضای سالم قراردادی مؤثر است باید در اختیار طرف مقابل قرار داده شود. در قرارداد فرانشیز تخلف از این تکلیف که از لوازم و ضروریات حسن‌نیت در مرحله مذاکره، انعقاد و اجرای قرارداد است تأثیر بسزایی در روابط حقوقی طرفین به‌جا می‌گذارد. در این مقاله ضمن تعیین حدود تعهد فوق، ضمانت‌اجرای‌های تخلف از آن در حقوق ایران مورد بررسی قرار می‌گیرد.

طبقه‌بندی JEL: k12

## مقدمه

واحد تجاری یا صنعتی که به دنبال توسعه حوزه فعالیت خود در خارج از مرزهای داخلی است و از این طریق می‌خواهد اعتبار فرامرزی و به تبع آن سود بیشتر تحصیل کند با دو عامل محدودکننده روبه‌رو است: اولاً باید موانع ورود به بازار خارجی را طی کند. ثانیاً برای سرمایه‌گذاری و تأمین نیروی کار از نقدینگی بالا برخوردار باشد. استفاده از قرارداد فرانسیز<sup>۱</sup> که یکی از روش‌های تجاری انتقال فناوری است موجب می‌شود از مشکلات فوق اجتناب شود؛ به این صورت که چون اعطاکننده امتیاز فرانسیز<sup>۲</sup> به‌طور مستقیم وارد بازار خارجی نمی‌شود با موانع نسبتاً کمتری روبه‌رو است، حتی چه‌بسا ممکن است به‌علت آوردن سرمایه و همکاری با واحد صنعتی داخلی از تسهیلات و مشوق‌هایی بهره‌مند شود. به‌علاوه از آنجا که تأسیس واحد تجاری یا صنعتی و تأمین نیروی کار، پرداخت مالیات و سایر عوارض مربوطه و همچنین ریسک فعالیت تجاری برعهده گیرنده امتیاز فرانسیز<sup>۳</sup> است، اعطاکننده امتیاز دغدغه نقدینگی و سرمایه را ندارد<sup>۴</sup>. از طرف دیگر استفاده از این نهاد گیرنده امتیاز را قادر می‌سازد در همان ابتدای فعالیت محصول یا خدمتی را عرضه کند که شناخته‌شده و مورد اعتماد است. نهاد فرانسیز ترتیب تجاری قراردادی است که به‌موجب آن یک طرف (اعطاکننده امتیاز) به دیگری (گیرنده امتیاز) اجازه می‌دهد در انجام تجارت خود (فروش کالا یا ارائه خدمات) از نظام تجاری او که مجموعه‌ای از علامت تجاری، اعتبار تجاری، اسرار تجاری و خدمات فنی و آموزشی است، استفاده کند؛ در مقابل گیرنده امتیاز متعهد می‌شود که تجارتش را در تطابق با نظام تجاری اعطاکننده امتیاز به کار گیرد و اعتبار و علامت تجاری اعطاکننده امتیاز را حفظ کرده و توسعه دهد، همچنین حق امتیاز مورد توافق را بپردازد<sup>۵</sup>. بنابراین قرارداد فرانسیز توافقات مبسوط و پیچیده‌ای را شامل می‌شود که گیرنده امتیاز انجام اعمال تجاری یا فروش محصولات یا خدمات را مطابق با روش و روند تعریف‌شده به‌وسیله اعطاکننده امتیاز به‌عهده می‌گیرد و اعطاکننده

1. Franchise.

2. Franchisor.

3. Franchisee.

۴. اشمیتوف، (۱۹۸۷)؛ ص ۴۱۸.

5. Antel &amp; Ostroumova (2003); p. 3.

امتیاز نیز متعهد می‌شود که از طریق تبلیغات، ترویج و دیگر خدمات مشاوره‌ای به گیرنده یاری برساند. به دلیل گستردگی موضوع قرارداد فرانشیز که متشکل از بسته‌ای از حقوق مالکیت فکری به همراه دانش فنی و اسرار تجاری مربوطه است طرف اعطاکننده امتیاز که آگاهی مبسوطی از اطلاعات مرتبط با این امور و همچنین چگونگی وضعیت بازار دارد، در موقعیت برتری نسبت به گیرنده امتیاز قرار می‌گیرد. از طرف دیگر، شکل‌گیری «رضا» در گیرنده امتیاز و حرکت اراده وی در جهت انعقاد قرارداد وابسته به همین اطلاعاتی است که در اختیار اعطاکننده امتیاز قرار دارد. لذا تخطی وی از افشای اطلاعات اساسی در مرحله پیش‌قراردادی تشکیل قرارداد را به علت عیب اراده گیرنده امتیاز، مختل می‌کند و در مرحله اجرای قرارداد تعادل معاوضی را برهم می‌زند.

#### ۱. تعهد به افشای اطلاعات اساسی

قرارداد فرانشیز تعهدات حقوقی گسترده‌ای را شامل می‌شود که محدود به اعطای پروانه<sup>۱</sup> بهره‌برداری از حقوق مالکیت فکری نیست؛<sup>۲</sup> گیرنده امتیاز با پرداخت مبلغی در ابتدای قرارداد و همچنین تعهد به پرداخت مستمر مبالغی در طول حیات قرارداد (به صورت سالانه و یا براساس درصدی از درآمد ناخالص) و مهم‌تر از همه تعهد به فعالیت تحت شبکه فرانشیز<sup>۳</sup> و پیروی از روش و دستورالعمل‌های تجاری<sup>۳</sup> اعطاکننده امتیاز، مستحق استفاده از حقوق مالکیت فکری مرتبط با فعالیت شبکه فرانشیز و بهره‌مندی از دانش تجربی و دریافت کمک‌های آموزشی و اطلاعاتی برای اداره و راه‌اندازی تجارت و استفاده بهینه از اعتبار شبکه فرانشیز خواهد بود.<sup>۴</sup> با این وجود، شکل‌گیری «رضا» در گیرنده امتیاز و حرکت اراده وی در جهت انعقاد قرارداد وابسته به اطلاعاتی است که در اختیار طرف دیگر قرار دارد و همین نکته است که اهمیت حقوقی اطلاعات اساسی مربوط به شبکه فرانشیز و چگونگی دانش تجربی و حقوق مالکیت فکری در قرارداد فرانشیز را روشن می‌کند. بسیاری از آرای قضایی که منجر به ابطال یا اصلاح قراردادهای فرانشیز شده‌اند و همچنین آرای بسیاری که

1. License.

2. Franchise Network.

3. Business Method and Instructions.

4. Bueno Diaz (2008); p. 47.

مربوط به محکومیت به جبران خسارت قراردادی در رابطه با فرانشیز است ناشی از تخلف در ارائه اطلاعات اساسی و ضروری در قرارداد بوده است.<sup>۱</sup>

وظیفه افشای اطلاعات منحصر به مرحله پیش‌قراردادی نیست و در مرحله اجرای قرارداد نیز اعمال می‌شود. در فرض اول تعهد مورد بحث ماهیت پیش‌قراردادی دارد. به عبارت دیگر الزام ناشی از آن از آثار عقد تلقی نمی‌شود، زیرا هنوز قراردادی شکل نگرفته است که بتوان با تفسیر مفاد آن تعهد مذکور را به اراده طرفین نسبت داد. لیکن در فرض دوم ماهیت آن قراردادی است. در پاره‌ای از موارد تفکیک بین تعهد به افشای اطلاعات پیش‌قراردادی و قراردادی دشوار است. با این وجود، ملاک کلی برای تفکیک این دو نوع تعهد چگونگی تأثیر فقدان این قسم اطلاعات در قرارداد خواهد بود: اطلاعاتی که فقدان آن موجب معیوب شدن رضای یکی از طرفین قرارداد می‌شود دارای ماهیت پیش‌قراردادی است؛ اما اطلاعاتی که عدم اعطای آن به‌طور مستقیم تأثیری در انعقاد قرارداد ندارد و صرفاً منافع حاصل از اجرای قرارداد را تحت تأثیر قرار می‌دهد قراردادی است.<sup>۲</sup> بنابراین، در قرارداد فرانشیز مبنای منع التزام به افشای اطلاعات پس از تشکیل قرارداد خود قرارداد است. زیرا برخلاف قرارداد مجوز بهره‌برداری از مالکیت صنعتی<sup>۳</sup> که مجوزدهنده تکلیفی ندارد که مجوزگیرنده را قادر و توانمند سازد تا بتواند از فناوری استفاده کند، (مگر این که هدف قرارداد مجوز بهره‌برداری، انتقال فناوری باشد یا چنین تکلیفی به صراحت یا به‌طور ضمنی از قرارداد استنباط شود) در قرارداد فرانشیز هدف این است که اعطاکننده امتیاز به روش‌های مختلف از جمله ارائه اطلاعات دقیق درباره تغییرات بازار و نحوه تبلیغات و بازاریابی و همچنین ارائه آموزش و رموز تجاری، گیرنده امتیاز را چنان توانمند سازد که بتواند دارای نظام تجاری مشابه با اعطاکننده امتیاز شود. تعهد به افشای اطلاعات اساسی پس از انعقاد قرارداد بر پایه ضرورت رعایت اصل حسن‌نیت در قراردادها استوار است.<sup>۴</sup> در حقوق فرانسه در رابطه با تعهد به افشای اطلاعات مربوط به شبکه فرانشیز در حین اجرای قرارداد، سعی شده است این تعهد را به مفهوم سکوت متقابلانه<sup>۵</sup> که از موجبات ضمان خارج

1. Ibid, p. 76.

2. Musy, (2001); p. 12.

3. License Contract.

۴. قاسمی، حامد (۱۳۷۵)؛ ص ۱۰۵.

5. Reticence Dolosive.

از قرارداد است. تشبیه نمایند؛ لیکن همان گونه که در حقوق انگلیس پذیرفته شده است به نظر می‌رسد تعهد به ارائه اطلاعات پس از تشکیل قرارداد فرانشیز نظریه‌ای مستقل و مبتنی بر اصل حسن نیت باشد.<sup>۱</sup> بر این مبنا، در مورد ضمانت اجرای حقوقی تخلف از این تعهد باید گفت در صورتی که اعطاکننده امتیاز پس از تشکیل قرارداد فرانشیز و در حین اجرای آن از ارائه اطلاعاتی که برای اداره و پیشبرد فعالیت موضوع فرانشیز ضروری است اجتناب کند، در وهله اول ضمانت اجرای کلی الزام به تعهد اجرا می‌شود؛ زیرا در قرارداد فرانشیز تعهد به ارائه لوازم عرفی پیشبرد و گسترش فعالیت موضوع شبکه فرانشیز حتی اگر در قرارداد شرط نشده باشد، به‌طور ضمنی بر عهده اعطاکننده امتیاز قرار دارد؛ با این وجود، دادگاه‌های فرانسه در مواردی که اطلاعات مذکور برای گیرنده امتیاز جهت پیشبرد فعالیت تجاری اساسی است در کنار ابزار اجبار به گیرنده امتیاز اجازه می‌دهد قرارداد را فسخ کند. زیرا در این حالت، علت التزام وی در قرارداد فرانشیز منتفی شده و در نتیجه با استناد به نظریه علت تعهد، وی حق دارد قرارداد را فسخ و هزینه‌ها و خسارات خود را از اعطاکننده امتیاز دریافت کند.<sup>۲</sup> البته این رویه مورد انتقاد حقوقدانان فرانسه قرار گرفته است، زیرا به اعتقاد این حقوقدان‌ها، منتفی شدن علت تعهد انفساخ قهری عقد را به دنبال دارد نه اینکه حق فسخ ایجاد کند تا بر پایه آن و به درخواست گیرنده امتیاز عقد منحل شود.<sup>۳</sup> اما ماهیت تعهد به ارائه اطلاعات جامع در مورد شبکه فرانشیز پیش از انعقاد قرارداد همان گونه که گفته شد با تعهد به ارائه اطلاعات ضروری پس از انعقاد قرارداد متفاوت است؛ اعطاکننده امتیاز پیش از تشکیل قرارداد باید راجع به امور معینی اطلاعاتی را در اختیار طرف دیگر قرار دهد تا براساس آن طرف گیرنده امتیاز بتواند در شرایط معقول و به‌طور آگاهانه تصمیم بگیرد و اراده خویش را اعمال کند. در ابتدای شکل‌گیری قواعد مربوط به فرانشیز تعهد به ارائه اطلاعات اساسی به گیرنده امتیاز قبل از انعقاد قرارداد جزء شرایط اساسی فرانشیز محسوب نمی‌شد. در حقوق فرانسه تا پیش از تصویب ماده ۳-۳۳۰ L قانون تجارت قاعده‌ای که به‌طور مستقل تعهد فوق را تقنین کرده باشد، وجود نداشت. و بر همین اساس، رویه

1. Toulet (1999); p. 66.

2. Marsh (1994); p. 128.

3. Bueno Diaz (2008); p. 137.

4. Ghestin & Jamin & Billiau (2001); p. 116.

قضایی نیز در مورد آن ساکت است. اولین احکام قضایی راجع به تعهد به انتقال اطلاعات صحیح و جامع قبل از انعقاد قرارداد در دهه هشتاد میلادی توسط دیوان عالی کشور فرانسه صادر شد. این احکام در مورد قراردادهای توزیع کالا<sup>۱</sup> است. براساس استدلال دیوان عالی توزیع کنندگان متعهد به انتقال تمامی اطلاعاتی هستند که مورد نیاز طرف قرارداد است و همچنین بررسی صحت و سقم اطلاعات ضروری نیز بر عهده توزیع کننده است.<sup>۲</sup> هر چند این آرا به طور خاص در حوزه قراردادهای فرانسیز صادر نشده است اما ملاکی را در اختیار قرار می دهد که براساس آن هرگاه یک طرف قرارداد اطلاعات ضروری مربوط به جنبه های مختلف موضوع قرارداد را در اختیار دارد و براساس همین اطلاعات می تواند موضوع معامله را آگاهانه سنجیده و مورد معامله قرار دهد؛ درحالی که طرف دیگر قرارداد دسترسی به چنین اطلاعاتی ندارد و برای به دست آوردن آگاهی راه معقول و متعارفی جز توسل به اطلاعات طرف دیگر و اعتماد به او وجود ندارد. دارنده اطلاعات اساسی نه تنها موظف به ارائه کامل آن به معامله کننده دیگر است، بلکه مسئولیت صحت و جامعیت اطلاعات را نیز بر عهده دارد و تخطی از این تعهد برای وی ضمان آور است. سرانجام در سال ۱۹۸۹ پارلمان فرانسه با تصویب ماده ۳-۳۳۰ L قانون تجارت، به طور خاص تعهد فوق الذکر را مطرح کرد. رأی دیوان عالی فرانسه در چهار دسامبر ۱۹۹۰ نیز پیرو همین ماده صادر شد. در آن پرونده، گیرنده امتیاز فرانسیز درخواست ابطال قرارداد را از این جهت که وی دچار اشتباه (اساسی) در عقد شده است، نمود و این چنین استدلال کرد که میزان فروش و سود حاصل از قرارداد بسیار کمتر از آن چیزی است که وی بر اثر اطلاعات غلط اعطا کننده امتیاز انتظار آن را داشته است. دیوان عالی چنین نتیجه گیری کرد که اعطا کننده امتیاز از تعهد خود مبنی بر ارائه تصویری درست از بازار و شبکه فرانسیز به گیرنده امتیاز خودداری کرده است و این تخطی به اساس توافق خدشه وارد کرده است.<sup>۳</sup>

از آنجا که تعهد به ارائه اطلاعات پیش از انعقاد قرارداد، تعهدی است که بر پایه اصول

1. Distribution Contracts.

2. Virassamy (1990); p. 305.

۳. (Bueno Diaz, 2008, p. 63) در دیگر کشورهای اروپایی از جمله بلژیک، اسپانیا و ایتالیا نیز روند مشابهی در پذیرش و تقنین تعهد فوق الذکر طی شده است. در بلژیک در قانون ۱۹ دسامبر ۱۹۹۵ که در ۲۵ دسامبر ۲۰۰۵ اصلاح شده است اختصاصاً راجع به اطلاعات پیش قراردادی در قراردادهای شراکت تجاری قواعد مشابهی وضع شده است. در اسپانیا ماده ۶۲ قانون تجارت خرده فروشی مصوب ۱۹۹۶ تعهد مزبور را الزامی کرده است. در ایتالیا نیز در رابطه با قرارداد فرانسیز قانون مجزایی در سال ۲۰۰۴ به تصویب رسیده است.

حقوقی از جمله لزوم مشخص و معلوم بودن مورد معامله و ضرورت تصمیم‌گیری آگاهانه طرفین عقد، شناسایی شده است و از طرف دیگر تعهدی است که باید پیش از انعقاد قرارداد ایفا شود تا زمینه تصمیم‌گیری آگاهانه طرف دیگر عقد در هنگام اعلام اراده خویش (بر انعقاد یا رد معامله) را فراهم سازد، تنها با تفسیر قرارداد و مرجع قراردادن آن به عنوان قانون طرفین نمی‌توان مفاد تعهد فوق‌الذکر را به طور کامل استخراج کرد. به همین علت، همان گونه که بیان شد، رویه قضایی در بعضی کشورها از جمله فرانسه<sup>۱</sup> تکلیف مزبور را نه بر اساس تفسیر قراردادهای فرانشیز که بر اساس متعارف بودن ارائه اطلاعات پیش قراردادی و همچنین اصول مربوط به اشتباه بر طرف اعطاکننده امتیاز بار کرده است. از لحاظ حقوق داخلی و قانون مدنی ایران نیز متعاملین به کلیه نتایجی که به موجب عرف و عادت از قرارداد حاصل می‌شود ملزم می‌باشند. (ماده ۲۲۰ قانون مدنی ایران) و از این لحاظ امر متعارف نسبت به طرفین الزام‌آور است، هر چند که آن‌ها از عرف مطلع نباشند. در نتیجه با شناسایی خطوط اصلی مفاد تعهد فوق و بررسی این که ارائه اطلاعات صحیح و جامع پیش از انعقاد قرارداد هم‌اکنون در قراردادهای فرانشیز نه تنها امری متعارف که الزام‌آور محسوب می‌شود. دادگاه‌های داخلی نیز می‌توانند در ارتباط با قراردادهای فرانشیز در مواقعی که قانون ایران قانون حاکم بر قرارداد محسوب می‌شود، این تعهد را نسبت به طرف اعطاکننده امتیاز شناسایی کنند.

اصول حقوق اروپایی در مورد قراردادهای نمایندگی تجاری، فرانشیز و توزیع کالا<sup>۲</sup> در دو ماده به چگونگی ارائه اطلاعات در قرارداد فرانشیز پرداخته و ضمانت‌اجرای تخلف از آن را مطرح کرده است. به استناد ماده ۱:۲۰۱، اعطاکننده امتیاز موظف است در مدت زمان معقولی قبل از انعقاد قرارداد اطلاعات کاملی در مورد معامله در اختیار گیرنده امتیاز قرار

1. Virassamy (1990); p. 305.

۲. The Principle of European Law on Commercial Agency, Franchise and Distribution Contracts این اصول جدیدترین متن حقوقی راجع به قواعد فرانشیز است که توسط گروه مطالعاتی حقوق مدنی اروپا به درخواست کمیسیون اروپایی تدوین شده است. هر چند قواعد آن الزام‌آور نیست و تنها در صورت توافق طرفین قرارداد قواعد آن نسبت به ایشان الزام‌آور خواهد بود، اما از آنجا که هدف از تدوین این قواعد یکسان‌سازی مقررات حقوقی کشورهای اتحادیه اروپا در زمینه قراردادهای توزیعی، نمایندگی تجاری و فرانشیز بوده و به عنوان الگویی علمی در اختیار قانون‌گذاران کشورهای عضو قرار گرفته و حاصل مطالعات تطبیقی گسترده کار گروه مذکور در مقررات و رویه‌های قضایی و عرف‌های تجاری کشورهای عضو اتحادیه اروپا است، در بردارنده اصول مشترک مترقی مربوط به قراردادهای فوق‌الذکر است.

دهد و در صورت تخلفی از این تعهد قواعد مربوط به اشتباه (که در فصل چهارم اصول مزبور مطرح شده است) اعمال می‌شود. در ماده ۳:۱۰۲ به این تعهد کلی دو نکته دیگر اضافه شده است؛ یکی این که فهرستی موضوعی از اطلاعاتی که باید قبل از انعقاد قرارداد توسط اعطاکننده امتیاز در اختیار گیرنده امتیاز قرار گیرد، ذکر شده است و دیگر این که علاوه بر ضمانت اجرای مبتنی بر اشتباه مقرر می‌دارد در هنگامی که بر اثر تخلف از تعهد فوق اشتباه اساسی رخ نداده است نیز اعطاکننده امتیاز ضامن هرگونه خسارتی است که از عدم ایفای کامل تعهد مزبور به گیرنده امتیاز وارد شده است. نکته حائز اهمیت این که اعطاکننده امتیاز نمی‌تواند در پناه تراضی یا شرط ضمن عقد به‌طور کلی یا جزئی از انجام تعهد به ارائه اطلاعات جامع و صحیح پیش از انعقاد قرارداد معافیت حاصل کند (بند ۳ ماده ۳:۱۰۲ اصول اروپایی). به عبارت دیگر، این ماده از جمله قواعد آمره محسوب می‌شود که طرفین نمی‌توانند برخلاف آن تراضی نمایند. روش تعیین لیست موضوعی اطلاعات راهکاری است که در قوانین موضوعه کشور فرانسه نیز استفاده شده است. ماده ۳-۳۳۰ L قانون تجارت فرانسه اعلام می‌کند که اعطاکننده امتیاز موظف است قبل از انعقاد قرارداد با یک سند کتبی اطلاعات منصفانه‌ای را که باعث می‌شود طرف دیگر قرارداد در یک شرایط آگاهانه تصمیم بگیرد ارائه دهد. بند ۲ ماده فوق بیان می‌کند سند مزبور علاوه بر موارد دیگر باید دربردارنده اطلاعات مربوط به سابقه و تجربه تجربی اعطاکننده امتیاز، وضعیت و پتانسیل رشد بازار، اهمیت شبکه خرده‌فروشی، چگونگی تمدید و یا پایان یافتن قرارداد، شرایط انتقال قرارداد و محدوده امتیازات انحصاری اعطاشده باشد. و در مواردی که پرداخت مبلغی قبل از اجرای قرارداد به‌ویژه به‌منظور اعطای حقوق انحصاری در یک محدوده جغرافیایی مطالبه می‌شود، تعهداتی که با پرداخت مزبور ایجاد می‌شود نیز باید به‌طور کتبی مشخص شود.

اساس قرارداد فرانشیز بر پایه مالکیت حقوقی است که دارای ارزش اقتصادی و تجاری بوده و مورد حمایت قانون قرار دارد و به‌طور کلی تحت عنوان حقوق مالکیت فکری طبقه‌بندی می‌شود از جمله حقوق انحصاری ثبت‌شده، حق مؤلف (کپی‌رایت)، علائم تجاری، نام‌های تجاری، طرح‌های صنعتی، ابزار تجاری و صنعتی و اطلاعات باارزش<sup>۱</sup>.

1. Cornish (1990); p. 5-8.



دانش تجربی<sup>۱</sup> که معمولاً جزء ثابتی در تمامی تعاریف مربوط به قرارداد فرانشیز است و بخش اساسی موضوع قرارداد را تشکیل می‌دهد، در ماده ۳-۳۳۰L، حقوق تجارت فرانسه ذکر نشده است؛ در حالی که اصول اروپایی با توجه به گسترش اهمیت دانش تجربی در قراردادهای فرانشیز ارائه اطلاعات توصیفی جامع و صحیح را پیش از انعقاد قرارداد در مورد آن ضروری تلقی کرده است (قسمت C بند ۱ ماده ۱۰۲:۳).

دانش تجربی به معنای آموخته‌ها، تجربه‌ها، نتایج آزمایش‌ها، یافته‌های علمی، ابداعات، اختراعات و... است که اعطاکننده امتیاز در طول فعالیت خود به آن‌ها دست‌یافته یا با آن‌ها مواجه شده است. او باید آن‌ها را به گیرنده امتیاز منتقل کند تا گیرنده امتیاز بدون نیاز به این که راه رفته را خود دوباره پیماید اقدام به فعالیت موفقیت‌آمیز کند. دانش تجربی باید از همان ابتدای فعالیت گیرنده امتیاز در اختیار وی قرار گیرد. به عبارت دیگر، دانش تجربی برای راه‌اندازی موردنیاز است و تأخیر در انتقال آن نیز ضمان‌آور است.<sup>۲</sup> موفقیت گیرنده امتیاز در تجارت خویش تنها وابسته به داشتن حقوق مالکیت فکری و دانش تجربی نیست بلکه اطلاعات مربوط به بازار و حوزه تجاری موردنظر نیز اهمیت دارد. نقش این اطلاعات در پیش‌بینی سود احتمالی گیرنده امتیاز است. از طرف دیگر، با توجه به فعالیت مداوم اعطاکننده امتیاز در حوزه تجاری و بازار مربوطه، فرض بر این است که وی اطلاعات صحیح و کاملی در رابطه با شرایط بازار و میزان رقابت در آن دارد که ارائه آن به گیرنده امتیاز پیش از انعقاد قرارداد ضروری است. هرچند تعهدی بر عهده اعطاکننده امتیاز مبنی بر ارائه اطلاعات در مورد میزان سود احتمالی (پیش‌بینی سود) وجود ندارد، به‌طور کلی این نکته پذیرفته شده است که اعطاکننده امتیاز با تبلیغات و اطلاعاتی که به گیرنده امتیاز ارائه می‌کند پیش‌بینی سود را در ذهن او تشکیل می‌دهد<sup>۳</sup> و از این طریق وی را به سرمایه‌گذاری و انعقاد قرارداد فرانشیز ترغیب می‌کند. در واقع، یکی از اصلی‌ترین عواملی که باعث ترغیب گیرنده امتیاز به پذیرش ریسک سرمایه‌گذاری می‌شود خوشبینی وی به سود احتمالی فعالیت آتی است. از طرف دیگر، نمی‌توان افراد را نسبت به تصور مشروعی که در دیگران ایجاد کرده‌اند بدون مسئولیت دانست، به‌خصوص وقتی که دیگران بر پایه این

1. Know How.

2. Leloup (2004); p. 58.

3. Ferrier (2002); p. 241.

تصور مشروع هزینه‌ای را متحمل می‌شوند.<sup>۱</sup>

تعهد پرداخت مبالغی تحت عناوین مختلف از جمله حق امتیاز<sup>۲</sup> یا اجرت و یا دیگر پرداخت‌های دوره‌ای، مهم‌ترین تعهد گیرنده امتیاز محسوب می‌شود.<sup>۳</sup> بنابراین، اعطای امتیاز پیش از انعقاد قرارداد باید در سند کتبی مذکور اطلاعات کامل مربوط به پرداخت‌ها را نیز لحاظ کند.

در مورد ضمانت اجرای تخلف از ارائه اطلاعات جامع و صحیح پیش از انعقاد قرارداد بعضی از دادگاه‌های فرانسه قراردادهای فرانشیزی را که در آن اعطاکننده امتیاز از تعهد خود مبنی بر ارائه اطلاعات پیش‌قراردادی مناسب تخطی کرده است را به استناد اینکه افشای اطلاعات جزء قواعد آمره قانون محسوب می‌شود و حتی در پناه شرط ضمن عقد یا توافق جداگانه نیز نمی‌توان از آن معافیت جست، به استناد ماده ۶ قانون مدنی فرانسه بی‌اعتبار و باطل<sup>۴</sup> اعلام می‌کنند؛ حتی با وجود این که دیوان عالی فرانسه اعمال این قاعده را تنها در صورت اثبات عیب رضا مجاز می‌داند.<sup>۵</sup> اعلام بطلان قرارداد دربردارنده این مفهوم است که طرفین قرارداد باید در موقعیتی قرار گیرند که پیش از انعقاد قرارداد داشته‌اند. در واقع این اعلام اثر قهقرای و عطف به ماسبق شدن<sup>۶</sup> دارد و طرفین قرارداد باید عین یا عوض آنچه را از طرف دیگر دریافت کرده‌اند مسترد کنند؛ اما همان‌گونه که بعضی از نویسندگان حقوقی اشاره کرده‌اند در قراردادهایی که در مدت طولانی اجرا می‌شود و دارای تعهدات متوالی و پی‌درپی‌اند و طرفین قرارداد در طول زمان، ایفای تعهد خود را در مقابل ایفای طرف دیگر به انجام می‌رسانند، نمی‌توان اثر عطف به ماسبق شدن ابطال قرارداد را به‌طور کامل اجرا کرد<sup>۷</sup> و الزام به استرداد و یا پرداخت عوض تکلیفی غیرمعقول و گاه غیرممکن است. در چنین مواردی در صورت متضرر شدن یک طرف قرارداد حکم کلی جبران خسارت از سوی مقصر، اعمال خواهد شد. اثر مهم دیگر ابطال

۱. کاتوزیان، (۱۳۸۲)؛ ش ۱۶۸ - ۱۷۲.

2. Royalty.

3. Malaurie & Aynès & Gautier, (2005); p. 473.

4. Nullité Absolue.

۵. در حقوق فرانسه که عنصر قصد انشاء به‌عنوان یک عنصر روانی جدای از رضا شناخته نشد نقش سازندگی عقد به عنصر رضا نسبت داده شده است (شهیدی، ۱۷۱۳/۴۸).

6. Lânémentissement Réoactif du Contract.

7. Ghestin & CJamin & Billiau, (2001); p. 541.

در قراردادهای فرانسیز در مورد محدودیت گیرنده امتیاز در رقابت با اعطاکننده امتیاز است. به طور معمول از آنجا که گیرنده امتیاز اطلاعات محرمانه و ارزشمندی را در ارتباط با شبکه فرانسیز در اختیار دارد و با استفاده از حقوق مالکیت فکری و دانش تجربی اعطاکننده امتیاز به تجارت می‌پردازد، قواعد مربوط به رقابت تجاری، گیرنده امتیاز را محدود می‌کند. با اعلام بطلان قرارداد فرانسیز، گیرنده امتیاز از این محدودیت خارج می‌شود.<sup>۱</sup> اما همان‌گونه که در بالا اشاره شده، پذیرش بطلان قرارداد به علت تخطی از تعهد مزبور حتی در حقوق فرانسه نیز دشوار است؛ چرا که باطل دانستن قرارداد بر مبنای معیوب بودن اراده سازنده آن در مورد تخلف از تعهد ارائه اطلاعات پیش قراردادی به دشواری قابل اثبات است. به همین علت، در چنین مواردی ابطال نسبی<sup>۲</sup> قرارداد با اصول حقوقی فرانسه سازگارتر است. در ابطال نسبی قرارداد تنها طرف گیرنده امتیاز که در فرض تخطی طرف دیگر از انجام تعهد مزبور متضرر شناخته می‌شود، می‌تواند ابطال قرارداد را در صورت وجود سایر شرایط درخواست کند. به علاوه، گیرنده امتیاز می‌تواند جبران خسارات ناشی از تقصیر اعطاکننده امتیاز در ارائه اطلاعات پیش قراردادی را نیز مطالبه کند. گیرنده امتیاز باید رابطه علیت بین نامناسب بودن اطلاعات دریافتی از اعطاکننده امتیاز و ورود خسارت به خود را اثبات کند.<sup>۳</sup>

بنابر این، بر طبق آنچه گفته شد در حقوق فرانسه ضمانت اجرای تخلف از تعهد مزبور در سه عنوان ابطال، ابطال نسبی و مسئولیت اعطاکننده امتیاز به جبران خسارت محدود می‌شود. اما اصول حقوق اروپایی در مورد قراردادهای نمایندگی تجاری، فرانسیز و توزیع کالا در مواردی امکان تعدیل قرارداد را نیز مورد توجه قرار داده است. مطابق ماده ۱:۲۰۱ اصول مزبور، اگر تخطی اعطاکننده امتیاز به ارائه اطلاعات باعث شود که گیرنده امتیاز تحت تأثیر اشتباه اساسی اقدام به انعقاد قرارداد کند، ضمانت اجرای مربوط به اشتباه اعمال خواهد شد. ضمانت اجرای مربوط به اشتباه یکی از طرفین قرارداد قابلیت ابطال قرارداد خواهد بود. (ماده ۴:۱۰۳ اصول مذکور) مگر این که اعطاکننده امتیاز تعدیل (اصلاح) قرارداد را با اشاره به این نکته که وی حاضر است قرارداد را بر مبنای آنچه گیرنده امتیاز متوجه شده است اجرا

1. Ferrier, (1987); p. 12.

2. Nullité Relative.

3. Leloup, (2004); p. 322.

کند، درخواست نماید. گفته شد که هدف از تعهد به ارائه اطلاعات پیش‌قراردادی کمک به گیرنده امتیاز در تصمیم‌گیری آگاهانه و مبتنی بر واقعیت است تا به این وسیله منافع وی که در موقعیت ضعیف‌تری از لحاظ اطلاعات و قدرت چانه‌زنی است، تأمین شود. این تعهد به سود گیرنده امتیاز است؛ بنابراین در صورت تخلف طرف دیگر و وقوع اشتباه اساسی تنها او است که می‌تواند ابطال قرارداد را درخواست کند. اما هنگامی که اعطاکننده امتیاز حاضر است بر مبنای تصویری که عملاً در طرف دیگر ایجاد شده، قرارداد را اصلاح و اجرا کند، منافع گیرنده امتیاز تأمین شده است و وی نمی‌تواند ادعا کند راضی به اجرای چنین قراردادی نبوده است. این راه‌حل (امکان تعدیل قرارداد) از لحاظ کاربردی و حفظ ثبات قراردادی مهم تلقی می‌شود اما توجه آن بر مبنای اصول حقوقی دشوار است.

تفسیری که اغلب از اشتباه اساسی در آرای قضایی شده است مربوط به اشتباه اساسی در پیش‌بینی سود فعالیت تجاری است؛ همان‌گونه که بیان شد طرف اعطاکننده امتیاز تعهدی به ارائه اطلاعات راجع به میزان سود احتمالی ندارد، اما وی با اطلاعاتی که درباره فعالیت و بازار تجاری مربوطه ارائه می‌دهد چنین ذهنیتی را درباره میزان سود احتمالی در طرف دیگر شکل می‌دهد؛ حال اگر گیرنده امتیاز بر این مبنای دچار اشتباه اساسی شود، ضمانت‌اجراهای فوق قابل اعمال است.<sup>۱</sup>

در موردی که گیرنده امتیاز به استناد اشتباه اساسی، درخواست ابطال قرارداد می‌نماید سؤالی که مطرح می‌شود این است که اگر گیرنده امتیاز با توجه به موقعیت خود می‌توانسته اطلاعات کامل و درستی را در مورد موضوع قرارداد و شرایط بازار داشته باشد، آیا وی می‌تواند ابطال قرارداد را به استناد قصور اعطاکننده امتیاز در ارائه اطلاعات جامع و صحیح درخواست کند؟ در پاسخ باید گفت که اگر کوتاهی خود گیرنده امتیاز باعث شود که رابطه سببیت بین قصور اعطاکننده امتیاز و وقوع اشتباه اساسی قطع شود، وی دیگر نمی‌تواند درخواست ابطال قرارداد کند. در حقوق فرانسه فرض بر این است که گیرنده امتیاز در کار خود بیش از افراد دیگر متبحر است و وی باید اطلاعاتی که در تجارت به آن‌ها نیاز دارد را به دست آورد. همچنین فرض بر این است که هر فرد معقولی به‌خصوص در امور تجاری اطلاعات طرف مقابل را به لحاظ ارزش و امکان عملی بودن آن مورد بررسی قرار می‌دهد.

1. Delforge (2000); p. 39.

حقوقدان‌های فرانسه به اجماع تعهد به تلاش برای به‌دست آوردن اطلاعات را برای گیرنده امتیاز پذیرفته‌اند و بر این نکته تأکید می‌کنند که این تعهد، تعهد به ارائه اطلاعات را محدود می‌کند.<sup>۱</sup>

در حقوق ایران نیز امروزه تمایل قانونگذاران و نویسندگان بر این است که افشای تمام واقعیت‌های مؤثر در تراضی و اجرای قرارداد را از تکالیف دوطرف شمارند و رعایت حسن‌نیت را تضمین کنند. دکترین حقوقی ایران این قاعده را نه تنها در عقد بیمه بلکه در کلیه عقود که بر مبنای اعتماد و امانت استوار است مانند وکالت، مضاربه، فروش به مرابحه حاکم می‌داند.<sup>۲</sup> در حقوق اسلامی و از جمله در بیوع الامانات<sup>۳</sup> که بر مبنای اعتماد و اطمینان منعقد می‌شود، بایع موظف است بسته به مورد اطلاعات مربوط به قیمت و حتی میزان سود خود را به‌طور صحیح افشا کند. فروشنده نه تنها باید خود قیمت بلکه کلیه عوامل مؤثر در آن را نیز ذکر کند. مثلاً اگر در مقابل قیمتی که خود پرداخته شرطی ضمن آن بیع به نفع او شده است آن را نیز باید بیان کند<sup>۴</sup> یا اگر در مرابحه کالای معیوب را بفروشد و در اعلام بهای خرید نگوید که چه مقدار بابت آن از ثمن پس گرفته است، در این صورت خریدار حق فسخ دارد.<sup>۵</sup> عقد بیع در حالت مطلق از عقود مبتنی بر اعتماد و امانت محسوب نمی‌شود؛ با این حال، وظیفه فروشنده به ارائه اطلاعات کامل راجع به مبیع، عیوب پنهانی، خطرهای احتمالی و چگونگی کاربرد و استفاده بهینه آن مورد تأکید قرار گرفته است و تخطی از این وظیفه که ریشه قراردادی دارد را ضمان‌آور دانسته‌اند. ریشه قراردادی این ضمان به تراضی ضمنی طرفین بیع نسبت داده می‌شود و در مورد تولیدکنندگان کالاهای خطرناک مبنای مسئولیت، تضمین ایمنی از طرف تولیدکننده در برابر همه مصرف‌کنندگان است.<sup>۶</sup> با وجود طرح این مباحث حساس در میان حقوقدانان ایران تا سال‌های اخیر قانونی که به صراحت به وظیفه افشای اطلاعات اساسی در معاملات اشاره کرده باشد، وجود نداشت. با تصویب قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان<sup>۷</sup> این نقیصه تا حدودی بر طرف

1. Fabre & Magnam (1992); p. 6. Ghestin (1993); p. 25.

۲. کاتوزیان (۱۳۸۰)؛ ج ۵، ص ۳۳۳.

۳. مانند بیع المساومه، بیع المرابحه، بیع المواضعه، بیع التولیه و عقد الشرکه.

۴. اوصیا (۱۳۷۸)؛ ص ۳۳۳-۳۳۴.

۵. نجفی (۱۳۶۸)؛ ص ۳۱۲.

۶. کاتوزیان (۱۳۷۸)؛ ش ۲۲.

۷. رجوع شود به مجموعه قوانین روزنامه رسمی کشور سال ۱۳۸۸.

شد. در فصل دوم این قانون، ذیل عنوان وظایف عرضه‌کنندگان کالا و خدمات در قبال حقوق مصرف‌کنندگان وظیفه دادن اطلاعات نیز به‌عنوان یکی از تکالیف عرضه‌کنندگان دانسته شده است. ماده سوم این قانون مقرر می‌دارد: «عرضه‌کنندگان کالا و خدمات و تولیدکنندگان موظفند) اطلاعات لازم شامل: نوع، کیفیت، کمیت، آگاهی‌های مقدم بر مصرف، تاریخ تولید و انقضای مصرف را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهد». در ماده شش نیز تکلیف مشابهی برای کلیه دستگاه‌های دولتی و عمومی در ابتدای انجام کار و ارائه خدمات مقرر شده است. در حقوق ایران از موارد دیگری که به وظیفه افشای اطلاعات به‌طور قابل ملاحظه‌ای توجه شده عقد بیمه است. از آنجا که بیمه از بارزترین مصداق‌های قرارداد مبتنی بر حسن نیت بوده و اصولاً تشکیل رضای بیمه‌گر در انعقاد قرارداد با شرایط بیمه‌نامه مبتنی بر اطلاعاتی است که بیمه‌گذار ارائه می‌دهد و برای بیمه‌گر به‌طور متعارف امکان سنجش صحت آن اطلاعات نیست. تخطی از افشای اطلاعات یا قصور بیمه‌گذار در ارائه صحیح اطلاعات، ضمانت‌اجراهای سنگینی برای وی به همراه دارد. قانون بیمه تنها قانونی است که تعهد به افشای اطلاعات را هم در مرحله تشکیل قرارداد (مواد ۱۲ و ۱۳ قانون بیمه) و هم در مرحله اجرای آن (ماده ۱۶ قانون بیمه) مورد تأکید قرار داده است.

### جمع‌بندی و ملاحظات

با لحاظ مطالب فوق، به نظر می‌رسد پذیرش تعهد به افشای اطلاعات اساسی در هنگام انعقاد و اجرای قرارداد در حقوق ایران با مانعی روبه‌رو نیست؛ با این وجود در رابطه با قرارداد فرانشیز و تعهد به افشای اطلاعات در این قرارداد به‌طور کلی نص قانون خاصی در حقوق ایران وجود ندارد. بنابراین، در مواردی که قانون حاکم بر تعهدات قراردادی فرانشیز قانون ایران است (چه این که عنصر بین‌المللی در قرارداد وجود نداشته باشد و چه با رعایت قواعد حل تعارض قانون ایران حاکم بر تعهدات قراردادی باشد) در ارتباط با تعهد اعطاکننده امتیاز بر ارائه اطلاعات جامع و صحیح پیش از انعقاد قرارداد و در حین اجرای آن باید براساس قواعد عمومی قراردادها اظهارنظر کرد. در حقوق ایران «برای صحت هر معامله اصولاً لازم است مورد آن در زمان انشای معامله نزد طرفین معامله به‌طور تفصیلی معلوم باشد. در صورت مجهول‌بودن مورد معامله حتی نزد یک طرف آن معامله باطل خواهد بود.

در موارد استثنایی که قانون معین کرده است علم اجمالی به مورد معامله کافی است.<sup>۱</sup> «ماده ۲۱۶ قانون مدنی ایران مقرر می‌دارد مورد معامله باید مبهم نباشد مگر در موارد خاص که علم اجمالی به آن کافی است. آنچه به‌عنوان اصل و جز در موارد استثنایی برای صحت معامله لازم است علم تفصیلی به مورد معامله نسبت به ماهیت و مقدار و وصف آن است. علم تفصیلی به مورد معامله یعنی علم کامل به امور سه‌گانه مذکور از هر جهتی که عرفاً در تحقق رضا به معامله مؤثر باشد. لزوم علم تفصیلی به مورد معامله به‌عنوان اصل، برخاسته از ضرورت نظم اجتماعی و قضایی است. اموری که می‌تواند در مرحله سنجش معامله‌کننده وارد و در پیدایش رضای او به معامله مؤثر شود باید نزد معامله‌کننده معلوم باشد تا رضای مذکور در فضای روشن تحقق یابد و ابهامی در عوامل پیدایش رضا باقی نماند که زمینه ایجاد اختلاف و دعوی بین طرفین را که سبب پیدایش فضای ناسالم در روابط اجتماعی و تراکم دعوی در تشکیلات قضایی فراهم سازد»<sup>۲</sup>. بنابراین، طرفین فرانشیز باید نسبت به حقوق مالکیت فکری و دانش تجربی و همچنین روش (متد) خاص فرانشیز و چگونگی اعمال آن علم تفصیلی داشته باشد و این موضوعات نزد دو طرف معلوم باشد؛ چرا که این موارد قدر متقین موضوع قرارداد فرانشیز محسوب می‌شود.

از طرف دیگر میزان حق امتیاز، اجرت و یا هر پرداخت دوره‌ای دیگر و چگونگی پرداخت آن نیز باید معلوم باشد؛ زیرا این مورد نیز موضوع توافق طرفین بوده و در تحقق رضا به معامله مؤثر است. ممکن است گفته شود که معلوم بودن مورد معامله نزد طرفین در هنگام انعقاد قرارداد شرط صحت عقد محسوب می‌شود و لزومی به ارائه اطلاعات پیش از انعقاد قرارداد در حقوق ایران بر طبق قواعد عمومی وجود ندارد. در پاسخ می‌توان چنین استدلال کرد که ضابطه رفع ابهام عرفی است و چگونگی رفع ابهام از مورد معامله در موضوعات مختلف متفاوت است. همان‌گونه که حقوقدانان داخلی نیز اشاره کرده‌اند امروزه در اثر گسترش اختراعات و اکتشافات علمی کالاهایی عرضه و تولید شده است که شناسایی اوصاف و کاربرد آن‌ها پیچیدگی‌هایی دارد که برای افراد عادی امکان ندارد و معلوم شدن موضوع آن‌ها جز از راه جلب نظر متخصص محقق نمی‌شود.<sup>۳</sup> برای نمونه

۱. شهیدی (۱۳۸۰)؛ ص ۲۹۵.

۲. همان، ص ۲۹۷.

۳. همان، ص ۳۰۰-۳۰۱.

در قراردادهای انتقال فناوری اگر در هنگام معامله، انتقال‌دهنده برای توصیف چگونگی فناوری مورد معامله، تعدادی عدد و فرمول به طرف دیگر ارائه دهد، بدون این که به وی فرصت و امکان جلب نظر کارشناس داده شود نمی‌توان ادعا کرد که موضوع معامله در هنگام انعقاد قرارداد نزد او معلوم بوده است. مگر این که انتقال‌دهنده در مدت زمان معقولی قبل از انعقاد قرارداد، اوصاف مهم فناوری مورد نظر را به گونه‌ای که موضوع نزد وی معلوم شود، شرح دهد و یا اگر اوصاف مهم مذکور تخصصی تلقی می‌شود ضمن ارائه آن به طرف دیگر به وی فرصت مناسب برای درک مفاد آن از طریق جلب نظر کارشناس یا طرق دیگر داده شود. مدت زمان مناسب و معقول پیش از انعقاد قرارداد برای ارائه اطلاعات مزبور به گونه‌ای تعیین می‌شود که عرفاً امکان مشخص شدن موضوع معامله نزد طرف دیگر تا هنگام انعقاد قرارداد وجود داشته باشد. زیرا همان‌گونه که گفته شد معلوم بودن مورد معامله از آن جهت که در رضای به معامله مؤثر است، شرط صحت عقد محسوب می‌شود نه از جهت شکلی و تشکیلاتی و رضای مبتنی بر عوامل مبهم که در فقه از آن به «غرر» یاد می‌شود و باعث بطلان معامله است.

در قراردادهای فرانشیز از آنجا که موضوع آن هم از لحاظ بررسی حقوق مالکیت فکری و دانش تجربی مربوطه و هم ارزیابی ارزش کاربردی آن‌ها در شبکه فرانشیز مورد نظر دارای پیچیدگی‌های تخصصی است، اگر اطلاعات مناسبی در مورد عوامل مذکور قبل از انعقاد قرارداد برای دادن امکان تصمیم‌گیری آگاهانه به گیرنده امتیاز ارائه نشده باشد، عرفاً نمی‌توان پذیرفت با ارائه اطلاعات در هنگام انعقاد قرارداد موضوع معامله نزد وی معلوم بوده است. به علاوه، از آنجا که قرارداد فرانشیز ماهیت مستمر دارد و به‌منظور تأسیس، حفظ، تداوم و گسترش شبکه تجاری مطابق با جدیدترین اطلاعات تجاری و حقوق مالکیت فکری منعقد می‌شود، ارائه اطلاعاتی که برای تداوم اجرای مطلوب قرارداد ضروری است از طرف اعطاکننده امتیاز لازم است؛ چرا که این تعهد به‌طور ضمنی بر عهده وی قرار دارد. به علاوه، در عرف تجاری این نوع معاملات، حفظ ضروریات و مقدمات تداوم رابطه تجاری قطعی است و از این منظر نیز حتی در صورت جهل طرفین قرارداد نسبت به عرف باز قاعده عرفی به‌عنوان قاعده‌ای تکمیلی بر رابطه آنان حاکم است. و



بنابراین، هرچند در حقوق ایران تنها با استناد به قواعد عمومی نمی‌توان گفت اعطاکننده امتیاز متعهد به ارائه اطلاعات راجع به شرایط حوزه تجاری و بازار و چگونگی سابقه و تجربه خویش است، اما اگر تخطی وی در ارائه اطلاعات صحیح و به‌موقع در مورد موضوعات اصلی قرارداد باعث شود در زمان انشای معامله موضوعات اصلی نزد گیرنده امتیاز مجهول بماند آن معامله باطل خواهد بود. و در صورتی که عدم ارائه این اطلاعات ادامه اجرای مطلوب قرارداد را ناممکن سازد علاوه بر جبران خسارت قراردادی، اعطاکننده امتیاز ملزم به افشای آن خواهد شد و در صورت ناممکن شدن اجبار یا اجرای تعهد توسط ثالث، گیرنده امتیاز فرانشیز اختیار فسخ قرارداد را خواهد داشت.

Archive of SID

## منابع

اشمیتوف، کلا یوام، (۱۳۷۸)؛ حقوق تجارت بین الملل، ترجمه دکتر اخلاقی و دیگران، تهران، انتشارات سمت.

اوصیا، پرویز، (۱۳۷۷)؛ «تدلیس در حقوق فرانسه، انگلیس، اسلام و ایران»، مجله تحولات حقوق خصوصی.

قاسمی حامد، عباس، «مروری بر نظریه تعهد به دادن اطلاعات در قرارداد از دیدگاه حقوق فرانسه»، مجله کانون و کلا، شماره ۱۶۴ و ۱۶۵ (شماره ۱۰ دوره جدید)، ۱۳۷۵.

شهیدی، مهدی، (۱۳۷۷)؛ تشکیل قراردادها و تعهدات، جلد ۱، تهران، نشر حقوقدان.

کاتوزیان، ناصر، (۱۳۸۲)؛ الزام‌های خارج از قرارداد: ضمان قهری، جلد ۱، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

کاتوزیان، ناصر، (۱۳۸۰)؛ قواعد عمومی قراردادها، جلد ۵، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

نجفی، شیخ محمدحسن، جواهر الکلام فی شرح شرایع الاسلام، جلد ۲۳، بیروت، دارالتراث العربی.

Antel, Scott & Ostroumova, Maria, *Franchising in Russia: an Overview of Legal Framework*, M. T. L., Moscow, 2005.

Bueno Diaz, Odavia, *Franchising in European Contract Law*, Munich, Sellier, European Law Publishers, 2008.

Cornish, W. R., *Intellectual Property*, London, Sweet & Maxweel, 3th Edition, 1996.

Deforge, R., "New Trends in French Case Law: the Growing Recognition of the Independence of Franchisees", *International Journal of Franchising and Distribution Law*, 2000.

Fabre Magnan, M., *De L'obligation D'information Dans les Contrats*, Paris, LGDJ, 1992.

Ferrier, D., *Droit de La Distribution*, Litec, LGDJ, 3th Edition, 2002.

Ferrier, D., *Franchise De Services: Premiere Decision*, Cah. Dr. Entre., 1987.

Ghestin, J. & Ch. Jamin & M. Billiau, *Traite De Droit Civil Les Effets Du Contrat*, Paris, LGDJ, 3th Edition, 2001

Leloup, J. M., *La Franchise Droit et Pratique*, Paris, Delmas, 4th Edition,

2004.

Malaurie, Ph. & L. Aynes & P. L. Gautier, *Droit Civil Les Contrats Speciaux*, Paris, LGDJ, 2005.

Marsh, P., *Comparative Contract Law* (English, French, Germany), England, British Library, 1994.

Musy, A. M., *The Good Faith Principle in Contract Law and the Precontractual Duty to Disclose*, vol. 1, England, Global Jurist Advancees, 2001.

Virassamy, G. L., *La Moralization Des Contrats De Distribution Par La Loi Doubin*, Paris, LGDJ, 1990.

Toulet, V., *Droit Civil: Obligations Responsabilite Civile*, Paris, Edition Centre De Publications Universitaire, 1999.

Archive of SID