



بررسی ماهیت فقهی حقوقی و آثار و انواع قرارداد فرانچایزینگ

پدیدآورنده (ها) : شیرزی، مهرزاد؛ شعبانیان، مریم

میان رشته ای :: نشریه مطالعات علوم سیاسی، حقوق و فقه :: تابستان ۱۴۰۱، دوره هشتم - شماره ۲

صفحات : از ۳۴۵ تا ۳۸۰

آدرس ثابت : <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1970438>

تاریخ دائلود : ۱۴۰۴/۰۸/۰۸

مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) جهت ارائه مجلات عرضه شده در پایگاه، مجوز لازم را از صاحبان مجلات، دریافت نموده است، بر این اساس همه حقوق مادی برآمده از ورود اطلاعات مقالات، مجلات و تألیفات موجود در پایگاه، متعلق به "مرکز نور" می باشد. بنابر این، هرگونه نشر و عرضه مقالات در قالب نوشتار و تصویر به صورت کاغذی و مانند آن، یا به صورت دیجیتالی که حاصل و بر گرفته از این پایگاه باشد، نیازمند کسب مجوز لازم، از صاحبان مجلات و مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) می باشد و تخلف از آن موجب پیگرد قانونی است. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به صفحه [قوانین و مقررات](#) استفاده از پایگاه مجلات تخصصی نور مراجعه فرمائید.



- تبیین مبانی و ماهیت قرارداد اختیار معامله در خلال تناقضات و تعارضات حقوقی، فقهی و قانونی (با تاکید بر معاملات آثار صنایع دستی)
- بررسی آثار و ویژگی فقهی حقوقی قرارداد و نقش آن در حفظ سلامت بازار سرمایه
- واکاوی فقهی، حقوقی ماهیت و آثار شرط پیدایش حق فسخ در فرض عدم پرداخت ثمن در قرارداد بیع
- بررسی فقهی و حقوقی ماهیت قرارداد مستقبلیات و ویژگیهای آن
- بررسی فقهی و حقوقی آثار تغییر اوضاع و احوال قرارداد در تطبیق با کنوانسیون بیع بین المللی کالا
- بررسی ماهیت و وضعیت حقوقی قرارداد خرید دین با امعان نظر به موازین فقهی و مقررات بانکی
- بررسی فقهی و حقوقی ماهیت قرارداد بیمه عمر
- بررسی و تحلیل فقهی و حقوقی قرارداد بیمه با نگاهی به آثار و اوصاف حاکم بر آن
- بررسی تطبیقی ماهیت و آثار قرارداد جوینت ونچر در نظام های حقوقی ایران و کامن لا
- بررسی فقهی و حقوقی ماهیت حق و انواع آن

بررسی ماهیت فقهی حقوقی و آثار و انواع قرارداد فرانچایزینگ

مهرزاد شیری^۱، مریم شعبانیان^۲

^۱ استادیار گروه حقوق خصوصی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز

^۲ دانشجوی دکتری حقوق خصوصی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز

چکیده

فرانشیز یا فرانچایزینگ از جمله ترتیبات قراردادی و تجاری است و استفاده از این قراردادها به اواخر دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ در آمریکا برمی‌گردد و در حال حاضر قراردادهای فرانچایز یکی از مهمترین قراردادها در زمینه انتقال مالکیت فکری قلمداد می‌گردند به خصوص در مواردی که صاحبان سرمایه و دارایی‌های فکری و فناورانه به جهات خاصی مانند محدودیت‌های مالی و صادراتی شخصاً قادر به بهره‌برداری گسترده و مطلوب از دارایی در خارج از قلمرو جغرافیایی نباشند. علی‌رغم اهمیت این قراردادها، جدید بودن و در واقع فقدان سابقه تقنینی در نظام حقوقی ایران، موجب حدوث ابهاماتی در خصوص ماهیت و اوصاف این قرارداد شده است. نظر به رواج روزافزون قرارداد فرانچایز در گستره نظام‌های حقوقی داخلی و بین‌المللی و ضرورت تبیین ماهیت و چیستی این قرارداد در حقوق ایران، در این مقاله کوشش می‌شود ماهیت و اوصاف خاص این نوع قرارداد، انواع و آثار را که از مهمترین موضوعات روز تجارت بین‌الملل است، شناسایی و مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: ماهیت فقهی، ماهیت حقوقی، قرارداد فرانچایزینگ.

۱- مقدمه

گسترش روزافزون دامنه تجارت بین‌الملل، آشنایی بیشتر با قراردادهای پیچیده‌ی تجاری بین‌المللی را ایجاب می‌نماید و در این میان قرارداد فرانچایز به دلیل استفاده از آن در سطح جهانی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. فرانچایز قراردادی است مستمر، با یک همکاری دو جانبه، مدیریت و اجرا از سوی گیرنده امتیاز و ترسیم راهبرد کیفی و فنی و مشاوره و حمایت از سوی اعطاکننده امتیاز.^۱

امروزه در عرصه بین‌المللی قراردادهای فرانچایزینگ دارای ساختار و قواعد حقوقی معینی هستند و حتی بسیاری از کشورها مانند آمریکا، کانادا، ژاپن و انگلیس از قوانین خاصی درباره فرانچایز برخوردارند^۲ اما نامعین بودن قراردادهای فرانچایز در حقوق ایران ماهیت آن را در حاله‌ای از ابهام نگه داشته است. عده‌ای از حقوقدانان با یافتن وجوه مشترک میان این قرارداد و تعدادی از قالب‌های سنتی عقود رایج در حقوق اموال درصدد انطباق این نهاد حقوقی با عقود معین مذکور در قانون مدنی برآمده‌اند، البته تلاش در جهت انطباق این قرارداد با عقود معین، در راستای جاری نمودن آثار و احکام آن عقود بر این قرارداد و اجتناب از مشکلات بعدی است. در مقابل عده‌ای معتقدند این قرارداد قابلیت انطباق با هیچ یک از عقود معین مذکور در قانون مدنی را نداشته و تنها بر مبنای اصل حاکمیت اراده و مقررات ماده ۱۰ قانون مدنی قابل تفسیر و توجیه است. از این رو، این تحقیق در نظر دارد تا با بررسی و مطالعه مقایسه‌ای میان این قرارداد، عقود معین مذکور در قانون مدنی و مقررات ماده ۱۰ آن قانون، به این مسأله که آیا این قرارداد قابلیت انطباق با عقود معین یا مقررات ماده ۱۰ قانون مدنی را دارد، پاسخ گوید، البته در این مقاله نیز فرض بر این است که به جهت ماهیت خاص موضوع این قرارداد، این نهاد حقوقی تنها بر اساس مقررات ماده ۱۰ قانون مدنی قابلیت تفسیر و توجیه را دارد.

مبحث اول: مفهوم و تاریخچه قرارداد فرانچایز

همانگونه که در مقدمه بیان شده است، در مقررات داخلی ایران چه در مقررات ناظر به مالکیت فکری و چه در سایر قوانین، اثری از قرارداد فرانچایز دیده نمی‌شود.

گفتار اول: تعریف قرارداد فرانچایز یا اعطا امتیاز

قانونگذار ایران در خصوص قرارداد فرانچایز رویکرد و تعریف مشخصی را ارائه ننموده است. از یکسو «قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری» بدون اشاره به اصطلاح فرانچایز، امکان بهره‌برداری از علامت تجاری ثبت شده در قالب قراردادی با همین عنوان را پیش‌بینی کرده است. از دیگر سو، این نوع قراردادها در زمره عقود معین مندرج در قانون مدنی نمی‌گنجد، در لایحه پیشنهادی قانون تجارت قراردادهای فرانچایز با عنوان قراردادهای اعطای امتیاز کسبوکار در کنار دیگر قراردادهای تجاری بطور خاص مورد توجه قرار گرفته است.^۳

^۱ بابا پور، محمد، تاریخچه فرانتسیز، مجله حوزه و دانشگاه، سال یازدهم، شماره ۴۴، پاییز، ۱۳۸۴، ص ۶۵

^۲ ماندگار، مصطفی، قراردادهای تجاری بین‌المللی، موسسه مطالعات و پژوهش‌های حقوقی شهر دانش، چاپ اول، ۱۳۹۳، ص ۴۱۳

^۳ <https://www.eghtesadnews.com/%D8%A8%D8%AE%D8%B4-%DB%8C%D8%A7%D8%AF%D8%AF%D8%A7%D8%B4%D8%AA-62/373656-%D8%AC%D8%A7%DB%8C%DA%AF%D8%A7%D9%87-%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%B1%D8%AF%D8%A7%D8%AF%D9%87%D8%A7%DB%8C-%D9%81%D8%B1%D8%A7%D9%86%DA%86%D8%A7%DB%8C%D8%B2-%D8%AF%D8%B1-%D9%86%D8%B8%D8%A7%D9%85-%D8%AD%D9%82%D9%88%D9%82%DB%8C-%D8%A7%DB%8C%D8%B1%D8%A7%D9%86>

در اسناد بین‌المللی، در موافقتنامه جنبه های تجاری حقوق مالکیت فکری (تریپس) به عنوان یکی از جامع ترین اسناد بین‌المللی در مورد حقوق مالکیت فکری، مطلبی پیرامون فرانچایز نیامده است.

در کنوانسیون پاریس که ناظر به مالکیت صنعتی در مفهوم وسیع آن است و به عنوان سندی پایه در این زمینه، موضوعاتی از جمله اختراعات، علائم، طرح های صنعتی، مدل های اشیای مصرفی، اسامی تجاری، نشانه های جغرافیایی و جلوگیری از رقابت غیر منصفانه را دربر می گیرد، سخنی از این قالب حقوقی به میان نیامده است. از این رو به منظور دستیابی به تعریف این نهاد، چاره ای جز رجوع به فرهنگهای حقوقی موجود و قوانین داخلی دیگر کشورها نیست.^۴

موسسه حقوق بین‌الملل خصوصی، فرانسیز را چنین تعریف می کند: فرانسیز یعنی حق اعطا شده از طرف شخص مجاز به شخص دیگر، در مقابل عوض مالی چه مستقیم چه غیر مستقیم جهت اشتغال به تجارت کالا و خدمات تحت مالکیت گیرنده مالکیت امتیاز و سیستم طراحی شده به وسیله اعطا کننده امتیاز^۵ مجموعه دستورالعمل های اتحادیه اروپا که دستورالعمل مجموعه رویه های حاکم بر این قرارداد است تعریف دقیق تری ارائه می دهد. ماده یک این دستورالعمل می گوید نظام عرضه کالاها، خدمات و فناوری یا هر سه آنها به بازار است که بین دو شخص مستقل حقوقی منعقد شده و به موجب آن مالک دارایی فکری (امتیاز دهنده) به گیرنده امتیاز حق استفاده از مجموعه مورد توافق برای تولید می دهد و این رابطه یک رابطه مستمر است. این مجموعه یا بسته محتوی علامت، نام تجاری، دانش فنی، سیستم های اجرای تجارت و سایر مصادیق مالکیتهای صنعتی است.^۶

بخش ۳ اصول حقوق اروپایی درباره نمایندگی تجاری و فرانچایز، قرارداد فرانچایز را بدین گونه تعریف کرده است: قراردادی است که به موجب آن یک طرف (امتیاز دهنده) به طرف دیگر در ازای مابه ازای مادی حق انجام یک حرفه تجاری از سوی امتیاز گیرنده تحت نظارت امتیاز دهنده با هدف فروش برخی محصولات اعطا می کند و بنابراین امتیاز گیرنده حق و تعهد استفاده از نام و علامت تجاری و دیگر حقوق مالکیت فکری متعلق به امتیاز دهنده را دارد.^۷

با توجه به تعریف های فوق به نظر می رسد قرارداد فرانچایز درباره مجموعه ای از حقوق مالکیت های فکری منعقد می گردد که محتوای آن مجموعه ای از دستورالعمل ها، محصولات فکری، شیوه ها و فنون، آموزشها و... برای راه اندازی یک واحد تجاری است که تحت نظارت دائمی صاحب محصول فکری قرار دارد. در این قرارداد، گیرنده امتیاز تنها صاحب سرمایه بوده و راه انداز یک سیستم تجارت تحت نظارت دانش فنی صاحب دارایی فکری است. به طور مثال، قراردادهای فرانچایز منعقد توسط شرکت مک دونالد و کوکاکولا در سراسر دنیا را می توان ذکر نمود.

گفتار دوم: تاریخچه فرانچایز

فرانچایز حداقل به سال ۱۸۵۰ برمی گردد در این سال آقای ایساک سینجر که شکلی جدید و پیشرفته را از چرخ خیاطی اختراع کرده بود تصمیم داشت که پخش و فروش محصولات خود را افزایش دهد اگرچه او در این کار ناموفق بود اما به نظر می رسد که قراردادهای او با امتیاز گیرندگانش نخستین قرارداد فرانچایز بوده است. این قراردادها در ایالات متحده منعقد

محمدی، سام، محسن زاده، علی، ماهیت و اوصاف قرارداد فرانچایز در حقوق ایران، فصلنامه حقوق پزشکی، ویژه نامه حقوق مالکیت فکری، ۱۳۹۲، ص ۲۳۳^۴

بابا پور، محمد، تاریخچه فرانسیز، مجله حوزه و دانشگاه، سال یازدهم، شماره ۴۴، پاییز، ۱۳۸۴، ص ۶۵^۵

محمدی، سام، همان، ص ۲۳۴^۶

صفری، محسن، بررسی ماهیت قرارداد فرانچایز در حقوق ایران، فصلنامه مجله حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، شماره ۱۰۱، بهار، ۱۳۸۹، ص ۱۶۹^۷

گردید. مثال دیگر از اولین قراردادهای فرانچایز قرار داد موفقیت آمیز آقای جان اسم برتون در مورد شرکت کوکاکولا بوده است قرارداد انحصاری میان تولید کنندگان اتومبیل و عاملین فروش محلی نیز از نخستین قراردادهای فرانچایز محسوب می‌شود و می‌تواند به صنعت آجوسازی برگردد بدین صورت که بسیاری از آجوسازان به آجو فروشان اجازه می‌دانند که طی قراردادی محصولات آنها را با همان مشخصات به فروش برسانند.^۸

همینطور یک حکم قضایی معروف در ۲۸ ژانویه ۱۹۸۶ اولین گام در جهت ایجاد قواعد مربوط به فرانچایز بود در این پرونده فردی آلمانی نمایندگی فروش محصولات شرکت فرانسوی را که در زمینه فروش لباس عروس و وسایل مرتبط با مراسم عروسی بود در مناطقی از آن به عهده گرفت مجموعه ای از حقوق و تعهدات برای هر طرف در نظر گرفته شده بود که مهمترین آن پرداخت حق امتیاز و ۱۰ درصد از میزان فروش توسط طرف آلمانی به شرکت فرانسوی بود بعدها طرف آلمانی به استناد بند ۲ ماده معروف ۸۵ معاهده رم درباره ممنوعیت و محدودیت رقابت توافق را باطل دانسته و از پرداخت مبالغ مذکور سر باز زد در در نهایت دادگاه اروپایی ضمن پذیرش شیوه فرانچایز به عنوان یک روش معتبر و نافذ برای هر دو طرف آن مقرر کرد که قراردادهای فرانچایز در صورت دارا بودن یکی از این شروط معتبر بوده از شمول ماده ۸۵ خارج است ۱- اعطا کننده امتیاز بتواند دانش تجربی خود را انتقال دهند ۲- اعطا کننده امتیاز باید اجازه دهد که اقدامات ضروری برای حفظ هویت و شهرت شبکه فرانچایز صورت گیرد.^۹

شاید تاکنون نام مجموعه هتل‌های هیلتون را شنیده باشید بعد از عبور کنید که این هتل‌ها متعلق به فرد خاص است ولی این طور نیست و بیشتر این هتل‌ها تحت یک قرارداد فرانچایز شروع به فعالیت کردند تقریباً تمامی رستوران‌ها هتل‌ها و فروشگاه‌های مختلف که در سطح کشورها به صورت زنجیره‌ای به فعالیت می‌پردازند از قرارداد فرانچایز استفاده کردند و در آنجا یک مدل تجاری است که طبق آن امتیاز و امکان بهره‌برداری و عرضه علامت تجاری و شیوه تجارت از سوی دارنده اصلی یا امتیاز دهنده در مقابل مالی یا نسبتی سود به طرف دیگر یعنی امتیاز گیرنده برای مدت زمانی مشخص واگذار می‌شود مالک یا امتیاز دهنده که می‌تواند یک شرکت سهامی عام خاص و یا حتی یک فرد باشد معمولاً به صورت مستقیم اقدام به راه اندازی و اجرای کسب و کار نمی‌کند و تنها مدیریت نظارت و تحقیق در زمینه راه بقا و پیشرفت اجرای کسب و کار می‌پردازد هرچند که در مواردی شرکت امتیاز دهنده مکان‌های بسیار مناسب را برای خود نگه می‌دارد بر حق راه اندازی کسب در سایر مکان‌ها را به دیگران می‌دهد.^{۱۰}

در خصوص قرارداد های زنجیره ای فرانچایز معاصر رستوران های غذای آماده به خصوص مک دونالد آمریکایی موفقیت آمیز ترین نمونه این قراردادها در مقایسه با دیگر شبکه‌های فرانچایز می باشد در واقع اهمیت یافتن این قراردادها بیشتر در کشورهای خاص مانند ایالات متحده آمریکا بوده است در چنین نظام های اقتصادی است که حقوق مالکیت فکری و به طور خاص حقوق علائم تجاری اهمیت زیادی دارد.

در کشور ما فروشگاه‌های زنجیره‌ای افق کوروش، از جمله نخستین پیشگامان رونق کسب و کار به شیوه فرانچایز در سال‌های اخیر بوده است. شرط اولیه برای فرانچایز افق کوروش داشتن یک باب ملک است. از سوی دیگر فرد فرانچایز گیرنده باید هزینه تجهیزات فروشگاه اعم از یخچال، قفسه‌ها، ترولی صندوق و ... را که توسط افق کوروش تهیه می‌شود را بپردازد. اما

همان، ص ۱۶۹^۸

بابا پور، محمد، تاریخچه فرانچایز، تاریخچه فرانچایز، مجله حوزه و دانشگاه، سال یازدهم، شماره ۴۴، پاییز، ۱۳۸۴، ص ۶۲^۹

صفری، محسن، بررسی ماهیت قرارداد فرانچایز در حقوق ایران، فصلنامه مجله حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، شماره ۱۰۱، بهار ۱۳۸۹، ص ۱۶۹^{۱۰}

نکته مهم و اصلی این همکاری این است که نسبت به سایر فرانچایزهایی که تاکنون در ایران مرسوم بوده است، شرکت افق کوروش هیچ هزینه‌ای برای مواردی چون عنوان، نام برند، حق عضویت سر در یا (Franchise Fee) از فرانچایز گیرنده دریافت نمی‌کند. از سوی دیگر قراردادها برای فرانچایز افق کوروش میان افق کوروش و فرانچایز گیرنده سه ساله بوده و قابل تمدید است. علاوه بر این هزینه‌های بازاریابی به دو صورت محلی (ارسال پیامک برای مشتریان، چاپ تراکت، بنرهای داخل فروشگاه) و سراسری (تبلیغات تلویزیونی، بیلبورد و...) هستند که تبلیغات محلی با مشارکت فرانچایز گیرنده انجام می‌شود و تبلیغات سراسری به عهده افق کوروش است.^{۱۱}

مبحث دوم: عناصر سازنده و اوصاف قرارداد فرانچایز

فرانچایز قراردادی است که در آن یک طرف که امتیازدهنده نامیده می‌شود، نام دارد، به طرف دیگر که امتیازگیرنده است در مقابل یک حق الامتیاز یا اجرت حق استفاده از علامت تجاری را معمولاً همراه با دیگر حقوق مالکیت فکری مانند اسرار تجاری، دانش تجربی و... می‌باشد، برای فروش یا تولید محصولات یا ارائه خدمات اعطا می‌کند.

گفتار اول: عناصر سازنده فرانچایز

قرارداد فرانچایز، دارای پنج عنصر سازنده است: ۱- وجود یک قرارداد؛ ۲- وجود یک شبکه تجارت؛ ۳- وجود یک برند، همچون علامت تجاری، علامت خدماتی، نام تجاری و ۴- اذن استفاده از حقوق مالکیت فکری مرتبط؛ ۵- وجود عوض قراردادی.^{۱۲} مضاف بر عناصر و شرایط ضروری فوق سازنده فرانچایز تمام یا بعضی از عوامل اختیاری مختلف همانند تعیین قلمرو جغرافیای خاص، تایید و نظارت بر محل فعالیت تجاری فرانچایز وی توسط فرانچایزر، بازاریابی و تبلیغات توسط فرانچایزی و با کمک فرانچایزر، تعیین نرخ و درصد فروش، اعمال محدودیت‌ها نسبت به انتقال و واگذاری ثانوی فرانسیز و اشخاص ثالث توسط فرانچایزی، عدم توسل به رویه‌های رقابتی توسط فرانچایزی در جهت حذف فرانسیز از گردونه رقابت تجاری رعایت اصل حسن نیت در اجرای وظایف توسط طرفین و غیره از جمله مواردی هستند که به اختیار طرفین و حسب تمایل و توافق دو طرف قرارداد پیش بینی می‌شوند.^{۱۳}

گفتار دوم: اوصاف قرارداد فرانچایز.

فرانچایز از جمله عقود در حوزه مالکیت فکری است. مدت فرانچایز باید معلوم باشد که از اوصاف اختصاصی قرارداد فرانچایز هستند اصولاً بسیاری از تعهدات طرفین قرارداد فرانسیز در بستر زمان تحقق پیدا می‌کند. برای مثال فرانسیز دهنده متعهد می‌شود همکاری مستمری برای ایجاد، مراقبت و حتی توسعه ی واحد تجاری فرانسیزگیرنده انجام دهد و در مقابل فرانسیزگیرنده متعهد است که حق امتیاز ناشی از بهره‌برداری از سیستم را در فواصل زمانی معین و به میزان بهره مندی از

^{۱۱} <https://www.okcs.com/contents/view/101/franchise->

^{۱۲} محمدی، سام، محسن زاده، علی، ماهیت و اوصاف قرارداد فرانچایز در حقوق ایران، فصلنامه حقوق پزشکی، ویژه نامه حقوق مالکیت فکری، ۱۳۹۲، ص ۲۳۵

^{۱۳} ماندگار، مصطفی، قراردادهای تجاری بین المللی، موسسه مطالعات و پژوهش های حقوقی شهر دانش، چاپ اول، ۱۳۹۳، ص ۴۱۷

سیستم موضوع قرارداد به فرانشیز دهنده بپردازد. و مزایای قرارداد فرانچایز عبارتند از: امنیت پیدا کردن کسب و کار، اثبات شده بودن روش، قابلیت پیش بینی نتیجه فعالیت تجاری، کاستن از هزینه های بازاریابی.^{۱۴} سایر اوصاف که مشترک با سایر عقود هستند ذیلاً مورد بررسی قرار می گیرد.

بند اول: لزوم قرارداد فرانچایز

اینکه بدانیم چه عقدی لازم است و چه عقدی جایز است از چند جهت به ما کمک می کند اولین فایده تشخیص تفاوت عقد لازم و جایز این موضوع این است که حدود الزام به قرارداد خود را می دانیم. یعنی اینکه می دانیم اگر عقد لازم است حق فسخ نداریم مگر در شرایط معین اما اگر عقد جایز باشد امکان فسخ وجود دارد. تفاوت دیگر عقد لازم و عقد جایز این است که وقتی یکی از دو طرف در عقد جایز فوت کند یا مجنون و سفیه شود، عقدی که این فرد با نفر دیگر بسته است، با پیش آمدن این وقایع، خود به خود منحل می شود. مثلاً در عقد وکالت اگر وکیل فوت کند قرارداد وکالت بین وکیل از بین می رود. اما اگر عقد لازم باشد با فوت و مجنون شدن یکی از دو طرف، عقد از بین نمی رود. مثلاً در عقد اجاره فوت مستاجر باعث از بین رفتن قرارداد اجاره نمی شود و قرارداد اجاره تا پایان زمان قرارداد معتبر است.^{۱۵}

پیش از تدوین قانون مدنی و قبول اصل آزادی قراردادها در ماده ۱۰، پیمان ها ناچار در یکی از قالب های پیش ساخته حقوق و زیر یکی از عنوان های قانون ارائه می شد، ولی اصل آزادی قراردادها قالب ها را شکست و به تراضی، قطع نظر از صورت آن حاکمیت بخشید.

ماده ۲۱۹ قانون مدنی نیز به مطلب فوق اشاره دارد. این ماده مقرر می دارد که عقودی که بر طبق قانون واقع شده باشد، بین متعاملین و قائم مقام آنها لازم التباع است، مگر اینکه به رضای طرفین اقاله و یا به علت قانونی فسخ شود. بنابراین همه عقود لازم هستند. لازم به ذکر است که نظر مخالفی نیز وجود دارد که حاکی از این است که ماده ۲۱۹ قانون مدنی شامل عقود اعم از لازم و جایز می شود. دکتر لنگرودی معتقد است که عقد قانون متعاقدين است و ماده ۲۱۹ نمی تواند مخصص عقود لازم باشد و یا ناظر به مصادیق مشتبه بین عقد لازم و جایز باشد. دلیل این مطلب این است که هر عقد اعم از لازم و جایز قانون متعاقدين می باشد. به نظر ایشان، قراردادها تا وجود دارند، الزام آورند که در این صورت شامل عقد جایز هم می شود، جعفری لنگرودی، ۱۳۹۱ ش. مگر آنکه قانون خلاف آن را تصریح نماید، زیرا هدف طرفین از ورود به قرارداد، مخصوصاً در قراردادهای بین المللی مانند فرانچایز، به گونه ای است که با جواز آن منافات دارد. جواز این گونه قراردادها را می توان مخالفت با هدفی دانست که طرفین دنبال می کنند.^{۱۶}

بند دوم: منجز بودن قرارداد فرانچایز:

منجز. در لغت [مُنْجُجٌ] (ع ص) حاجت روا شده. برآورده شده. وفا شده. || قطعی. مسلم. رجوع به مدخل بعد شود. ماده ۱۸۹ قانون مدنی عقد منجز را تعریف کرده است. طبق این تعریف عقد منجز عقدی است که به محض اینکه عقد منعقد

¹⁴ <https://www.newslaw.net/>

¹⁵ <https://www.heyvalaw.com/web/articles/view/63/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%DB%8C%D9%81-%D8%B9%D9%82%D8%AF-%D9%84%D8%A7%D8%B2%D9%85-%D9%88-%D8%B9%D9%82%D8%AF-%D8%AC%D8%A7%DB%8C%D8%B2-%D9%88-%D8%AA%D9%81%D8%A7%D9%88%D8%AA-%D8%A2%D9%86%D9%87%D8%A7->

محمدی، سام، همان، ص ۲۳۶^{۱۶}

می‌شود قطعی است و دو طرف باید به آن عمل کنند. در واقع حالت رایج و عادی در بستن قرارداد هم همین است که به محض منعقد شدن عقد دو طرف ملزم باشند آنچه را که درباره آن توافق کرده اند را انجام بدهند. مثلاً در عقد بیع قطعی اتموبیل (یا خرید و فروش) تا قرارداد بسته می‌شود، خریدار طبق قرارداد وجه را باید پرداخت کند و فروشنده طبق قرارداد خودرو را تحویل دهد.

همانطور که می‌دانیم اصل در عقود، منجز بودن آنها است، مگر اینکه قانونگذار مانند قرارداد بیمه حوادث یا طرفین عقد، در مواردی که از سوی مقنن مورد منع قرار نگرفته مثل عقد ضمان آن را معلق اعلام دارند.

در ترمینولوژی حقوق، عقد منجز را این گونه تعریف کرده است: عقدی است که منشاء در حین عقد به وجود نهایی و بدون تنزل موجود می‌گردد. پس در عقد معلق، طرفین در عین حال که اراده خود را به طور منجز بیان می‌دارند، اثر آن را موقوف به امر دیگری می‌کنند، تا پس از وقوع شرط، تحقق پیدا کند. با توجه به تعریف قرارداد فرانچایز، معلوم می‌شود که این قرارداد اصولاً قراردادی منجز است، اما با توجه به عدم منع از سوی مقنن می‌تواند به صورت معلق هم منعقد گردد.

بند سوم: معوض بودن قرارداد فرانچایز عقودی که بر حسب طبیعت خود هر یک از دو طرف، در برابر مالی که می‌دهد یا دینی که به عهده می‌گیرد، مال یا تعهد دیگری را برای خود تحصیل می‌کند، معوض می‌نامند. در عقد معوض، علت دادن مال یا تعهد از ناحیه یک طرف، گرفتن مال یا تعهد از ناحیه طرف دیگر است به عبارت دیگر در عقد معوض همیشه دو تعهد متقابل وجود دارد و هر یک از دو طرف، هم طلبکار دیگری و هم مدیون او است.

عقد غیر معوض: عقدی است که انتقال مال یا قبول تعهد فقط از یک طرف و به نفع دیگری صورت می‌گیرد مانند صلح بلا عوض و یا هبه. در عقد غیر معوض می‌توان «شرط عوض» نمود که بدیهی است این شرط ماهیت غیر معوض بودن آن را تغییر نمی‌دهد و همانند آنکه شخص دیگری را بگوید من کتابم را به شما هبه می‌کنم به این شرط که شما هم قلم خو را به من هبه نمایید که در این حالت عقد هبه و ماهیت آن غیر معوض بوده و لذا حق حبس ایجاد نخواهد شد بلکه برابری ارزش کتاب و قلم نیز ضروری نمی‌باشد.¹⁷

مقنن نسبت به احکام قرارداد فرانچایز مطلبی نیاورده است، باید بر آن بود که چون هدف از انعقاد این قراردادها در اکثر مواقع کسب مابه‌ازای مادی می‌باشد، لذا آنها تابع اصل و در نتیجه معوض هستند و مدعی مجانی بودن، باید ادعای خود را اثبات کند.

بند چهارم: عهدی بودن قرارداد فرانچایز:

عقود عهدی آنهایی هستند که یک طرف در مقابل طرف دیگر یا طرفین در برابر هم تعهدی را می‌پذیرند که مورد قبول متعهدله قرار می‌گیرد و در صورت تخلف از ایفای تعهدات، متعهدله می‌تواند به موجب اختیارات قانونی به اجبار متعهد به انجام تعهد، فسخ عقد و... بپردازد، برای مثال در عقد وکالت، وکیل متعهد می‌شود که در مقابل دریافت حق الزحمه، مورد وکالت را انجام دهد یا فردی به واسطه صدور چک، متعهد به پرداخت وجه آن می‌شود. نمونه‌های دیگر عقد عهدی شامل عقد کفالت، عقد عاریه، عقد ضمانت، حواله مزارعه و مساقات است. همچنین وعده نکاح و قول به ازدواج هم می‌تواند در زمره عقود عهدی قرار گیرد. در حالی که عقود تملیکی عقود هستند که با وقوع ایجاب و قبول در صورتی که

¹⁷ <https://www.abdilawyer.com/%D8%B9%D9%82%D8%AF-%D9%85%D8%B9%D9%88%D8%B6-%D9%88-%D8%BA%DB%8C%D8%B1-%D9%85%D8%B9%D9%88%D8%B63078/>

موضوع آن عین معین یا کلی در معین باشد، مالکیت از یک طرف به طرف دیگر منتقل می‌شود به طوری که شخصی که مالکیت از ید او منتزع شده است، دیگر نسبت به موضوع مورد انتقال حقی نداشته باشد، البته باید دانست در تعریف واژه تملیک مباحثی گوناگون مطرح می‌باشد و به همین دلیل است که این امر حقوقدانان اسلامی را با دشواری‌هایی رو به رو کرده است.

تقسیم عقد به عهدی و تملیکی در حقوق کشورهای غربی یافت نمی‌شود و عدم وجود آن طبیعی می‌نماید زیرا در حقوق این کشورها اثر اولیه همه عقود ایجاد تعهد است.^{۱۸}

به موجب قرارداد فرانچایز یک طرف امتیاز حق استفاده از برند تجاری خود را به طرف دیگر منتقل می‌کند. در ابتدای امر ممکن است با توجه به اینکه برند تجاری را بر اساس تعریف از مال - آن چیزی که مابه‌ازای آن مالی دیگر تعلق می‌گیرد به عنوان موضوع قرارداد فرانچایز، تملیکی بدانند، اما به نظر، این عقیده چندان صائب نیست، چراکه مقتضای تملیکی بودن قرارداد اینکه مالک در مایملک خود حق همه گونه تصرف و انتفاع را به شکل انحصاری ایجاد می‌کند، در حالی که در قرارداد فرانچایز اینگونه نیست.

مبحث سوم: ماهیت حقوقی فرانچایز و تفاوت با لیسانس

در مورد ماهیت حقوقی فرانچایز چند نظر ابراز شده است که در ادامه به تحلیل و بررسی آن می‌پردازیم.

گفتار اول: عقود معین و قرارداد فرانچایز

بند اول: قرارداد فرانچایز و عقد اجاره:

هدف از عقد اجاره تملیک منفعت به عوض معلوم می‌باشد و بی تردید در بین عقود معین، یکی از با اهمیت ترین عقود، عقد اجاره است. امروزه در عرصه روابط حقوقی بین اشخاص حقیقی و حقوقی، موضوع عقد اجاره بسیار رایج می‌باشد. در ماده ۴۶۶ قانون مدنی، در تعریف اجاره آمده است: اجاره عقدی است که به موجب آن مستأجر مالک منافع عین مستأجره می‌شود. با دقت در منابع فقهی حقوقی در میابیم که منظور از عین در منابع فقهی حقوقی عین در برابر منفعت است و اموال مادی فرد

اعلای عین می‌باشد فلذا اموال غیر مادی مانند اموال فکری نیز می‌تواند عین محسوب شود.

با دقت در تعریف اجاره، سه عنصر اساسی در این تعریف نهفته است: معوض، موقت و تملیکی بودن.

این عناصر بارز، یعنی تملیک منافع به عوض معلوم در مدت محدود می‌باشد. تمام این اوصاف به جزء تملیکی بودن در فرانچایز نیز وجود دارد و حتی اموال فکری با استفاده فرسوده یا مصرف نمی‌شوند و قابلیت بقا را دارند با این تفاوت که اولاً در فرانچایز آنچه مورد مبادله قرار می‌گیرد، منافع نیست و فرانچایز گیرنده فقط اجازه استفاده از محصولات فکری فرانچایزدهنده را برای مدتی محدود دارد؛ ثانیاً

در قرارداد فرانچایز اساساً امتیازدهنده چیزی را به امتیازگیرنده تملیک نمی‌کند، در حالی که در عقد اجاره آنچه متعلق قصد طرفین قرار می‌گیرد، انتقال منافع عین مستأجره در مدتی محدود است و انتقال مالکیت به هیچ وجه منظور اصلی نیست. اگر

فلاحی، آزاد، پژوهش فقهی در باب عقد عهدی و تملیکی، فصلنامه تحقیقات حقوق خصوصی، شماره ۳۹، بهار ۱۳۹۸، ص ۱۸۵۴

امتیاز گیرنده مالک منافع می‌شد، حق داشت به آسانی و نبود شرط مخالف در قرارداد آن منافع و حقوق را به دیگری انتقال دهد.

بند دوم: قرارداد فرانچایز و عقد بیع:

برخی فقها از جمله آیت الله مکارم شیرازی چنین ابراز عقیده نموده اند بیع دانش فنی به شرط اینکه حدود و ثغور آن مشخص گردد فاقد اشکال است.

برخی حقوقدانان در مورد ماهیت فرانچایز، آن را با عقد بیع مقایسه نموده و با ارائه مستندات اظهار داشته اند که عقد فرانچایز در واقع چیزی جز عقد بیع نیست و عقد فرانچایز تنها یک عقد صوری و ظاهری است که طرفین برای پنهان داشتن عقد بیع و همچنین دریافت ثمن تحت عنوان عوض فرانچایز آن را منعقد کرده اند. اما باید توجه داشت که بیع منافع دانستن فرانچایز با اشکالات عمده ای رو به رو است. طبق ماده ۳۳۸، بیع از عقود تملیکی است در صورتی که در قرارداد فرانچایز تنها حق استفاده از موضوع فرانچایز به دیگری واگذار می‌شود. از طرف دیگر، طبق ماده ۲۳۳ قانون مدنی شرط خلاف مقتضای عقد باطل و موجب بطلان عقد است. این در حالی است که در فرانچایز شروط و تعهدات مفصلی درباره چگونگی استفاده از علامت، کیفیت کالا و ارائه خدمات وجود دارد که اگر بخواهیم این قرارداد را نوعی بیع محسوب کنیم، این شرایط خلاف مقتضای تملیکی بودن عقد است و شرط و عقد را باطل می‌کند. بنابراین در تکمیل ویژگی عهدهی بودن فرانچایز میتوان به دلایل نافی بیع بودن فرانچایز نیز استناد کرد

بند سوم-قرارداد فرانچایز و عقد صلح:

قرارداد صلح دو گروه کلی دارد، صلح در مقام معاملات یا صلح ابتدایی و صلح برای رفع تنازع و خصومت. عقد صلح به امّ العقود و سیدالعقود مشهور است زیرا بدون اینکه نیاز به شرایط پیچیده عقود داشته باشد، نتیجه آنها را دارد. ماده ۷۵۲ قانون مدنی نیز، به تبع از نظر مشهور امامیه، صلح را اینگونه تعریف نموده است: صلح ممکن است یا در مورد رفع تنازع موجود و یا جلوگیری از تنازع احتمالی در مورد معامله و غیر آن واقع شود. هر چند برخی از فقهای امامیه در تعریف خود از عقد صلح، آن را برای رفع خصومت تعریف نموده اند، ولی در فقه امامیه برخلاف نظر شافعیه عقد صلح صرفاً برای رفع تنازع نیست و برای تحقق صلح از دیدگاه امامیه لزومی به وجود اختلاف نیست، بلکه می‌تواند وسیله انجام معامله واقع شود. بنا به آنچه گفته شد، فرانچایز با عقد صلح تفاوت دارد. مهمترین تفاوت بین این دو قرارداد، تفاوت ماهوی است، چراکه صرف نظر از اینکه عنوان عقد صلح را طرفین در قرارداد مربوط به فرانچایز صریحاً یا ضمناً انتخاب نمی‌کنند، بلکه عقد صلح را بر مبنای مصالح و تسامح منعقد می‌کنند. و در صلح علم اجمالی کفایت می‌کند در حالی که اساس قرارداد فرانچایز بر اذن در انتفاع و برقراری حق انتفاع با ماهیت ویژه و مخصوص آن می‌باشد و قراردادی تجاری است که در آن برابری ارزش عرفی و کسب سود واجد اهمیت می‌باشد.

گفتار دوم: قرارداد فرانچایز و قرارداد خصوصی ماده ۱۰ قانون مدنی

با توجه به سازوکار پیچیده انعقاد معاملات فرانچایز و با وجود گروه های قراردادی متعدد مرتبط و غیر مرتبط با قراردادهای فرانچایز و با توجه به اینکه طرف های قرارداد، قصد مشترک بر متعهدنمودن خود در قالبهای عقود معین در حقوق داخلی را ندارند، این معاملات با هیچ یک از قالبهای حقوقی کشور هماهنگی کامل ندارد. و بنا به مراتب مذکور واضح است که قرارداد فرانچایز عقدی غیرمعین است و اثر آن در لحظه ای که طرفین انتخاب کرده اند محقق می گردد و معوض می باشد.

در توجیه ماهیت حقوقی قرارداد فرانچایز، اصل آزادی قراردادی منعکس شده در ماده ۱۰ قانون مدنی بسیار کارساز است. این ماده مقرر می دارد: قراردادهای خصوصی نسبت به کسانی که آن را منعقد نموده اند، در صورتی که مخالف صریح قانون نباشد، نافذ است.

آزادی قراردادی در فقه نیز مورد پذیرش قرار گرفته است. فقها با استفاده از آیه اوفوا بالعقود و تمسک به احادیثی مانند المؤمنون / المؤمنون عند شروطهم درصددند که دامنه لزوم عقود را از عقود معین به سایر قراردادها سرایت دهند و به این ترتیب می توان قراردادهای فرانچایز را با توجه به ویژگی های خاص آن در قالب ماده ۱۰ قانون مدنی به شمار آورد.

گفتار سوم: تفاوت قرارداد فرانچایز با لیسانس

قرارداد فرانچایز دارای ماهیتی مستقل نسبت به سایر قراردادها از جمله لیسانس می باشد و اصولاً قلمرو موضوعی قراردادهای لیسانس محدودتر از قراردادهای فرانچایز می باشد. در لیسانس، لیسانس دهنده حق استفاده از مالکیت فکری معینی را به لیسانس گیرنده اعطا می کند اما لیسانس لزوماً لیسانس دهنده را ملزم نمی کند که متعاقب بر انعقاد قرارداد و در آینده هم خدمات خویش را در اختیار لیسانس گیرنده قرار دهد.^{۱۹} مهمترین تفاوت بین فرانچایز و واگذاری حق لیسانس در نوع کنترل و نظارتی است که توسط شرکت واگذار کننده اعمال می شود. در واگذاری حق لیسانس شرکت واگذار کننده در روش تولید و نوع عملیات اجرایی دخالتی نمی کند و فقط به بررسی کالاهای تولیدی و اطمینان از رعایت استانداردهای کیفیت می پردازد. اما در فرانچایز شرکت فرانچایز دهنده کنترل دقیق و کاملی بر عملیات و روشهای تولیدی دارد به عنوان مثال مکان و زمان عملیات، نوع مدیریت و سایر عوامل وابسته به اجرا و تولید محصولات تحت نظر شرکت فرانچایز دهنده قرار دارد.^{۲۰}

مبحث چهارم: انواع قرارداد فرانچایز

انواع قرارداد فرانچایز عبارتند از: فرانچایز تولیدی، فرانچایز خدماتی، فرانچایز صنعتی

گفتار اول: فرانچایز تولیدی

در این قراردادها فرانچایز دهنده به فرانچایز گیرنده، دانش فنی و تکنولوژی لازم برای تولید یک محصول خاص را که بعداً تحت نام و علامت تجاری او به فروش خواهد رسید اعطا می کند. در برخی از موارد حتی ممکن است گیرنده مجوز استفاده از اطلاعات محرمانه تجاری با تکنولوژی موضوع اختراع را نیز از اعطا کننده به دست آورد و یا حتی مورد آموزش قرار گرفته و

ماندگار، پیشین، ص ۴۱۳^{۱۹}

^{۲۰} <https://mtsway.com/content/%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%AF%D8%A7%D8%AF%D9%87%D8%A7%DB%8C-%D9%81%D8%B1%D8%A7%D9%86%D8%B4%DB%8C%D8%B2-%D8%AF%D8%B1-%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%88-%D9%88%D8%A7%D8%B1%D8%AF%D8%A7%D8%AA>

اطلاعات مربوط به بازاریابی و توزیع و خدمات رسانی محصولات تولیدی را نیز تحصیل نماید. بسیاری از شرکتهای چند ملیتی که از یک یا چند علامت تجاری معروف برخوردار هستند و هزینه های مربوط به تولید کالا در کشوری که در آن مستقر هستند بالا است، از این قالب خاص قراردادی استفاده می کنند تا محصولات خود را در کشورهایی که هزینه های کمتری برای آنها در پی دارد تولید نمایند. برای مثال، در تولید بسیاری از لوازم خانگی از قبیل تلویزیون، مایکروفر، ماشین لباسشویی و... در خارج از مرزهای جغرافیایی کشوری که صاحب علامت تجاری در آن مستقر است، از این قراردادها استفاده می شود. همچنین، استفاده از قرارداد فرانسیز تولیدی در خصوصی رستوران ها و غذاهای فست فود نیز شایع است. مثال بارز این نوع فرانسیزها، قراردادهایی است که بین رستوران اصلی مکدونالد در آمریکا و فروشگاه های مختلف آن در سطح دنیا منعقد می شود.

گفتار دوم: فرانچایز خدماتی

به گونه ای از فرانسیز اطلاق می شود که در آن گیرنده ی امتیاز به ارائه ی خدماتی می پردازد که شیوه ی تدارک، عرضه و همچنین استانداردهای حاکم بر آن توسط فرانسیزدهنده ابداع شده و موفق نیز بوده است. معمولا خدمات مزبور تحت علامت و نیز نام تجاری اعطاکننده ارائه می شود. این نوع خاص از فرانسیز نسبت به سایر موارد فرانسیز نیاز به سرمایه گذاری کمتری از ناحیه ی فرانسیزگیرنده داشته، اداره و مدیریت آن آسان تر بوده و از مفاد قراردادی کمتری نیز برخوردار است. بهترین مثال برای تجارتهایی که فرانسیز خدماتی در آن رایج است خدمات هتلداری و خدمات توثیتینگ و تعمیرات پس از فروش اتومبیل است. برای مثال نام، شیوه پخت، شکل ظروف، روش ارایه غذا در کلیه رستوران های یک شبکه فرانسیز مانند یکدیگر هستند.

گفتار سوم: فرانچایز صنعتی

فرانسیزهای صنعتی بیشتر برای تولید و ساخت محصولات مختلف صنعتی کاربرد داشته و معمولا بین شرکتهای بزرگ صنعتی منعقد می شوند. در چهارچوب این قرارداد، اعطا کننده (که خود در اکثر موارد تولید کننده ی کالای مورد نظر است) با اعطای امتیاز و انتقال دانش فنی و تکنولوژی لازم، به تولید کننده ی دیگر (فرانسیزگیرنده) اجازه ی ساخت محصولات مشابه کالاهای خود را با همان کیفیت و شکل ظاهری میدهد. بعلاوه، گیرنده به موجب قرارداد اجازه خواهد یافت تا کالاهای مزبور را با نام و علامت تجاری فرانسیز دهنده به بازار عرضه نموده و حتی برای این منظور از روشی های او در پخش کالا استفاده نماید. این دسته از فرانسیزها معمولا به دلیل اینکه در برگیرنده ی انتقال تکنولوژی از کشورهای توسعه یافته (که عمده ی کارخانجات اعطا کننده ی چنین فرانسیزهایی در آنجا ساکن هستند) به کشورهای در حال توسعه (که بیشتر تولید کنندگان گیرنده ی چنین فرانسیزهایی در آنجا مقیم اند) میباشند، زیر مجموعه ی قراردادهای انتقال تکنولوژی محسوب شده و بنابراین واجد دو ویژگی خاصی هستند. اولاً، به طور معمولی در مقایسه با سایر انواع قراردادهای فرانسیز از پیچیدگی های فنی خاصی برخوردار بوده و شروط و تعهدات قراردادی بیشتری را در بر می گیرند و ثانیاً، کشورها برای به رسمیت شناختن و معتبر دانستن آن ها رعایت تشریفات خاصی از جمله لزوم ثبت قرارداد در مراجع خاص ملی را مقرر می دارند.^{۲۱}

²¹ <https://mtsway.com/content/%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%AF%D8%A7%D8%AF%D9%87%D8%A7%DB%8C-%D9%81%D8%B1%D8%A7%D9%86%D8%B4%DB%8C%D8%B2-%D8%AF%D8%B1-%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%88-%D9%88%D8%A7%D8%B1%D8%AF%D8%A7%D8%AA>

مبحث پنجم: آثار قرارداد فرانچایز

قرارداد فرانچایزینگ طرفین را در موقعیت حقوقی متفاوت از گذشته قرار می دهد. هریک از دو طرف اعطاکننده امتیاز و گیرنده امتیاز از حقوق و تکالیف متقابلی برخوردار می گردند که ذیلا در گفتار اول و دوم مورد بررسی قرار می گیرند.

گفتار اول: تعهدات فرانچایزر

اعطا کننده امتیاز باید پیش از انعقاد قرارداد فرانشیز اطلاعاتی را راجع به اموری معین در اختیار طرف دیگر قرار داد تا بر اساس آن طرف گیرنده امتیاز بتواند در شرایط معقول و به طور آگاهانه تصمیم بگیرد و اراده خویش را اعمال کند. گیرنده امتیاز مجاز به انجام هیچ گونه تغییری در مورد فرانشیز نیست و حفظ و یکنواختی محصول در سراسر بازار از اهداف اصلی این روش است حتی اگر به چنین تعهدی تصریح من شود از آنجا که عرف تجاری شبکه های فرانشیز در این مورد قاطع به منزله تصریح در قرارداد بوده و گیرنده امتیاز منضم به آن است در حقوق ایران امروز تمایل نویسندگان حقوقی بر این است که افشای تمام واقعیت های موثر در طراحی و اجرای قرارداد از تکالیف دوطرف شمرده می شود و بدین وسیله رعایت حسن نیت تصمیم می شود.^{۲۲}

سند افشای فرانشیز یک فرمت برای آشکار سازی اطلاعات کسب و کار برای امتیاز دهنده به امتیاز گیرنده در آینده است که در راستای تعهدات اعطا کننده امتیاز تنظیم می شود و هدف از این سند، حفاظت از سرمایه گذاری متقاضیان خرید امتیاز فرانشیز با فراهم آوردن اطلاعات در مورد شرکت امتیاز دهنده می باشد. این سند اعتبار قانونی داشته و اگر اطلاعات آنها اشتباه باشد طرف واگذارنده فرانشیز ملزم به پرداخت جریمه خواهد شد.^{۲۳}

گفتار دوم: تعهدات فرانچایزی

به موجب قرارداد فرانچایز، فرانشیز گیرنده امتیاز مجاز به استفاده و نمایش علامت یا نام تجاری متعلق به صاحب امتیاز در حوزه فعالیت تجاری خود می شود و به کارگیری علائم و نام های تجاری بایستی مطابق شرایط تعیین شده فی مابین صورت بگیرد.

از دیگر تعهدات فرانچایزی، حسب قرارداد حفاظت از علامت یا نام تجاری فرانشیز دهنده، معرفی شهرت تجاری و کیفیت مطلوب سیستم ابداع شده به وسیله وی و در بین مصرف کنندگان جایگاهی ویژه یافته است در قلمرو عرضه کالا یا خدمت است. بعلاوه فرانچایز گیرنده فقط مجاز به استفاده از علائم تجاری در ارتباط با موضوع قرارداد و در قلمرو آن است. از دیگر تعهدات فرانشیز گیرنده استفاده از دانش فنی و تجربی در چارچوب قرارداد و عدم افشای آن از دید اشخاص ثالث است. در بهره برداری از دانش فنی و تجربی در طول مدت قرارداد موظف است نیروی متخصص استخدام کند

همانطور که گفته شد فرانشیز قراردادی معوض است که صاحب امتیاز در قبال دریافت حق فرانشیزی اولیه در طول مدت قرارداد حاضر می شود که امتیاز بهره برداری از سیستم و حقوق مالکیت صنعتی متعلق به خود را به نفع فرانشیز گیرنده در

^{۲۲} شهبازی نیا مرتضی امتیاز به ارائه اطلاعات صحیح و جامع پیش از انعقاد قرارداد فرانشیز از نامه حقوق مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دوره ۴۱ شماره ۳ پاییز ۱۳۹۰ صفحات ۲۰۱-۲۱۷

^{۲۳} <https://mstway.com/content/%D9%82%D8%B1%D8%A7%D8%AF%D8%A7%D8%AF%D9%87%D8%A7%DB%8C-%D9%81%D8%B1%D8%A7%D9%86%D8%B4%DB%8C%D8%B2-%D8%AF%D8%B1-%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%AA-%D9%88-%D9%88%D8%A7%D8%B1%D8%AF%D8%A7%D8%AA>

کشور خارجی صادر کند بنابراین فرانسیز گیرنده باید حق امتیاز را بپردازد بعلاوه بیمه مسئولیت و حوادث تهیه کند جهت حفظ موقعیت تجاری.^{۲۴}

نتیجه گیری

در بسیاری موارد تولیدکنندگان، کارخانه داران، سرمایه داران و صاحبان حقوق مالکیت معنوی، مانند حق اختراع، علائم شناخته شده ی تجاری و... به جای آنکه مستقیماً اقدام به فعالیت و تجارت در کشور خاصی نمایند، اقدام به اعطای پروانه ی فعالیت به افرادی دیگر، معمولاً ساکن و فعال در همان سرزمین، می کنند. این شیوه برای صاحب حق مالکیت معنوی دارای دو امتیاز ویژه است:

اینکه سرمایه ی مورد نیاز برای فعالیت در منطقه ی جدید را گیرنده ی پروانه تأمین می کند و صاحب حق، هیچ گونه سرمایه گذاری در این زمینه نمی کند و اینکه ریسک فعالیت تجاری هم بر عهده ی گیرنده ی پروانه است و مشکلاتی، از جمله شکست در بازاریابی، اعتبار مشتریان و غیره به دارنده ی حق، ارتباط مستقیم پیدا نمی کند و فرانچایز از قراردادهای کاربردی در این زمینه می باشد.

فرانچایز یکی از قراردادهای رایج در انتقال تجاری دارایی های فکری به شمار می آید که با انعقاد آن دو طرف فرانچایزر و فرانچایز گیرنده در مقابل یکدیگر دارای حقوق و تعهداتی می گردند و چنانچه این قرارداد مهم در قالبی معین شناسایی گردد ابهامات برای طرفین بر طرف می گردد و حتی به توسعه تجارت و سرمایه گذاری کمک شایانی می گردد البته در این اقدام بایستی توجه گردد که تشریفات دست و پاگیر برای طرفین نهاده نشود. ویژگی های خاص محصولات فکری و عدم اقدام قانونگذار در شناسایی این نهاد حقوقی موجب حدوث ابهاماتی در خصوص ماهیت و اوصاف این قرارداد شده است. از یک طرف این نهاد حقوقی قابلیت انطباق با هیچ یک از قالبهای عقود سنتی معین برای مبادله اموال و دارایی های مادی و ملموس را ندارد. خصوصیت ویژه محصولات فکری از جمله تجزیه پذیری این محصولات از حیث موضوع، زمان، مکان و عدم قابلیت اختصاص آن موجب می شود تا قالب های سنتی عقود معین پاسخگوی نیاز جامعه در عرصه داد و ستد تجاری این محصولات نباشد.

از طرف دیگر در خصوص انطباق این قرارداد با مقررات ماده ۱۰ قانون مدنی باید گفت هرچند قانونگذار قانون مدنی حین تصویب ماده ۱۰ این قانون در مقام پذیرش اصل حاکمیت اراده در قراردادهای خصوصی نسبت به اموال و دارایی های محسوس و مادی بوده و اساساً نسبت به مفاهیمی همچون فرانچایز و دیگر قراردادهای حوزه مالکیت فکری آشنایی نداشته است، اما به منظور رفع بلا تکلیفی درموضع فعلی و با توجه به شرایط و احکام خاص عقود معین ناگزیر به انطباق این نهاد حقوقی با عموم و طبق مقررات ماده ۱۰ قانون مدنی هستیم، اما این تفسیر و توجیه نه تنها نباید قانونگذار را غافل نموده، بلکه با توجه به کاستی های موجود در این خصوص، لازم است قانونگذار نسبت به شناسایی این نهاد حقوقی و تعیین آثار و احکام آن اقدام عاجل به عمل آورد.

ربیعا اسکینی تعهدات اساسی فرانسیز گیرنده در قراردادهای بین المللی فصلنامه حقوق مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دوره ۴۱ شماره ۳ پاییز ۱۳۹۰ صفحات ۱ تا ۲۰^{۲۴}

نمونه قرارداد فرانچایز

Sample Franchise Agreement

YOGURLAND FRANCHISING, INC.

FRANCHISE AGREEMENT

This Franchise Agreement is entered into and effective on the day of _____
200__by and between Yogurtland Franchising, Inc. , a California corporation, with its
principal
business address at 10612 Shoemaker Avenue, Unit C, Santa Fe Springs, California 90670
("Franchisor") and _____, whose principal address is
_____ ("Franchisee"), with

reference to the following facts:

RECITALS

A. Franchisor through considerable time and effort, has developed distinctive business formats, systems, methods, procedures, designs, layouts and specifications for the operation of quick service store specializing in yogurt and related beverage and food items.

B. Franchisor operates and licenses others to operate quick service stores under the name "Yogurtland" using valuable trade names, trademarks and service marks belonging to Franchisor and the distinctive business formats, systems, methods, procedures, designs, layouts and specifications developed by Franchisor (the "Yogurtland System").

C. Franchisee desires to establish and operate a quick service yogurt store using the "Yogurtland" trademark and the Yogurtland System at a location to be specified, on the terms in this Agreement (the "Store").

Accordingly, the parties now agree as follows: **Article 1. GRANT OF FRANCHISE LICENSE**

1. 1. License Rights. Franchisor grants Franchisee the right, during the term of this Agreement, to use the Yogurtland System in operating a franchised business under the Yogurtland trademark and other trademarks, service marks, trade names, logotypes, commercial symbols and copyrights that Franchisor designates from time to time (collectively, the "Marks").

1. 2. Single Site and Relocation. Franchisor grants Franchisee the right to operate only at a single, approved location. Franchisee shall conduct the business only from the approved location. Franchisee shall not delegate, franchise or subfranchise the right to use the Marks or authorize independent contractors or any third party with whom Franchisee conducts business to use the Marks. The approved location for the Store shall be stated in Exhibit "A. " If when signing this Agreement the approved location is not selected, Franchisor shall designate the general geographic area specifying the area within which Franchisee may seek a location for the Store. When the approved location is selected, the approved location shall be stated in Exhibit "A. " Franchisee shall not relocate the Store without first obtaining Franchisor's prior written consent, which may be conditioned on: (i) the new location meeting Franchisor's then-current criteria for new locations; (ii) Franchisor is satisfied, in Franchisor's reasonable

discretion, that the proposed relocation will not have an adverse competitive impact on the Yogurtland System;

(iii) all accrued obligations of Franchisee to Franchisor under this Agreement shall have been satisfied in full; (iv) Franchisee shall have executed a general release of Franchisor and Franchisor's shareholders, directors, officers and employees in a form satisfactory to Franchisor of all claims that are known or reasonably could have been known; and (v) Franchisor's right to elect whether the Exclusive Territory, if any, (as defined below) shall be retained as the radius from the original franchise location or modified to be a new radius from the new location.

1. 3. **Use of Marks.** Franchisee shall use the Marks in signage, business cards, stationery, promotion materials and advertising only in the form and as required or permitted by this Agreement or in the Manual (as defined in Section 4. 1) or by Franchisor.

1. 4. **Trade Practices.** Franchisee agrees that Franchisor has sole rights to the Yogurtland System and that goodwill associated with any of the trademarks and trade practices shall be deemed to inure only to Franchisor and not to Franchisee. The parties acknowledge that the elements of Franchisor's trade practice which are confidential constitute trade secrets of Franchisor. These are revealed to Franchisee in confidence and Franchisee must not, at any time during the term of this Agreement or any time afterward, use or attempt to use the trade practices in connection with any other entity or business, nor shall Franchisee disclose, duplicate, reveal, sell or sublicense the trade practices or any part of them, or in any way purport to transfer any rights in the trade practices, except as authorized by Franchisor.

1. 5. **Reservation of all Rights.** Franchisor reserves all rights, except as expressly stated in this Agreement, including but not limited to the right to offer or open additional stores and franchises.

Article 2. EXCLUSIVE AREA OR TERRITORY

2. 1. **Exclusive Territory.** The territory granted to Franchisee is exclusive in that, so long as Franchisee is in full compliance with this Agreement, Franchisor will not authorize a franchise or establish a company-owned location to be located within the territory stated in Exhibit A (the "Exclusive Territory"). The parties acknowledge that for Non-Shopping Mall locations, the Exclusive Territory is intended to comprise an area of roughly approximating one driving mile more or less, from the Store, but that the specific definition of the Exclusive Territory is the description or map attached as Exhibit A. For Shopping Mall Locations, Franchisee acknowledges there is no Exclusive Territory. However, Franchisor shall not operate or grant franchises to others to operate Yogurtland stores within the same Shopping Mall where the Store is located.

2. 2. **Exceptions.** The Exclusive Territory does not include any Shopping Mall whether or not located within the territory granted to Franchisee. Franchisor shall have the right to establish and to grant franchises to others to establish Yogurtland stores in Shopping Malls without geographic restriction. For this Agreement, a Shopping Mall means any retail shopping center containing two or more anchor retail department stores. Current examples of anchor retail department stores include Sears, Macy's, JCPenny, Mervyn's, Nordstrom,

Neiman Marcus, Bloomingdales, Saks Fifth Avenue, Dillard's, K-Mart, Kohls, Ross Stores, Best Buy, Circuit City, Wal-Mart, Home Depot, Orchard Supply & Hardware, Office Max, Office Depot, 99 Cents Only Stores, or other similarly large retail stores. The parties acknowledge that this list of examples is not

2

complete, that some of these stores will go out of business, some will merge, and new stores will be established. Franchisor shall have the right to determine the nature of stores comprising anchor retail department stores. Franchisor shall have the right to operate, sell and franchise and license others to sell Yogurtland products and other items and services under the Marks and other trademarks and service marks through Yogurtland stores located anywhere outside Franchisee's territory. Additionally, Franchisor reserves the rights to sell, market and distribute and to arrange for others to sell, market and distribute pre-packaged products identified as Yogurtland or by any other brand names, whether or not such brands are authorized for use by Franchisee, as well as other products or services under the Marks and other trademarks and service marks through different distribution channels, such as super markets, wholesale markets and convenience stores even within Franchisee's Exclusive Territory.

Article 3. TRADEMARKS AND COPYRIGHTS.

3. 1. **Use Permission.** Franchisor grants to Franchisee the right to use the Marks at the Store.

3. 2 **Ownership of Marks.** Franchisee acknowledges that Franchisor owns the Marks; that Franchisee's right to use the Marks is derived solely from this Agreement and is limited to operating the Store in compliance with this Agreement and all Franchisor's standards, specifications and operating procedures; that all goodwill developed from Franchisee's use of the Marks shall be for Franchisor's exclusive benefit; and that this Agreement does not confer any goodwill or other interest in the Marks on Franchisee except the limited right to use them in operating a Yogurtland store in compliance with this Agreement. All provisions of this Agreement concerning the Marks will also apply to additional trade and service marks and commercial symbols that Franchisor may authorize for Franchisee's use in the future. Franchisee shall not directly or indirectly contest Franchisor's right to the trademarks, service marks, trade secrets or business techniques that are part of Franchisor's business.

3. 3. **Restriction on Use.** Franchisee shall not use any Marks as part of any corporate or trade name or with any prefix, suffix or in any modified form or with other modifying words, terms, designs or symbols, unless specifically approved by Franchisor in writing. Franchisee shall be permitted to identify Franchisee's business using a fictitious business name of Franchisee's store in a format as the law permits and Franchisor designates from time to time, such as "Yogurtland" of [geographic designation]. Franchisee shall file all fictitious name affidavits required by law in the state and county where Franchisee is located. Franchisee shall not use the Marks in any manner not expressly authorized in writing by Franchisor. Franchisee shall use and display all Marks in the manner Franchisor specifies. Franchisee shall use the encircled R registration symbol "®" with Marks that are registered in the U. S. Trademark Office and shall give additional notices of trade and service mark registrations as

Franchisor specifies. Franchisee shall refrain from any business or marketing practice that may injure Franchisor or the business and goodwill associated with the Marks or the Yogurtland System.

3. 4. **Trademark Protection.** Franchisor shall have no obligation to protect Franchisee against claims of infringement or unfair competition arising out of the use of the Marks or to defend Franchisee in any legal action. However, Franchisor will take such action that Franchisor considers appropriate under the circumstances, provided Franchisee has promptly notified Franchisor in writing of the facts of the claim or challenge and provided further that Franchisee

3

\\As \l\hsmh\TGU 24S8-2\241716. doc

has used the Marks or logos in strict accordance with this Agreement and all Franchisor's rules, regulations, requests and procedures. Franchisor may assume the defense of the action at any time if Franchisor initially declined to take over the defense. If Franchisor chooses to defend Franchisee, then Franchisee shall fully cooperate with Franchisor in that defense.

3. 5. **Control of Actions and Trademark Usage.** Franchisor shall have the sole right to control any legal actions or proceedings including settlements involving claimed trademark infringement or unfair competition against Franchisee or against others using the Marks. Franchisor may, at Franchisor's sole discretion, prosecute or defend any infringement or unfair competition claim involving the Marks or any other actions or proceedings which Franchisor deems necessary or desirable to protect the Marks.

3. 6 **Notification of Claims.** Franchisee shall immediately notify Franchisor of any apparent infringement of or challenge to Franchisee's use of any Marks or claim by any person of any rights in any mark. Franchisee shall not communicate with any person other than Franchisor or Franchisor's legal counsel concerning the infringement, challenge or claim. Franchisee shall execute any instruments and documents, provide assistance and do those things (including being named as a party) that, in the opinion of Franchisor's legal counsel, may be necessary or advisable to protect and maintain Franchisor's interests in any litigation or U. S. Trademark Office or other proceeding or otherwise protect and maintain Franchisor's interests in the Marks.

3. 7. **Stopping or Changing Use of Marks.** If it becomes advisable at any time in Franchisor's sole discretion for Franchisor or Franchisee to modify or stop using any Marks or to use one or more additional or substitute trade or service marks, Franchisee shall comply with Franchisor's directions to modify or stop using the Marks or use one or more additional or substitute trade or service marks within a reasonable time after notice from Franchisor. Franchisor shall have no obligation to pay for or reimburse Franchisee for the expenses to modify or stop using or substituting different trade or service marks.

3. 8. **Copyrights.** Franchisor claims copyright rights in the Manual, construction plans, advertising and promotion materials and in other materials used in the Yogurtland System. Franchisee acknowledges that Franchisor owns such copyright rights regardless of whether

the copyrights are at any particular time registered in the Copyright Office of the Library of Congress.

Article 4. CONFIDENTIAL OPERATION MANUAL

4. 1. Confidential Business Operation Manual. Franchisor has created a Confidential Business Operation Manual (the "Manual") which contains policies, specifications, procedures, and instructions developed by Franchisor pertaining to the operation of a Yogurtland store. During the term of this Agreement, Franchisor will loan Franchisee a copy of the Manual.

4. 2. Ownership. The loaned copy of the Manual and its contents are solely Franchisor's property. Franchisee shall return the Manual to Franchisor promptly on expiration or termination of this Agreement.

4. 3. Confidentiality. Franchisee acknowledges that the contents of the Manual are confidential and proprietary to Franchisor. Franchisee shall keep the contents of the Manual

4

confidential and shall take any additional steps that Franchisor requests from time to time to protect the confidentiality of the Manual.

4. 4. Additions and Modifications. Franchisor may from time to time add to, delete from, supplement or otherwise modify the contents of the Manual. Franchisee shall promptly insert any revised pages or other forms of supplements into the loaned copy of the Manual. In any dispute about the contents of the Manual, any master copy maintained by Franchisor shall be deemed to be controlling.

4. 5. Compliance. Franchisee shall operate the Store in compliance with all the contents of the Manual, as modified from time to time by Franchisor.

Article 5. TRAINING

5. 1. Training Programs. Franchisor will provide initial, and may provide other mandatory and optional training programs. All training programs will be conducted at locations and times that Franchisor designates.

5. 2. Initial Training. During the thirty (30) days prior to Franchisee's scheduled opening, Franchisor shall provide Franchisee and Franchisee's initial store manager, with Franchisor's initial training program. The parties acknowledge that the initial training program is anticipated to require approximately forty hours over five days. Training shall take place at a Yogurtland location designated by Franchisor and at Franchisee's store location. Franchisee shall pay Franchisor the training fee described in Section 5. 7.

5. 3. Failure to Complete Initial Training. If Franchisee or initial store manager fails to complete the initial training program to Franchisor's sole subjective satisfaction, then Franchisor will have the right to terminate this Agreement effective on delivery of notice of termination to Franchisee. On termination under this Section, Franchisor shall refund the initial franchise fee paid less all reasonable costs incurred by Franchisor in preparing the Franchise Agreement and related documents, the grant of the franchise, and other services and efforts provided. In no event, however, shall the total refund exceed 50% of the initial franchise fee paid. Franchisor shall make the refund to Franchisee after Franchisee signs all

documents Franchisor requests, including a general release, indemnification, and confidentiality agreement.

5. 4. **Additional Mandatory and Optional Training.** Franchisor, at Franchisor's discretion, may provide from time to time mandatory and optional training programs on new products, operating procedures, selling techniques, services, preferred suppliers, management skills and other aspects of business operations that Franchisor believes may be beneficial. Franchisor shall have the right to determine the duration, location, composition, subject matter, whether or not there will be an additional charge for a particular program, the amount of the charge, and all other aspects of these training programs. Franchisee shall attend and complete, and cause designated personnel to attend and complete all training programs that Franchisor specifies are mandatory.

5. 5. **Training Requested by Franchisee.** If Franchisee requests and Franchisor agrees to provide training or assistance at the Store additional to the initial training, then Franchisee shall pay Franchisor's then standard rates for each day of such additional training or assistance.

5

5. 6. **Franchise Specific Additional Training.** Special or additional training programs may be implemented by Franchisor at Franchisor's sole discretion, when Franchisor believes such programs may provide particular value to Franchisee or that Franchisee is in particular need for such training. Franchisee shall pay or reimburse Franchisor's expenses for these special or additional training programs, including but not limited to compensation of instructors, payment for facilities and training manuals.

5. 7. **Training Expenses.** Franchisee is solely responsible for all expenses incurred by Franchisee, Franchisee's designated manager and other employees for all training programs including, without limitation, training fees, costs of travel, lodging, meals and compensation. There will be no compensation of any kind from Franchisor for work performed or participation in any training program, even if the training involves customer service, preparation or other work at or beneficial to a Yogurtland store owned or operated by Franchisor or other franchisees.

5. 8. **Conventions.** From time to time, Franchisor may, but is not obligated to, arrange for meetings or conventions of franchisees to provide additional exchange of information and ideas and to recognize accomplishments of franchisees. Franchisee shall, at Franchisee's expense, attend and participate in all meetings and conventions that Franchisor designates as mandatory.

Article 6. MARKETING

6. 1. Marketing Fund.

A. **Establishment.** Franchisor has established a marketing fund to advertise and promote the Yogurtland System (the "Marketing Fund").

B. **Uses.** The Marketing Fund shall be used for advertising, marketing, public relations and related purposes that Franchisor deems appropriate. By way of illustration and not limitation the Marketing Fund may be used to pay costs of marketing surveys and research; employing

public relations firms; developing and maintaining Internet website communications; preparing and producing video, audio and written marketing materials; buying Internet, TV, radio, magazine, billboard, newspaper and other media advertising; employing advertising agencies; providing or selling marketing materials to Yogurtland stores; holding conventions and meetings for personnel of Yogurtland Stores; and paying costs to account for and report on contributions, expenditures and related activities of the Marketing Fund.

C. **Promotion Materials.** Franchisor may cause the Marketing Fund to develop and market promotional items from time to time. If and when developed, those items will be made available to Franchisee for purchase at Franchisee's cost and expense. Franchisee shall maintain a representative inventory of promotional items in accordance with requirements established by Franchisor.

D. **Coupons.** The Marketing Fund may develop programs that include special offers and discount coupons. Franchisee shall honor all such special offers and discount coupons. Franchisor has no obligation to reimburse Franchisee for any cost or discount related to acceptance of coupons or special offers. At any time when it is lawful to do so, and with the prior

6

consent of either (i) Franchisee, or in the alternative (ii) a majority of Franchisees in the geographic region where the special offer or discount coupons are anticipated to be distributed, special offers or discount coupon may establish specific product pricing, or maximum or minimum pricing.

E. **Franchisee's Contributions.** Franchisee shall contribute the amounts stated in Section 7. 5 to the Marketing Fund. Franchisee's contributions to the Marketing Fund are nonrefundable.

F. **Franchisor Contributions.** For each Yogurtland store operated by Franchisor, Franchisor shall contribute to the Marketing Fund on substantially the same basis as Franchisor requires of franchisees. Recognizing there may be different contribution levels or formulas for different franchisees, Franchisor's contributions are not required to be the same amounts or formula as contributions by Franchisee.

G. **Contributions from Other Sources.** Franchisor shall have the right, but is not obligated, to collect and contribute to the Marketing Fund any advertising or other rebates from suppliers or others.

H. **Maintenance.** Contributions to the Marketing Fund may, but need not be maintained in accounts separate from Franchisor's other funds. The Marketing Fund will not be used to defray Franchisor's general operating expenses, except for administrative costs and overhead reasonably allocable to administering the Marketing Fund.

I. **Administration.** Franchisor shall oversee all programs financed by the Marketing Fund, with sole discretion over their creative concepts, materials, timing, placement, allocation and other aspects. Franchisor has no obligation to cause Marketing Fund expenditures to benefit Franchisee equivalently or proportionately to Franchisee's

contributions, or at all, or to ensure that Franchisee or any one or more particular franchisees benefit directly or pro rata from uses of the Marketing Fund.

J. **Timing.** Franchisor will give consideration to spending contributions to the Marketing Fund during approximately Franchisor's fiscal year when the contributions were made. Franchisor shall have the right to spend in any fiscal year, more or less than the amount of contributions to the Marketing Fund made in that year. Funds not spent in a fiscal year when contributed may be applied and used for Marketing Fund expenses in other years, which could also include payment of expenses from prior years. The Marketing Fund may borrow from Franchisor or others to finance operations and to cover deficits.

K. **Accounting.** An accounting of Marketing Fund contributions and expenditures shall be prepared annually and shall be made available to Franchisee on written request. Franchisor shall have the right but no obligation to cause accountings to include an independent certified public accountant's audit of Marketing Fund contributions and expenditures. Franchisor shall have the right to cause the Marketing Fund to pay for the preparation of such accounting.

L. **Termination.** Franchisor shall have the right to terminate or suspend operation of the Marketing Fund at any time, either temporarily or permanently, effective when

7

arrangements have been made for the use or expenditure of monies in the Marketing Fund. Franchisor shall have the right to restart the Marketing Fund after termination or suspension.

6. 2. **Advertising and Promotion Activities by Franchisee.** In addition to any contributions by Franchisee to the Marketing Fund, Franchisee shall advertise and market the Store in Franchisee's territory in amounts described in Section 7. 6. Franchisee shall provide Franchisor written verification of Franchisee's local advertising expenditures as Franchisor requires. Franchisee shall be responsible to assure that all advertising, promotion and marketing by Franchisee are clear, truthful and not misleading, and conform to the highest standards of ethical marketing and promotion policies which may be prescribed by Franchisor.

6. 3. **Advertising Submissions.** Franchisee shall submit to Franchisor for Franchisor's prior written consent, samples of all advertising and marketing materials not prepared or previously consented to by Franchisor. If Franchisor does not provide a written consent to any advertising or other promotion materials within 10 days from receipt by Franchisor, Franchisor shall be deemed to have withheld consent. Franchisee shall not use any advertising or marketing related material that Franchisor has not consented to.

6. 4. **Telephone Directory.** Franchisee shall list the Store's phone numbers in the principal telephone directories distributed in the metropolitan area and communities where the Store is located.

6. 5. **Franchisor's Advertising.** Franchisor shall provide and Franchisee shall be required from time to time to purchase proprietary marketing materials from Franchisor that Franchisor considers suitable for use at local Yogurtland stores. Franchisor may charge Franchisee at Franchisor's cost to produce these materials, including reasonable allocation of overhead and

any shipping, handling and storage charges, payable when the materials are ordered. These payments are not refundable.

Article 7. FEES.

7. 1. **Initial Franchise Fee.** On signing this Agreement, Franchisee shall pay Franchisor an initial franchise fee of thirty thousand dollars (\$30,000). Franchisor acknowledges prior receipt from Franchisee of a two hundred dollar (\$200) application fee. This amount shall be applied as a credit against the initial franchise fee.

7. 2. **Construction Supervising Fee.** If Franchisee elects not to purchase a turnkey store, Franchisee shall pay Franchisor a construction supervision fee at Franchisor's then standard rates.

7. 3. **Continuing Royalty.** Franchisee shall pay Franchisor a monthly continuing Royalty Fee equal to three percent (3%) of Franchisee's Gross Sales each month or seven hundred dollars (\$700) whichever ever is greater. The Royalty Fee is due and payable by the 15th calendar day of each month based on Gross Sales for the prior month. If Franchisee fails to pay the royalty by the 15th calendar day of the month, the royalty fee shall be and Franchisee shall pay three and one half percent (3. 5%) of Franchisee's Gross Sales for the prior month, or eight hundred dollars (\$800), whichever is higher. Royalty payments shall be accompanied by such reports requested by Franchisor. Franchisee shall execute such bank authorizations as Franchisor requests to

8

enable Franchisor to automatically debit Franchisee's bank account or credit card account for fees due under this Section.

7. 4. **Gross Sales Defined.** "Gross Sales" is defined to include all sums or things of value received by Franchisee in and from Franchisee's business from all sales or other transactions for goods and services whether for cash, check, credit, barter or otherwise, including, without limitation, sales where orders originated at or were accepted by Franchisee at one location but delivered or performance made from or at any other location. Gross Sales do not include refunds to customers or the amount of any sales taxes separately itemized, collected from customers for payment to a federal, state or local taxing authority and actually paid to that authority.

7. 5. **Franchise Marketing Fee.** Franchisee shall contribute monthly an amount equal to two percent (2%) of Franchisee's Gross Sales each month to the Marketing Fund or five hundred dollars (\$500) whichever ever is greater. The Marketing Fund fee is due and payable by the 15th calendar day of each month based on Gross Sales for the prior month. If Franchisee fails to pay the Marketing Fund Fee by the 15th calendar day of the month, the Marketing Fund fee shall be and Franchisee shall pay two and one-half percent (2. 5%) of Franchisee's Gross Sales for the prior month, or six hundred dollars (\$600), whichever is higher. Franchisor shall have the right from time to time to modify the percentage of gross sales that Franchisee shall contribute to the Marketing Fund, provided that Franchisor shall not establish a contribution rate greater than five percent (5%) of Franchisee's Gross Sales. The Marketing Fund payments shall be accompanied by such reports requested by Franchisor. Franchisee shall

execute such bank authorizations as Franchisor requests to enable Franchisor to automatically debit Franchisee's bank account or credit card account for fees due under this Section.

7. 6. **Local Advertising; Grand Opening Advertising.** Franchisee shall spend the greater of two percent (2%) of Gross Sales or five hundred dollars (\$500) each month on local advertising to enhance the reputation of Franchisee's Store on a local level. All local advertising must first be submitted to and consented to by Franchisor before use. Franchisee shall furnish Franchisor a monthly written report together with copies of receipts showing the expenditures made for local advertising in the prior month. For the first six months of operations, Franchisee shall spend at least two thousand dollars (\$2,000) per month on grand opening advertising.

7. 7. **Cooperatives.** Franchisor shall have the right to establish geographic areas of local or regional cooperative advertising and to require franchisees in the applicable geographic area to actively participate in and contribute such amounts determined by a majority vote of the cooperative members. Franchisee's contributions to any such cooperative shall in no event be less than two percent (2%) or more than five percent (5%) of Franchisee's monthly Gross Sales. Contributions to a cooperative established by Franchisor shall apply as a credit against the amounts that Franchisee is required to spend for local advertising pursuant to Section 7. 6.

7. 8. **Product Purchase Deposit.** Franchisee shall pay Franchisor a ten thousand dollar (\$10,000) Product Purchase deposit upon signing the Franchise Agreement. Franchisor shall have the right to apply the deposit to any invoices which remain due and owing to Franchisor for more than 30 days. Franchisee shall replenish the deposit whenever the deposit on account with Franchisor is less than ten thousand dollars (\$10,000). Franchisor shall return any amounts remaining on deposit at the termination or expiration of the Franchise Agreement to Franchisee.

9

7. 9. **Transfer Fee.** As a condition to transferring or assigning this agreement, Franchisee shall pay Franchisor a non-refundable transfer fee equal to five thousand dollars (\$5,000). The transfer fee may be increased by Franchisor from time to time to reflect increases in pricing and price levels based on increases in a Consumer Price Index reasonably designated by Franchisor.

7. 10. **Renewal Fee.** As a condition to entering into a renewal franchise agreement, Franchisee shall pay Franchisor a renewal fee of five thousand dollars (\$5,000) for an additional term.

7. 11. **Initial Training Fee:** Franchisor shall provide an initial training to Franchisee. Franchisee shall pay Franchisor five thousand dollars (\$5,000) for the first two persons trained; and two thousand dollars (\$2,000) for each additional person trained. Franchisee's payment to Franchisor shall be due before start of training.

7. 12. **Inspection and Audit.** At any time during business hours and without prior notice to Franchisee, Franchisor may inspect and audit the business records, bookkeeping and accounting records, sales and income tax records and returns and other records of the Store, as

well as Franchisee's books and records. Franchisee shall fully cooperate with Franchisor's representatives and accountants in any inspection or audit.

7. 13. **Audit Charges.** If any inspection or audit discloses a deficiency in payments to Franchisor then Franchisee shall immediately pay the deficiency. If the deficiency is three percent (3%) or more for any calendar month or larger period, then Franchisee shall also pay the cost of the audit as well as the travel, lodging, meals, compensation and reasonable professional service fees and other expenses of the inspecting or auditing personnel. If an inspection or audit discloses an overpayment, Franchisor will credit Franchisee for the overpayment, which may apply to amounts due in the future but shall not, under any circumstance, entitle Franchisee to any form of refund.

7. 14. **Interest.** Any amount owed to Franchisor but not paid when due shall bear interest at the lesser of one percent (1%) per month (12% per year) or the maximum rate allowed by law. This provision does not authorize or excuse late payment.

7. 15. **Liquidated Damage for Certain Breaches.** The parties acknowledge that in view of the nature of the franchise system and the difficulty of precise measurement of damage to Franchisor's trademarks and reputation, determining the precise amount of damage to Franchisor that would result from unauthorized deviation from any of Franchisor's standards or requirements would be particularly difficult. Accordingly, to simplify the process of determining damages, the parties agree that for any breach comprised of unauthorized deviation by Franchisee from any of Franchisor's standards or requirements, including but not limited to use or sale of unauthorized consumable or non-consumable items, beverage materials, or other non-authorized product, Franchisee shall pay Franchisor liquidated damages in the amount of one thousand dollars (\$1,000) per breach and one thousand dollars (\$1,000) for each day that the breach continues. This liquidated damages provision is not an exclusive remedy and does not excuse the breach. Failure to cure the breach after notice shall be grounds for termination of this Agreement. This liquidated damages provision does not apply to breaches other than those described in this Section.

Article 8. OBLIGATIONS OF FRANCHISEE

10

8. 1. Franchisee Services. Franchisee shall offer for sale only products that Franchisor approves from time to time for sale at franchised Yogurtland stores. Franchisor may from time to time add to, delete or modify products authorized for sale. Franchisee shall offer all products that Franchisor authorizes Franchisee to sell.

Franchisee shall maintain high professional and ethical standards, observe preferred suppliers program requirements, if any, established by Franchisor, and shall conduct no other business under Franchisor's marks without Franchisor's prior written consent. Franchisee shall only sell finished Yogurtland products that have been approved for sale and only to retail customers. Franchisee shall not sell any Yogurtland products, whether finished or unfinished, to any person or entity for resale.

8. 2. **Full Time Effort.** In addition to Franchisee's other obligations in this Agreement, Franchisee shall at all times devote Franchisee's best efforts to operating the Store so as to

maximize sales and revenues in compliance with this Agreement and the Manual and applicable law. Franchisee or a manager identified by Franchisee and consented to by Franchisor in writing, shall devote at least thirty (30) hours per week to active management of the franchised business. If Franchisee is an entity, then Franchisee shall designate an individual on whom Franchisor may rely for the personal active management of the franchised business pursuant to this Section 8. 2. Franchisee shall ensure that at least one fully trained employee shall operate the Store during operating hours.

8. 3. **Hours of Operation.** Franchisee shall operate the Store continuously during hours that Franchisor specifies from time to time, which may require Franchisee to open for business as early as 7 a. m. and require Franchisee to stay open until as late as midnight, and to be open as many as seven (7) days per week, and up to 365 days per year (366 days in a leap year). Franchisee acknowledges that Franchisee may be required to be open more or longer or otherwise different hours than Franchisor requires of other, franchisees or company owned stores.

8. 4. **Employees.** Franchisee shall assure that Franchisee's personnel are qualified, properly trained and competent to perform the services required of them.

8. 5. **Compliance with Law.** Franchisee shall assure that Franchisee and all employees comply with all applicable laws and regulations in operating the Store and providing goods and services to customers.

8. 6. **Quality Control.** Franchisee shall operate the Store in accordance with Franchisor's standards of quality, production, appearance, cleanliness and service as prescribed by Franchisor and the Manual.

8. 7. **Solving Customer Complaints.** Franchisee shall provide prompt attention and response to any customer complaint. Franchisee shall inform Franchisor of any complaint that Franchisee fails to resolve to the customer's satisfaction within seven (7) days. Franchisor shall have the right, but no obligation, to elect to assist or elect to mandate a resolution to the customer complaint. Franchisee shall, at Franchisee's sole expense, implement any resolution that Franchisor directs.

11

8. 8. **Permits and Licenses.** Franchisee shall obtain and maintain all permits and licenses required for the operation of the franchised business.

8. 9. **Financial Statements.** Franchisee shall provide Franchisor an annual income, profit and loss statement to Franchisor. Franchisee shall submit this to Franchisor, no later than the fifteenth (15th) day after the end of a calendar year (that is, no later than January 15th) using any forms that Franchisor prescribes and accurately reflecting all sales during the preceding year. Franchisee shall also provide Franchisor other data and information regarding operation and results of the franchised business that Franchisor specifies from time to time.

8. 10. **Records and Reports.** Franchisee shall submit to Franchisor weekly and monthly sales reports, as well as other intervals or periods requested by Franchisor, on such forms prescribed by Franchisor. Franchisee shall maintain copies of all records and reports

concerning the franchised business that Franchisee files with federal, state and local government agencies and shall provide copies of those reports to Franchisor when filed.

8. 11. **Purchases.** Franchisee shall purchase all food ingredients, materials and equipment from Franchisor or third party sources designated or approved in writing by Franchisor. Franchisee acknowledges that Franchisor may elect to be the sole authorized source for various items. Franchisor reserves the right to require that Franchisee purchase and use specific brand items in operating the Store. Franchisor shall have the right to the benefit of all discounts, volume rebates, administration fees, commissions, advertising allowances or other advantages which Franchisor may obtain from any person supplying products or services to Franchisee or other Yogurtland franchisees.

8. 12. **Alternate Supplier Qualifications.** If Franchisee wants to purchase required items, equipment, furniture or materials from a source other than Franchisor or Franchisor's approved suppliers, then Franchisee shall first submit information to Franchisor concerning the proposed supplier. The submitted information shall include a complete description of the history and credit rating of the proposed supplier, description of items Franchisee wants to purchase from the proposed supplier, information relevant to the proposed supplier's ability to satisfy Franchisor's standards, ability to provide reliable service, references, and other information that Franchisor may request or designate from time to time. Franchisee shall arrange for the proposed supplier to cooperate in testing or analysis in a manner that Franchisor designates, and at the expense of Franchisee or the supplier, to enable Franchisor to ascertain whether the supplier and proposed items to be purchased are of satisfactory quality, reliability and other characteristics. Franchisor will endeavor to notify Franchisee in writing whether Franchisor approves or disapproves the proposed supplier and the reasons for any disapproval, all within ten (10) business days after Franchisor's receipt of all information that Franchisor deems necessary to make its decision.

8. 13. **Non-Turnkey Construction.** If Franchisee elects not to purchase a turnkey store, Franchisee shall hire an architect and general contractor from a list of Franchisor approved architects and general contractors. If Franchisee wants to hire an architect and/or general contractor that is not on the Franchisor approved list, Franchisee shall first submit information to Franchisor concerning the proposed architect and/or general contractor. The submitted information shall include a comprehensive description of the proposed architect and general contractor contact information, copies of their licenses, a list of the projects that they have been

12

WAs \l\hsmh\TG\ 12458-2U41716. doc

involved with, and any other information that Franchisor may reasonably request. At Franchisor's request and at Franchisee's expense, Franchisee shall arrange a meeting between Franchisor and the proposed architect and/or general contractor. Franchisor shall endeavor to notify Franchisee in writing whether Franchisor approves or disapproves of the proposed architect and/or general contractor within ten (10) business days after Franchisor's receipt of all information that Franchisor deems necessary to make its decision.

8. 14. **Point of Sale System, Independent Access.** Franchisee shall purchase from Franchisor or other entity designated by Franchisor a point of sale electronic cash register or computer system ("POS System") meeting specifications required by Franchisor. Franchisor shall have the right to require that the POS System connect electronically with and provide electronic access from equipment of Franchisor. Franchisee shall execute any and all necessary agreements and pay reasonable acquisition, service, maintenance, upgrade and other related fees and charges for the installation, set-up, maintenance servicing, use and other aspects of the POS System. Franchisee shall arrange to provide Franchisor with independent, direct access to all information and data in or generated by Franchisee and Franchisee's computerized point of sale and store management system.

8. 15. **Surveys.** Franchisee shall present to customers of the Store, evaluation and survey forms that Franchisor requests from time to time, and shall participate in and ask customers to participate in any evaluations and surveys performed by or on Franchisor's behalf, including providing promotional rewards to customers at Franchisee's expense, in exchange for such participation.

8. 16. **Insurance.**

A. Franchisee shall obtain and maintain in effect: (1) broad form comprehensive general liability coverage, and broad form contractual liability and advertising injury coverage of at least one million dollars (\$1,000,000) aggregate and with any deductible or self-insured retention being no more than ten thousand dollars (\$10,000); (2) worker's compensation and employer's liability insurance for the Store's employees in statutory amounts; (3) unemployment insurance covering Franchisee's employees; (4) fire and extended coverage insurance on the Store and Franchisee's property adequate to replace it in the event of an insured loss; (5) business interruption insurance in sufficient amounts to cover rental of the Store location, previous profit margins, maintenance of competent personnel and other fixed expenses; (6) state disability insurance for Franchisee's employees as required by law; and (7) any other insurance required by law.

B. Coverage Details. The coverages in Section 8. 16. A. shall (a) be in forms and amounts and with companies satisfactory to Franchisor but not less than the amounts stated; (b) include coverage for Franchisor and Franchisor's principals as additional insureds and provide that coverage applies separately to each additional insured against whom a claim is brought as if a separate policy had been issued to each additional insured; (c) provide indemnity for all obligations assumed by Franchisee in this Agreement and all other matters for which Franchisee is required to indemnify Franchisor under this Agreement; (d) provide that Franchisor is entitled to receive at least thirty (30) days prior written notice of any intent to reduce coverage or policy limits, cancel or otherwise amend the policy.

13

2458-2V241716. doc

C. Revisions. Franchisor shall have the right from time to time to revise minimum coverages, coverage amounts and covered risks that Franchisee is required to obtain and maintain. Promptly after delivery of written notice to Franchisee of such revisions,

Franchisee shall obtain and thereafter maintain insurance conforming to the revised coverage requirements.

D. **Proof.** Franchisee shall promptly provide Franchisor with certificates of insurance evidencing the coverage required by this Agreement no later than ten (10) calendar days before the Store starts operating. Franchisee shall deliver a complete copy of Franchisee's then prevailing policies of insurance within thirty (30) days after delivery of the certificates of insurance. Immediately on renewal or the purchase of replacement insurance Franchisee shall deliver to Franchisor a certificate of insurance for the new or renewal policy. Franchisor shall have the right at any time to require Franchisee to provide Franchisor full copies of any or all Franchisee's insurance policies and certificates of insurance.

E. **Failure to Maintain Insurance.** If Franchisee fails to purchase and maintain insurance required by Sections 8. 16. A. through 8. 16. D. , then Franchisor shall have the right, but no obligation, to obtain the insurance through agents and insurers Franchisor chooses, or such other insurance as Franchisor is able to obtain for such purpose. Franchisee shall, at Franchisor's election, pay all premiums for such insurance or reimburse premium payments made by Franchisor.

F. **Disclaimer.** Franchisor shall have no obligation to obtain or maintain any insurance for or on behalf of Franchisee. Nothing in this Agreement is an undertaking or representation that the insurance Franchisee is required to obtain and maintain will be a sufficient amount or scope of insurance for any purpose.

8. 17. **Standards.** Franchisor shall have the right to establish standards, specifications and procedures for any or all aspects of the Store. Franchisee shall comply with all such standards, specifications and procedures imposed by Franchisor. Franchisee shall subscribe to, install and use any equipment and/or services required by Franchisor, including but not limited to a water Alteration system and any other products or services required from time to time by Franchisor.

8. 18. **Modifications.** Franchisor shall have the right, but no obligation, from time to time to modify selected or all elements of the Yogurtland System. Franchisee acknowledges that modifications may result in additional expenses to Franchisee and may require Franchisee to invest additional capital in the Store. Franchisee shall implement modifications when requested by Franchisor. Such modifications shall be deemed to have taken place pursuant to the terms of this Agreement, and do not constitute modifications of this Agreement.

8. 19. **Signage.** Franchisee shall display at the Store interior and exterior only signs, menu boards, point of sale materials and displays that Franchisor has supplied or approved in writing. Franchisee shall display all signs, menu boards, point of sale materials and displays that Franchisor requires from time to time.

8. 20. **Construction Permits.** Franchisee shall obtain all permits and licenses required to construct, occupy and operate the Store in compliance with plans and specifications furnished to Franchisee by Franchisor.

14

8. 21. **Equipping.** Franchisee shall purchase and install all fixtures, furnishing, equipment and signs required to operate and shall operate the Store according to the Manual.

8. 22. **Inventory.** Franchisee shall purchase an opening inventory of Yogurtland products, other inventory, and supplies according to the requirements in the Manual.

8. 23. **Quality.** All goods that Franchisee offers to the public shall satisfy high quality standards that Franchisor establishes in the Manual and elsewhere, which may be updated from time to time.

8. 24. **Prices.** Franchisee shall determine all pricing to Franchisee's customers. Franchisor may from time to time suggest prices. There is no representation that adherence to Franchisor's suggested pricing will increase or maximize revenues. When permitted by law, Franchisor may require Franchisee to adhere to reasonable minimum or maximum pricing requirements or restrictions.

8. 25. **Vending Machines, Phones, Video Game Equipment.** Franchisee shall not install or operate in the Store any public telephone, jukeboxe, vending machine, lottery ticket terminal, video game or any other game or machine without Franchisor's prior written consent.

Article 9. OBLIGATIONS OF FRANCHISOR

9. 1. Territorial and Site Assistance. Franchisee acknowledges and agrees that Franchisee is responsible to select, acquire (by purchase or lease) and develop the premises and the Store. Franchisee shall first obtain Franchisor's written consent to the proposed location. In determining whether to consent, Franchisor may consider any factors that Franchisor considers relevant, which may include, but are not limited to size, appearance and other physical characteristics of the premises, and demographic characteristics, traffic patterns, competition from other businesses in the area and other commercial characteristics. Franchisee acknowledges that consent by Franchisor is not any form of assurance or recommendation regarding suitability or any particular results of the location. If the parties cannot agree on a location for the franchise, either party shall have the right to terminate this Agreement, in which event, Franchisee's sole remedy shall be to obtain a refund of the initial franchise fee paid less all reasonable costs incurred by Franchisor in preparing the franchise agreement and all related documents, the grant of the franchise, and other services and efforts provided. However, in no event shall the total refund exceed 50% of the initial franchise fee paid by Franchisee. Franchisor shall make the refund to Franchisee after Franchisee signs all documents Franchisor requests, including a general release, indemnification, and confidentiality agreement.

9. 2. Maintenance of Location. Franchisee shall obtain and maintain the right to occupy the premises during the entire term of this Agreement. Franchisee shall provide Franchisor with a copy of the proposed deed, proposed lease and other proposed instruments pertaining to Franchisee's ownership or right to occupy the premises at least 10 calendar days before executing or agreeing to any such instrument. Franchisee shall not execute or agree to any such instrument without first obtaining Franchisor's written consent.

9. 3. Turn Key Operation. Franchisor shall have the right, but no obligation, to elect to enter into the lease for the location with the property owner or landlord, and to construct and develop

the Store, sublease the location to Franchisee and provide Franchisee with a developed store that is substantially ready to open and operate. Franchisor shall not be responsible for delays during this process.

9. 4. **Opening Assistance.** Franchisor shall provide Franchisee with on-site assistance for up to 5 days as determined by Franchisor.

9. 5. **Supplies and Supplier Information.** Franchisor shall provide Franchisee information that Franchisor deems appropriate concerning sources of fixtures, furnishings, equipment, signs, inventory and supplies for use in operating the Store. Franchisee shall use only fixtures, furnishings, equipments, signs, inventory and supplies that meet Franchisor's specifications and standards.

9. 6. **Equipment Layout and Interior Design Plans.** Franchisor shall provide Franchisee equipment layout and interior design plans for the interior of a Yogurtland store. Franchisee shall pay Franchisor \$7,000 for these plans. Franchisee shall, at Franchisee's expense, employ architects and others as needed to complete or adapt the sample plans and specifications for the Store. Franchisee is solely responsible to construct and develop the Store and to obtain any financing needed to do so. Franchisee shall retain only licensed contractors to perform construction as specified in Section 8. 13. Franchisee shall submit to Franchisor a complete set of final plans and specifications before starting construction of the Store. Franchisor shall review and either approve or provide comments on the plans and specifications. Franchisee shall not start construction of the Store until final plans and specifications have been approved in writing by Franchisor. Franchisee shall not modify any plans or specifications approved by Franchisor without first obtaining Franchisor's written consent to the modification.

9. 7. **Information Updates.** Franchisor will endeavor to update Franchisee orally or in writing on industry and market condition changes that Franchisor identifies and considers important to Franchisee.

Article 10. TERM AND RENEWAL

10. 1. **Initial Term.** The initial term of this Agreement is five (5) years starting on the date stated in the introductory paragraph and lasting until close of business on the fifth (5¹) year anniversary of that date.

10. 2. **Renewal.** Franchisee shall have the right to renew this Agreement for as many as three (3) additional terms of five (5) years each. Franchisee's renewal right shall be subject to the conditions stated in Section 10. 3.

10. 3. **Renewal Conditions.** As conditions to renewal, (a) Franchisee shall have fully complied with this Agreement continuously throughout the term; (b) Franchisee shall be in full compliance with this Agreement at the time of requesting renewal and at the end of the term; (c) Franchisee shall deliver written notice of Franchisee's intent to renew at least ninety (90) days but no more than one hundred twenty (120) days before expiration of the applicable initial or renewal term; (d) the notice of intent to renew shall be accompanied by Franchisee's payment of a renewal fee described in Section 7. 10; (e) prior to expiration of the then

applicable initial or renewal term, but after waiting until the cooling off periods have passed under applicable federal and state

16

franchise laws and regulations, Franchisee shall execute Franchisor's then current form of Franchise Agreement, which may include new and different terms, new and higher fees and other differences from this Agreement, and which shall be modified as needed to provide for the remaining number of renewal terms available to Franchisee consistent with Section 10. 2; (f) before the start of the renewal term Franchisee shall sign a general release of all known and unknown claims against Franchisor, including a waiver of rights under Section 1542 of the California Civil Code; (g) Franchisee shall agree to remodel, redecorate, renovate and upgrade the Store to meet Franchisor's then current standards for Yogurtland stores, and to complete the foregoing before the start of the renewal term, or within a period of time after the start of the renewal term as is acceptable to Franchisor; and (h) Franchisee shall have paid and shall be current on all amounts due to Franchisor and affiliates of Franchisor and third party creditors. Failure of any of these conditions precedent shall constitute an election by Franchisee not to renew this Agreement.

10. 4. Termination by Franchisee. Franchisee shall have the right to terminate this Agreement; (a) with the written consent of Franchisor, which Franchisor has no obligation to provide; (b) if Franchisor materially breaches this Agreement and fails to cure the breach, provided that before any such termination, Franchisee shall have delivered written notice of the breach to Franchisor stating the details of the breach and providing Franchisor thirty (30) days to cure or, for a breach that cannot be cured in that period, thirty (30) days to start efforts to cure and to complete the cure when practical for Franchisor.

10. 5. Franchisor's Termination Rights After Failure to Cure. Except as stated in Section 10. 6 (where immediate termination shall be appropriate), Franchisor shall have the right to terminate this Agreement effective on Franchisee's failure to cure a breach of this Agreement or of any other agreement with Franchisor, within thirty (30) days after delivery of written notice of the breach; provided, however, that if the nature of Franchisee's default is such that more than thirty (30) days is reasonably required for its cure, then Franchisee shall not be deemed to be in default if Franchisee commences the cure within this time and thereafter diligently prosecutes the cure to completion.

10. 6. Franchisor's Termination Rights Without Opportunity to Cure. Franchisor shall have the right to terminate this Agreement immediately, without permitting Franchisee any opportunity to cure, in any of the following events:

- (a) The attachment of an involuntary lien in the amount of \$1,000 or more on any of Franchisee's business assets or property, which lien is not removed promptly and in any event, within 15 days;
- (b) Conduct of the franchised business in a manner that materially and adversely affects the goodwill or reputation of the Yogurtland brand;
- (c) Any purported assignment, transfer, or sublicense of this Agreement or of rights in this Agreement without the prior written consent of Franchisor;

(d) Franchisee becomes insolvent or makes a general assignment for the benefit of creditors or an admission of Franchisee's inability to pay Franchisee's obligations as they become due, or files a voluntary petition in bankruptcy or initiates any composition, adjustment,

17

liquidation, dissolution or similar relief under any law, or admits or fails to contest the material allegations of any pleading filed against Franchisee seeking such relief, or is adjudicated bankrupt or insolvent, or a receiver is appointed for a substantial part of Franchisee's assets or the Store, or a final judgment or involuntary lien remains on record, unsatisfied for sixty (60) days or longer;

(e) Franchisee abandons the franchise by failing to operate the business for three (3) or more consecutive days when Franchisee is required to operate the business so that it is reasonable for Franchisor to conclude that Franchisee does not intend to continue to operate the business, unless that failure is due to fire, flood, earthquake or other similar causes beyond Franchisee's control;

(f) Franchisor and Franchisee agree in writing to terminate the franchise;

(g) Franchisee (or if Franchisee is an entity, any officer of Franchisee) makes or is discovered to have made any material misrepresentation relating to the acquisition or operation of the business or engages or is found to have engaged in conduct which reflects materially and unfavorably on the Marks, or on the operation or reputation of the Store or Yogurtland system;

(h) Franchisee fails for a period often (10) days after notification of noncompliance, to comply with any federal, state or local law or regulation whether or not the conduct or noncompliance is later corrected;

(i) Franchisee, after curing any breach, default or other failure, engages in the same conduct or noncompliance or suffers a recurrence of the breach, failure or default, whether or not the conduct, noncompliance or recurrence is corrected after notice;

(j) Franchisee fails on three separate occasions within a six (6) month period to comply with one or more requirements of this Agreement, whether or not corrected after notice;

(k) The franchise business or Store premises are seized, taken over or foreclosed by a government official exercising his or her duties, or seized, taken over or foreclosed by a creditor, lien holder or lessor, provided that a final judgment against Franchisee remains unsatisfied for thirty (30) days (unless a supersedeas or other appeal bond has been filed); or a levy of execution has been made on the franchise and is not discharged within five (5) days.

(l) Franchisee is convicted of a felony or any criminal misconduct which is relevant to the operation of the Store;

(m) Franchisee fails to pay fees or other amounts due to Franchisor or Franchisor's affiliate within five (5) days after receiving written notice that the amount is past due;

(n) Franchisor reasonably determines that continued operation of the franchise by Franchisee will result in an imminent danger to public health or safety;

18

(o) Franchisee commits a fraud on Franchisor by submitting false sales reports that understate Gross Sales by five percent (5%) or more.

10. 7. Obligations After Termination. Following termination of this Agreement for any reason:

(a) All renewal rights under Section 10. 2 shall be deemed to be void and of no further effect;
(b) Franchisee shall immediately cease to operate the Store and shall not thereafter, directly or indirectly, represent to the public or hold itself out as a Yogurtland store.

(c) Franchisee shall immediately stop all use of the Marks, the Manual, and all elements of the Yogurtland System, including all recipes, formulas, methods of operation, methods of preparation and service of yogurt and beverage items, know-how and trade secrets.

(d) Franchisee shall immediately return to Franchisor all confidential materials, signs, sign-faces, sign-cabinets, marketing materials, forms, invoices and other materials containing any Marks or otherwise identifying or relating to a Yogurtland store that are in Franchisee's possession, custody or control. If Franchisee fails to return any such materials within seven (7) calendar days after demand by Franchisor, then Franchisor shall have the right to enter the premises of the Store to retrieve such materials as are located there.

(e) Franchisee shall immediately pay all amounts due to Franchisor and its subsidiaries and affiliates. In the event of termination for any default, such sums shall include all damages, costs and expenses, including reasonable attorney's fees incurred by Franchisor as a result of the default, which shall remain until paid in full, a lien in favor of Franchisor against any all of the personal property, fixtures, equipment and inventory of the Store at the time of default;

(f) Franchisee shall immediately in writing notify all telephone companies and telephone directory publishers that Franchisee's rights under this Agreement have ended and that Franchisee intends to execute, and Franchisee shall execute, all instruments needed to assign and transfer to Franchisor, the right to use the phone numbers and to conduct the directory advertising used and conducted by Franchisee at or concerning the Store. If Franchisee fails to do so within seven (7) calendar days after demand by Franchisor, then Franchisee is deemed to have irrevocably appointed Franchisor as Franchisee's attorney in fact to execute such instruments on Franchisee's behalf;

(g) If Franchisor does not purchase the Store as provided in Section 10. 8, then Franchisee shall immediately remove all signs and designs containing Franchisor's Marks from both the exterior and interior of the Store, change the exterior and interior appearance of the Store sufficiently to deidentify it as a Yogurtland store and in other respects as Franchisor requests;

(h) Franchisee shall comply with Sections 11. 4 and 11. 5.

19

WAs l\lhsmh\TG\! 2458-2\241716. doc

/



(i) Franchisee shall cancel any assumed name or equivalent registration which contains the Yogurtland mark or any other service mark or trademark of Franchisor. Franchisee shall provide Franchisor with such evidence as Franchisor requests complying with this obligation within twenty (20) calendar days after termination or expiration of this Agreement.

10. 8 Franchisor's Purchase Option Following Termination or Expiration.

(a) Following termination or expiration of this Agreement other than due to Franchisor's uncured breach, Franchisor or Franchisor's assignee shall have the option, exercisable by delivering written notice to Franchisee within sixty (60) calendar days from the date of the termination or expiration, to acquire from Franchisee, any or all of the Store's equipment, fixtures, inventory, products, materials and supplies as selected by Franchisor (the "Assets")

(b) Franchisor shall have the unrestricted right to assign the option in Section 10. 8(a).

(c) Franchisor shall be entitled to receive from Franchisee such representations and warranties satisfactory to Franchisor concerning Franchisee's ownership of the Assets, condition of and title to the Assets, and absence of any liens and encumbrances on the Assets.

(d) The purchase price for the Assets shall be the lowest reasonable fair market or liquidation value of the items Franchisor elects to purchase without any added value for use of the Yogurtland brand. If the parties cannot reach agreement on this value within seven (7) calendar days, then the value shall be determined by an appraiser selected by Franchisor and Franchisee. If the parties cannot agree on an appraiser, Franchisor and Franchisee shall each select an appraiser, each of which shall then select a third appraiser who will determine the value.

(e) Franchisor shall pay Franchisee the purchase price (or offset the purchase price against amounts owed by Franchisee to Franchisor) at closing of the purchase. The closing shall take place at a time designated by Franchisor within ninety (90) calendar days after Franchisee receives Franchisor's notice of exercise of the purchase option. Franchisor shall have the right to set off from the purchase price all amounts due from Franchisee to Franchisor under this Agreement as well as any other amounts due to Franchisor's affiliates. At closing, Franchisee shall deliver to Franchisor an assignment transferring good and marketable title to the assets selected by Franchisor, free of liens and encumbrances, with all sales and other transfer taxes paid by Franchisee.

(f) If Franchisor elects, then the parties shall comply with applicable Bulk Sales provisions of the Uniform Commercial Code in the state where the Store is located and Franchisor shall have the right to delay the closing until such compliance is completed.

(g) At Franchisor's election, as part of the purchase Franchisee shall deliver to Franchisor an assignment of the lease for the premises (or, if assignment is prohibited, subleases for the full remaining term and on the same terms as Franchisee's lease). If Franchisee owns the premises, Franchisee shall lease the premises to Franchisor pursuant to the terms of a

20

\\As \l\hsmh\TG\l 2458-2V241716. doc

form lease reasonably designated by Franchisor, for a term selected by Franchisor up to 5 years with two successive 5-year renewal options at fair market rental during the initial and renewal terms.

(h) On closing the purchase of the Assets and satisfaction by Franchisee of all of Franchisee's obligations under this Agreement accruing through the closing, this Agreement will terminate.

10. 9. Interim Management.

(a) If Franchisor exercises the option to purchase the Store's assets, then pending closing of the purchase, and at any other time when Franchisor is concerned that continued operation by Franchisee may cause harm to the Marks or Yogurtland System or may endanger public health or safety, whether due to illness, death or otherwise, then Franchisor shall have the right, but not the obligation, to elect to appoint a manager to maintain operation of the Store, or, at Franchisor's option, require Franchisee to close the Store without removing any assets.

(b) Franchisor's right in Section 10. 9(a) does not establish any obligation to implement that right, whether as a lesser remedy to a breach or threatened breach by Franchisee or for any other reason.

(c) If Franchisor appoints a manager to maintain operation of the Store pending closing of the purchase, or for other period of time or circumstances, then all funds from operation of the Store during the period of management by the appointed manager will be kept in a separate fund, and all expenses of the Store, including compensation, travel and living expenses of the manager, will be charged to that fund. As compensation for the management services, Franchisor shall be entitled to charge the fund and retain ten percent (10%) of Gross Sales during the period of management.

(d) Operation of the Store during the period of management shall be on Franchisee's behalf, with Franchisor having a duty only to use Franchisor's good faith effort to manage the Store and without liability to Franchisee for debts or obligations incurred by the Store or to any of Franchisee's creditors for any goods or services purchased by the Store during the period of management by a manager appointed by Franchisor. During this period of management, Franchisee shall maintain in force for the Store all insurance policies required by this Agreement.

Article 11. Protection of Intangible Property.

11. 1. Acknowledgment. Franchisor may disclose certain confidential information (as described in Sections 1. 4 and 4) to Franchisee in training, the Manual and in guidance furnished to Franchisee. Franchisee acknowledges that the confidential information is proprietary to and includes trade secrets of Franchisor, and that Franchisee acquires no interest in the confidential information, other than the right to use the confidential information in operating the Store.

11. 2. Confidentiality. Franchisee shall keep strictly confidential Franchisor's marketing and operation plans and programs, suggested pricing, proprietary materials, contents of the Manual, and all other information and materials that Franchisor designates as "Confidential. " If requested by Franchisor, Franchisee shall require Franchisee's directors, managers, officers and employee

منابع و مأخذ

۱. باباپور، محمد، تاریخچه فرانسیز، مجله حوزه و دانشگاه، سال یازدهم، شماره ۴۴، پاییز، ۱۳۸۴
۲. ربیعا اسکینی تعهدات اساسی فرانسیز گیرنده در قراردادهای بین‌المللی فصلنامه حقوق مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دوره ۴۱ شماره ۳ پاییز ۱۳۹۰
۳. شهبازی نیا مرتضی امتیاز به ارائه اطلاعات صحیح و جامع پیش از انعقاد قرارداد فرانسیز از نامه حقوق مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دوره ۴۱ شماره ۳ پاییز ۱۳۹۰
۴. فلاحی، آزاد، پژوهش فقهی در باب عقد عهدی و تملیکی، فصلنامه تحقیقات حقوق خصوصی، شماره ۳۹، بهار ۱۳۹۸
۵. کاتوزیان، ناصر، عقود معین، جلد ۱، انتشارات دانشگاه تهران
۶. ماندگار، مصطفی، قراردادهای تجاری بین‌المللی، موسسه مطالعات و پژوهش‌های حقوقی شهر دانش، چاپ اول، ۱۳۹۳
۷. محمدی، سام، محسن زاده، علی، ماهیت و اوصاف قرارداد فرانچایز در حقوق ایران، فصلنامه حقوق پزشکی، ویژه نامه حقوق مالکیت فکر صفری، محسن، بررسی ماهیت قرارداد فرانچایز در حقوق ایران، فصلنامه مجله حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، شماره ۱۰۱، بهار ۱۳۸۹

سایت‌ها

8. <https://www.okcs.com/contents/view/101/franchise>
9. <https://www.eghtesadnews.com>
10. <https://www.newslaw.net>
11. <https://www.heyvalaw.com>
12. <https://www.abdilawyer.com/%>
13. <https://mtsway.com/>