



باب اول- مقررات عمومی

بحث اول- در کلیات

فصل اول- قلمرو و شمول قانون

ماده 1- این قانون مجموعه اصول و قواعدی است که برای مبادله آسان و ایمن اطلاعات در واسطه های الکترونیکی و با استفاده از سیستمهای ارتباطی جدید به کار می رود.

فصل دوم- تعاریف

ماده 2- الف- « داده پیام» (Data Message): هر نمادی از واقعه، اطلاعات یا مفهوم است که با وسایل الکترونیکی، نوری و یا فناوری های جدید اطلاعات تولید، ارسال، دریافت، ذخیره یا پردازش می شود.

ب- « اصل ساز» (Originator): منشأ اصلی « داده پیام» است که « داده پیام» به وسیله او یا از طرف او تولید یا ارسال می شود اما شامل شخصی که درخصوص « داده پیام» به عنوان واسطه عمل می کند نخواهد شد.

ج- « مخاطب» (Addressee): شخصی است که اصل ساز قصد دارد وی « داده پیام» را دریافت کند، اما شامل شخصی که در ارتباط با « داده پیام» به عنوان واسطه عمل می کند نخواهد شد.

د- « ارجاع در داده پیام» (Incorporation By Reference): یعنی به منابعی خارج از « داده پیام» عطف شود که در صورت مطابقت با ماده (18) این قانون جزئی از « داده پیام» محسوب می شود.

ه- « تمامیت داده پیام» (Integrity): عبارت است از موجودیت کامل و بدون تغییر « داده پیام». اعمال ناشی از تصدی سیستم از قبیل ارسال، ذخیره یا نمایش اطلاعات که به طور معمول انجام می شود خدشه ای به تمامیت « داده پیام» وارد نمی کند.

و- « سیستم رایانه ای» (Computer system): هر نوع دستگاه یا مجموعه ای از دستگاههای متصل سخت افزاری- نرم افزاری است که از طریق اجرای برنامه های پردازش خودکار « داده پیام» عمل می کند.

ز- « سیستم اطلاعاتی» (Information system): سیستمی برای تولید (اصل سازی)، ارسال، دریافت، ذخیره یا پردازش « داده پیام» است.

ح- « سیستم اطلاعاتی مطمئن» (Secure Information system): سیستم اطلاعاتی است که:

1- به نحوی معقول در برابر سوء استفاده و نفوذ محفوظ باشد.

2- سطح معقولی از قابلیت دسترسی و تصدی صحیح را دارا باشد.

3- به نحوی معقول متناسب با اهمیت کاری که انجام می دهد بیکربندی و سازماندهی شده باشد.

4- موافق با رویه ایمن باشد.

ط- « رویه ایمن» (Secure Method): رویه ای است برای تطبیق صحت ثبت « داده پیام» منشاء و مقصد آن با تعیین تاریخ و برای یافتن هرگونه خطا یا تغییر در مبادله، محتوا و یا ذخیره سازی « داده پیام» از یک زمان خاص. یک رویه ایمن ممکن است با استفاده از الگوریتمها یا کدها، کلمات یا ارقام شناسایی، رمزنگاری، روشهای تصدیق یا پاسخ برگشت و یا طرق ایمنی مشابه، انجام شود.

ی- « امضای الکترونیکی» (Electronic Signature): عبارت از هر نوع علامت منضم شده یا به نحو منطقی متصل شده به « داده پیام» است که برای شناسایی امضاء کننده « داده پیام»، مورد استفاده قرار می گیرد.

ک- « امضای الکترونیکی مطمئن» (Signature Secure/ Enhanced/Advanced Electronic) هر امضای الکترونیکی است که مطابق با ماده (10) این قانون باشد.

ل- « امضاء کننده» (Signatory): هر شخص یا قائم مقام وی که امضای الکترونیکی تولید می کند.

م- « شخص» (Person): اعم است از شخص حقیقی یا حقوقی و یا سیستم های رایانه ای تحت کنترل آنان

ن- « معقول» (Reasonableness Test): با توجه به اوضاع و احوال مبادله « داده پیام» از جمله: طبیعت مبادله، مهارت و موقعیت طرفین، حجم مبادلات طرفین در موارد مشابه، در دسترس بودن گزینه های پیشنهادی و رد آن گزینه ها از جانب هر یک از طرفین، هزینه گزینه های پیشنهادی، عرف و روشهای معمول و مورد استفاده در این نوع مبادلات، ارزیابی می شود.

س- « مصرف کننده» (Consumer): هر شخصی است که به منظوری جز تجارت یا شغل حرفه ای اقدام می کند.

ع- « تامین کننده» (Supplier): عبارت از شخصی است که بنا به اهلیت تجاری، صنفی یا حرفه ای فعالیت می کند.

ف- « وسایل ارتباط از راه دور» (Means Of Distance Communication): عبارت از هر نوع وسیله ای است که بدون حضور فیزیکی همزمان تامین کننده و مصرف کننده جهت فروش کالا و خدمات استفاده می شود.

ص- « عقد از راه دور» (Contract Distance): ایجاد و قبول راجع به کالاها و خدمات بین تامین کننده و مصرف کننده با استفاده از وسایل ارتباط از راه دور است.

ق- « واسط با دوام» (Durable Medium): یعنی وسایلی که به موجب آن مصرف کننده بتواند شخصاً « داده پیام» های مربوطه را بر روی آن ذخیره کند از جمله شامل فلاپی دیسک، دیسک فشرده، دیسک سخت و یا پست الکترونیکی مصرف کننده.

ر- « داده پیام های شخصی» (Private Data): یعنی « داده پیام» های مربوط به یک شخص حقیقی (موضوع

داده» Subject Data) مشخص و معین.

فصل سوم- تفسیر قانون

ماده 3- در تفسیر این قانون همیشه باید به خصوصیت بین المللی، ضرورت توسعه هماهنگی بین کشورها در کاربرد آن و رعایت لزوم حس نیت توجه کرد.

ماده 4- در مواقع سکوت و یا ابهام باب اول این قانون، محاکم قضایی باید بر اساس سایر قوانین موضوعه و رعایت چهارچوب فصول و مواد مندرج در این قانون، قضاوت نمایند.

فصل چهارم- اعتبار قراردادهای خصوصی

ماده 5- هرگونه تغییر در تولید، ارسال، دریافت، ذخیره و یا پردازش داده پیام با توافق و قرارداد خاص طرفین معتبر است.

مبحث دوم- در احکام «داده پیام»

- نوشته، امضاء اصل

ماده 6- هرگاه وجود يك نوشته از نظر قانون لازم باشد، «داده پیام» در حکم نوشته است مگر در موارد زیر: الف-

اسناد مالکیت اموال غیرمنقول- ب- فروش مواد دارویی به مصرف کنندگان نهایی- ج- اعلام، اخطار، هشدار و یا عبارات مشابهی که دستور خاصی برای استفاده کالا صادر می کند و یا از بکارگیری روشهای خاصی به صورت فعل یا ترك فعل منع می کند.

ماده 7- هرگاه قانون وجود امضاء را لازم بداند امضای الکترونیکی مکفی است.

ماده 8- هرگاه قانون لازم بداند که اطلاعات به صورت اصل ارایه یا نگهداری شود این امر یا نگهداری و ارایه اطلاعات به صورت داده پیام نیز در صورت وجود شرایط زیر امکان پذیر می باشد:

الف- اطلاعات موردنظر قابل دسترسی بوده و امکان استفاده در صورت رجوع بعدی فراهم باشد.

ب- داده پیام به همان قالبی (فرمتی) که تولید، ارسال و یا دریافت شده و یا به قالبی که دقیقاً نمایشگر اطلاعاتی باشد که تولید، ارسال و یا دریافت شده، نگهداری شود.

ج- اطلاعاتی که مشخص کننده مبدأ، مقصد، زمان ارسال و زمان دریافت داده پیام می باشند نیز در صورت وجود نگهداری شوند.

د- شرایط دیگری که هر نهاد، سازمان، دستگاه دولتی و یا وزارتخانه درخصوص نگهداری داده پیام مرتبط با حوزه مسئولیت خود مقرر نموده فراهم شده باشد.

ماده 9- هرگاه شرایطی به وجود آید که از مقطعی معین ارسال «داده پیام» خاتمه یافته و استفاده از اسناد کاغذی جایگزین آن شود سند کاغذی که تحت این شرایط صادر می شود باید به طور صریح ختم تبادل «داده پیام» را اعلام کند. جایگزینی اسناد کاغذی به جای «داده پیام» اثری بر حقوق و تعهدات قبلی طرفین نخواهد داشت.

مبحث سوم «داده پیام» مطمئن

فصل اول- امضاء و سابقه الکترونیکی مطمئن

ماده 10- امضای الکترونیکی مطمئن باید دارای شرایط زیر باشد:

الف- نسبت به امضا کننده منحصر به فرد باشد.

ب- هویت امضاء کننده «داده پیام» را معلوم نماید.

ج- به وسیله امضاء کننده و یا تحت اراده انحصاری وی صادر شده باشد.

د- به نحوی به يك «داده پیام» متصل شود که هر تغییری در آن «داده پیام» قابل تشخیص و کشف باشد.

ماده 11- سابقه الکترونیکی مطمئن عبارت از «داده پیام» است که با رعایت شرایط يك سیستم اطلاعاتی مطمئن ذخیره شده و به هنگام لزوم در دسترس و قابل درک است.

فصل دوم- پذیرش، ارزش اثباتی و آثار سابقه و امضای الکترونیکی مطمئن

ماده 12- اسناد و ادله اثبات دعوی ممکن است به صورت داده پیام بوده و در هیچ محکمه یا اداره دولتی نمی توان بر اساس قواعد ادله موجود، ارزش اثباتی «داده پیام» را صرفاً به دلیل شکل و قالب آن رد کرد.

ماده 13- به طور کلی، ارزش اثباتی «داده پیام»ها با توجه به عوامل مطمئن از جمله تناسب روشهای ایمنی به کارگرفته شده با موضوع و منظور مبادله «داده پیام» تعیین می شود.

ماده 14- کلیه «داده پیام»هایی که به طریق مطمئن ایجاد و نگهداری شده اند از حیث محتویات و امضای مندرج در آن، تعهدات طرفین یا طرفی که تعهد کرده و کلیه اشخاصی که قائم مقام قانونی آنان محسوب می شوند، اجرای مفاد آن و سایر آثار در حکم اسناد معتبر و قابل استناد در مراجع قضایی و حقوقی است.

ماده 15- نسبت به «داده پیام» مطمئن، سوابق الکترونیکی مطمئن و امضای الکترونیکی مطمئن انکار و تردید مسموع نیست و تنها می توان ادعای جعلیت به «داده پیام» مزبور وارد و یا ثابت نمود که «داده پیام» مزبور به

جهتی از جهات قانونی از اعتبار افتاده است.

ماده 16- هر «داده پیام»ی که توسط شخص ثالث مطابق با شرایط ماده (11) این قانون ثبت و نگهداری می شود، مقرون به صحت است.

مبحث چهارم- مبادله «داده پیام»

فصل اول- اعتبار قانونی «ارجاع در داده پیام» عقد و اراده طرفین

ماده 17- «ارجاع در داده پیام» با رعایت موارد زیر معتبر است:
الف- مورد ارجاع به طور صریح در «داده پیام» معین شود.
ب- مورد ارجاع برای طرف مقابل که به آن تکیه می کند روشن و مشخص باشد.
ج- «داده پیام» موضوع ارجاع مورد قبول طرف باشد.
فصل دوم- انتساب «داده پیام»
ماده 18- در موارد زیر «داده پیام» منسوب به اصل ساز است:
الف- اگر توسط اصل ساز و یا به وسیله شخصی ارسال شده باشد که از جانب اصل ساز مجاز به این کار بوده است.
ب- اگر به وسیله سیستم اطلاعاتی برنامه ریزی شده یا تصدی خودکار از جانب اصل ساز ارسال شود.
ماده 19- «داده پیام»ی که براساس یکی از شروط زیر ارسال می شود مخاطب حق دارد آن را ارسال شده محسوب کرده، و مطابق چنین فرضی (ارسال شده) عمل نماید:
الف- قبلاً به وسیله اصل ساز روشی معرفی و یا توافق شده باشد که معلوم کند آیا «داده پیام» همان است که اصل ساز ارسال کرده است.
ب- «داده پیام» دریافت شده توسط مخاطب از اقدامات شخصی ناشی شده که رابطه اش با اصل ساز، یا نمایندگان وی باعث شده تا شخص مذکور به روش مورد استفاده اصل ساز دسترسی یافته و «داده پیام» را به مثابه «داده پیام» خود بشناسد.
ماده 20- ماده (19) این قانون شامل مواردی نیست که پیام از اصل ساز صادر نشده باشد و یا به طور اشتباه صادر شده باشد.
ماده 21- هر «داده پیام» یک «داده پیام» مجزا و مستقل محسوب می گردد، مگر آن که معلوم باشد که آن «داده پیام» نسخه مجددی از «داده پیام» اولیه است.
فصل سوم- تصدیق دریافت
ماده 22- هرگاه قبل یا به هنگام ارسال «داده پیام» اصل ساز از مخاطب بخواهد یا توافق کنند که دریافت «داده پیام» تصدیق شود، اگر به شکل یا روش تصدیق توافق نشده باشد، هر نوع ارتباط خودکار یا مکاتبه یا اتخاذ هر نوع تدبیر مناسب از سوی مخاطب که اصل ساز را به نحو معقول از دریافت «داده پیام» مطمئن کند تصدیق دریافت «داده پیام» محسوب می گردد.
ماده 23- اگر اصل ساز به طور صریح هرگونه اثر حقوقی داده پیام را مشروط به تصدیق دریافت داده پیام کرده باشد داده پیام ارسال نشده تلقی می شود، مگر آن که تصدیق آن دریافت شود.
ماده 24- اماره دریافت داده پیام راجع به محتوای داده پیام صادق نیست.
ماده 25- هنگامی که در تصدیق قید می شود داده پیام مطابق با الزامات فنی استاندارد یا روش مورد توافق طرفین دریافت شده، فرض بر این است که آن الزامات رعایت شده اند.
فصل چهارم- زمان و مکان ارسال و دریافت داده پیام
ماده 26- ارسال داده پیام زمانی تحقق می یابد که به یک سیستم اطلاعاتی خارج از کنترل اصل ساز یا قائم مقام وی وارد شود.
ماده 27- زمان دریافت داده پیام مطابق شرایط زیر خواهد بود:
الف- اگر سیستم اطلاعاتی مخاطب برای دریافت داده پیام معین شده باشد دریافت زمانی محقق می شود که:
1- داده پیام به سیستم اطلاعاتی معین شده وارد شود؛ یا
2- چنانچه داده پیام به سیستم اطلاعاتی مخاطب غیر از سیستمی که منحصراً برای این کار معین شده، وارد شود داده پیام بازیافت شود.
ب- اگر مخاطب یک سیستم اطلاعاتی برای دریافت معین نکرده باشد، دریافت زمانی محقق می شود که داده پیام وارد سیستم اطلاعاتی مخاطب شود.
ماده 28- مفاده ماده (27) این قانون بدون توجه به محل استقرار سیستم اطلاعاتی جاری است.
ماده 29- اگر محل استقرار سیستم اطلاعاتی با محل استقرار دریافت داده پیام مختلف باشد مطابق قاعده زیر عمل می شود:
الف- محل تجاری، یا کاری اصل ساز محل ارسال داده پیام است و محل تجاری یا کاری مخاطب محل دریافت داده پیام است مگر آن که خلاف آن توافق شده باشد.
ب- اگر اصل ساز بیش از یک محل تجاری یا کاری داشته باشد، نزدیکترین محل به اصل معامله، محل تجاری یا کاری خواهد بود در غیر اینصورت محل اصلی شرکت، محل تجاری یا کاری است.
ج- اگر اصل ساز یا مخاطب فاقد محل تجاری یا کاری باشند، اقامتگاه قانونی آنان ملاک خواهد بود.
ماده 30- آثار حقوقی پس از انتساب، دریافت تصدیق و زمان و مکان ارسال و دریافت داده پیام موضوع فصول دوم تا چهارم مبحث چهارم این قانون و همچنین محتوای داده پیام تابع قواعد عمومی است.
باب دوم- دفاتر خدمات صدور گواهی الکترونیکی (certification service provider)
ماده 31- دفاتر خدمات صدور گواهی الکترونیکی واحدهائی هستند که برای ارائه خدمات صدور امضای الکترونیکی

در کشور تاسیس می شوند. این خدمات شامل تولید، صدور، ارسال، تایید، ابطال و به روز نگه‌داری گواهی‌های اصالات (امضای) الکترونیکی می باشد.

ماده 32- آئین نامه و ضوابط نظام تاسیس و شرح وظایف این دفاتر توسط سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور و وزارتخانه‌های بازرگانی، ارتباطات و فناوری اطلاعات، امور اقتصادی و دارایی و دادگستری تهیه و به تصویب هیات وزیران خواهد رسید.

باب سوم- در قواعد مختلف

مبحث اول- حمایت‌های انحصاری در بستر مبادلات الکترونیکی

فصل اول: حمایت از مصرف کننده (Consumer Protection)

ماده 33- فروشندگان کالا و ارائه دهندگان خدمات بایستی اطلاعات موثر در تصمیم‌گیری مصرف کنندگان جهت خرید و یا قبول شرایط را از زمان مناسبی قبل از عقد در اختیار مصرف کنندگان قرار دهند. حداقل اطلاعات لازم، شامل موارد زیر می باشد:

الف: مشخصات فنی و ویژگی‌های کاربردی کالا و یا خدمات.

ب- هویت تامین کننده، نام تجاری که تحت آن نام به فعالیت مشغول می باشد و نشانی وی.

ج- آدرس پست الکترونیکی، شماره تلفن و یا هر روشی که مشتری در صورت نیاز بایستی از آن طریق با فروشنده ارتباط برقرار کند.

د- کلیه هزینه‌هایی که برای خرید کالا برعهده مشتری خواهد بود (از جمله قیمت کالا و یا خدمات، میزان مالیات، هزینه حمل، هزینه تماس).

ه- مدت زمانی که پیشنهاد ارائه شده معتبر می باشد.

و- شرایط و فرایند عقد از جمله ترتیب و نحوه پرداخت، تحویل و یا اجرا، فسخ، ارجاع خدمات پس از فروش.

ماده 34- تامین کننده باید به طور جداگانه ضمن تایید اطلاعات مقدماتی، اطلاعات زیر را ارسال نماید:

الف- آدرس محل تجاری یا کاری تامین کننده برای شکایت احتمالی.

ب- اطلاعات راجع به ضمانت و پشتیبانی پس از فروش.

ج- شرایط و فرآیند فسخ معامله به موجب مواد (37) و (38) این قانون.

د- شرایط فسخ در قراردادهای انجام خدمات.

ماده 35- اطلاعات اعلامی و تاییدیه اطلاعات اعلامی به مصرف کننده باید در واسطی بادوام، روشن و صریح بوده و در زمان مناسب و با وسایل مناسب ارتباطی در مدت معین و براساس لزوم حسن نیت در معاملات و از جمله

ضرورت رعایت افراد ناتوان و کودکان ارائه شود.

ماده 36- در صورت استفاده از ارتباط صوتی، هویت تامین کننده و قصد وی از ایجاد تماس با مصرف کننده باید به طور روشن و صریح در شروع هر مکالمه بیان شود.

ماده 37- در هر معامله از راه دور مصرف کننده باید حداقل هفت روز کاری، وقت برای انصراف (حق انصراف) از قبول خود بدون تحمل جریمه و یا ارائه دلیل داشته باشد. تنها هزینه تحمیلی بر مصرف کننده هزینه بازپس فرستادن کالا خواهد بود:

ماده 38- شروع اعمال حق انصراف به ترتیب زیر خواهد بود:

الف- در صورت فروش کالا، از تاریخ تسلیم کالا به مصرف کننده و در صورت فروش خدمات، از روز انعقاد.

ب- در هر حال آغاز اعمال حق انصراف مصرف کننده پس از ارائه اطلاعاتی خواهد بود که تامین کننده طبق مواد (33) و (34) این قانون موظف به ارائه آن است.

ج- به محض استفاده مصرف کننده از حق انصراف، تامین کننده مکلف است بدون مطالبه هیچ گونه وجهی عین مبلغ دریافتی را در اسرع وقت به مصرف کننده مسترد نماید.

د- حق انصراف مصرف کننده در مواردی که شرایط خاصی بر نوع کالا و خدمات حاکم است اجرا نخواهد شد. موارد آن به موجب آیین نامه ای است که در ماده (79) این قانون خواهد آمد.

ماده 39- در صورتی که تامین کننده در حین معامله به دلیل عدم موجودی کالا و یا عدم امکان اجرای خدمات، نتواند تعهدات خود را انجام دهد، باید مبلغ دریافتی را فوراً به مخاطب برگرداند، مگر در بیع کلی و تعهداتی که برای همیشه وفای به تعهد غیر ممکن نباشد و مخاطب آماده صبر کردن تا امکان تحویل کالا و یا ایفای تعهد باشد. در صورتی که معلوم شود تامین کننده از ابتدا عدم امکان ایفای تعهد خود را می دانسته. علاوه بر لزوم استرداد مبلغ دریافتی، به حداکثر مجازات مقرر در این قانون نیز محکوم خواهد شد.

ماده 40- تامین کننده می تواند کالا یا خدمات مشابه آنچه را که به مصرف کننده وعده کرده تحویل یا ارائه نماید مشروط بر آن که قبل از معامله یا در حین انجام معامله آن را اعلام کرده باشد.

ماده 41- در صورتی که تامین کننده، کالا یا خدمات دیگری غیر از موضوع معامله یا تعهد را برای مخاطب ارسال نماید، کالا و یا خدمات ارجاع داده می شود و هزینه ارجاع به عهده تامین کننده است. کالا یا خدمات ارسالی مذکور چنانچه به عنوان يك معامله یا تعهد دیگر از سوی تامین کننده مورد ایجاب قرار گیرد، مخاطب می تواند آن را قبول کند.

ماده 42- حمایت‌های این فصل در موارد زیر اجرا نخواهد شد:

الف- خدمات مالی که فهرست آن به موجب آیین نامه ای است که در ماده (79) این قانون خواهد آمد.

ب- معاملات راجع به فروش اموال غیر منقول و یا حقوق مالکیت ناشی از اموال غیر منقول به جز اجاره.

ج- خرید از ماشین های فروش مستقیم کالا و خدمات.

د- معاملاتی که با استفاده از تلفن عمومی (همگانی) انجام می شود.

ه- معاملات راجع به حراجی ها.

ماده 43- تامین کننده نباید سکوت مصرف کننده را حمل بر رضایت وی کند.

ماده 44- در موارد اختلاف و یا تردید مراجع قضائی رسیدگی خواهند کرد.

ماده 45- اجرای حقوق مصرف کننده به موجب این قانون نباید براساس سایر قوانین که حمایت ضعیف تری اعمال می کنند متوقف شود.

ماده 46- استفاده از شروط قراردادی خلاف مقررات این فصل و همچنین اعمال شروط غیر منصفانه به ضرر مصرف کننده، موثر نیست.

ماده 47- در معاملات از راه دور آن بخش از موضوع معامله که به روشی غیر از وسائل ارتباط از راه دور انجام می شود مشمول مقررات این قانون نخواهد بود.

ماده 48- سازمانهای قانونی و مدنی حمایت از حقوق مصرف کننده می توانند به عنوان شاکی اقامه دعوی نمایند.

ترتیب آن به موجب آیین نامه ای خواهد بود که به پیشنهاد وزارت بازرگانی و تصویب هیات وزیران می باشد.

ماده 49- حقوق مصرف کننده در زمان استفاده از وسایل پرداخت الکترونیکی به موجب قوانین و مقرراتی است که توسط مراجع قانونی ذی ربط تصویب شده و یا خواهد شد.

فصل دوم- در قواعد تبلیغ- (Marketing)

ماده 50- تامین کنندگان در تبلیغ کالا و خدمات خود نباید مرتکب فعل یا ترک فعلی شوند که سبب مشتبه شدن و یا فریب مخاطب از حیث کمیت و کیفیت شود.

ماده 51- تامین کنندگانی که برای فروش کالا و خدمات خود تبلیغ می کنند نباید سلامتی افراد را به خطر اندازند.

ماده 52- تامین کننده باید به نحوی تبلیغ کند که مصرف کننده به طور دقیق، صحیح و روشن اطلاعات مربوط به کالا و خدمات را درک کند.

ماده 53- در تبلیغات و بازاریابی باید هویت شخص یا بنگاهی که تبلیغات به نفع اوست روشن و صریح باشد.

ماده 54- تامین کنندگان نباید از خصوصیات ویژه معاملات به روش الکترونیکی جهت مخفی نمودن حقایق مربوط به هویت یا محل کسب خود سوء استفاده کنند.

ماده 55- تامین کنندگان باید تمهیداتی را برای مصرف کنندگان در نظر بگیرند تا آنان راجع به دریافت تبلیغات به نشانی پستی و یا پست الکترونیکی خود تصمیم بگیرند.

ماده 56- تامین کنندگان در تبلیغات باید مطابق با رویه حرفه ای عمل نمایند.

ضوابط آن به موجب آیین نامه ای است که در ماده (79) این قانون خواهد آمد.

ماده 57- تبلیغ و بازاریابی برای کودکان و نوجوانان زیر سن قانونی به موجب آیین نامه ای است که در ماده (79) این قانون خواهد آمد.

فصل سوم- حمایت از داده پیام های شخصی (حمایت از داده- Data Protection)

ماده 58- ذخیره، پردازش و یا توزیع داده پیام های شخصی مبین ریشه های قومی یا نژادی، دیدگاههای عقیدتی، مذهبی، خصوصیات اخلاقی و داده پیام های راجع به وضعیت جسمانی، روانی و یا جنسی اشخاص بدون رضایت صریح آنها به هر عنوان غیر قانونی است.

ماده 59- در صورت رضایت شخص موضوع داده پیام نیز به شرط آنکه محتوای داده پیام وفق قوانین مصوب مجلس شورای اسلامی باشد ذخیره، پردازش و توزیع داده پیام های شخصی در بستر مبادلات الکترونیکی باید با لحاظ شرایط زیر صورت پذیرد:

الف- اهداف آن مشخص بوده و به طور واضح شرح داده شده باشند.

ب- داده پیام باید تنها به اندازه ضرورت و متناسب با اهدافی که در هنگام جمع آوری برای شخص موضوع داده پیام شرح داده شده جمع آوری گردد و تنها برای اهداف تعیین شده مورد استفاده قرار گیرد.

ج- داده پیام باید صحیح و روزآمد باشد.

د- شخص موضوع داده پیام باید به پرونده های رایانه ای حاوی داده پیام های شخصی مربوط به خود دسترسی داشته و بتواند داده پیام های ناقص و یا نادرست را محو یا اصلاح کند.

ه- شخص موضوع داده پیام باید بتواند در هر زمان با رعایت ضوابط مربوطه درخواست محو کامل پرونده رایانه ای داده پیام های شخصی مربوط به خود را بنماید.

ماده 60- ذخیره، پردازش و یا توزیع داده پیام های مربوط به سوابق پزشکی و بهداشتی تابع آیین نامه ای است که در ماده (79) این قانون خواهد آمد.

ماده 61- سایر موارد راجع به دسترسی موضوع داده پیام، از قبیل استثنائات، افشای آن برای اشخاص ثالث، اعتراض، فراکردهای ایمنی، نهادهای مسوول دیدبانی و کنترل جریان داده پیام های شخصی به موجب مواد مندرج در باب چهارم این قانون و آیین نامه مربوطه خواهد بود.

مبحث دوم- حفاظت از داده پیام در بستر مبادلات الکترونیکی

فصل اول- حمایت از حقوق مولف (Author,s Right/ Copyright) در بستر مبادلات الکترونیکی
ماده 62- حق تکثیر، اجراء و توزیع (عرضه و نشر) آثار تحت حمایت قانون حمایت حقوق مولفان، مصنفان و هنرمندان مصوب 1348/9/3 و قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی مصوب 1352/9/26 و قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم افزارهای رایانه ای مصوب 1379/10/4، به صورت داده پیام منحصراً در اختیار مولف است. کلیه آثار و تالیفاتی که در قالب داده پیام می باشند، از جمله اطلاعات، نرم افزارها و برنامه های رایانه ای، ابزار و روشهای رایانه ای و پایگاههای داده و همچنین حمایت از حقوق مالکیت های فکری در بستر مبادلات الکترونیکی شامل حق اختراع، حق طراحی، حق مولف، حقوق مرتبط با حق مولف، حمایت از پایگاههای داده، حمایت از نقشه مدارهای یکپارچه قطعات الکترونیکی (Chips & Integrated Circuits) و حمایت از اسرار تجاری، مشمول قوانین مذکور در این ماده و قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب 1310/4/1 و آیین نامه اصلاحی اجرای قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات مصوب 1337/4/14 خواهد بود، منوط بر آن که امور مذکور در آن دو قانون موافق مصوبات مجلس شورای اسلامی باشد.

تبصره 1- حقوق مرتبط با مالکیت ادبی و هنری (Related Rights) که پیش از این به عنوان حقوق جانبی مالکیت ادبی و هنری (Neighboring RIGHTS) شناخته می شدند شامل حقوق مادی و معنوی برای عناصر دیگری علاوه بر مولف، از جمله حقوق هنرمندان مجری آثار، تولید کنندگان صفحات صوتی و تصویری و سازمانها و موسسات ضبط و پخش می باشند که مشمول قوانین مصوب 1348/9/3 و 1352/9/26 مورد اشاره در این ماده می باشند.
تبصره 2- مدار یکپارچه (Circuit Integrated) یک جزء الکترونیکی با نقشه و منطقی خاص است که عملکرد و کارائی آن قابلیت جایگزینی با تعداد بسیار زیادی از اجزاء الکترونیکی متعارف را داراست. طراحی های نقشه، جانمایی و منطق این مدارها براساس قانون ثبت علائم و اختراعات مصوب 1310/4/1 و آیین نامه اجرای قانون ثبت علائم تجاری و اختراعات مصوب 1337/4/14 مورد حمایت می باشد.
ماده 63- اعمال موقت تکثیر، اجراء و توزیع اثر که جزء لاینفک فراگرد فنی پردازش داده پیام در شبکه ها است از شمول مقرر فوق خارج است.

فصل دوم- حمایت از اسرار تجاری (Trade Secrets)

ماده 64- به منظور حمایت از رقابتهای مشروع و عادلانه در بستر مبادلات الکترونیکی، تحصیل غیر قانونی اسرار تجاری و اقتصادی بنگاهها و موسسات برای خود و یا افشای آن برای اشخاص ثالث در محیط الکترونیکی جرم محسوب و مرتکب به مجازات مقرر در این قانون خواهد رسید.
ماده 65- اسرار تجاری الکترونیکی داده پیامی است که شامل اطلاعات، فرمولها، الگوها، نرم افزارها و برنامه ها، ابزار و روشها، تکنیک ها و فرایندها، تالیفات منتشر نشده، روشهای انجام تجارت و داد و ستد، فنون، نقشه ها و فراگردها، اطلاعات مالی، فهرست مشتریان، طرحهای تجاری و امثال اینها است، که به طور مستقل دارای ارزش اقتصادی بوده و در دسترس عموم قرار ندارد و تلاشهای معقولانه ای برای حفظ و حراست از آنها شده است.
فصل سوم- حمایت از علائم تجاری (Trade Names)

ماده 66- به منظور حمایت از حقوق مصرف کنندگان و تشویق رقابت های مشروع در بستر مبادلات الکترونیکی استفاده از علائم تجاری به صورت نام دامنه (Domain Name) و یا هر نوع نمایش برخط (Online) علائم تجاری که موجب فریب یا مشتبه شدن طرف به اصالت کالا و خدمات شود ممنوع و متخلف به مجازات مقرر در این قانون خواهد رسید.

باب چهارم- جرایم و مجازات ها

مبحث اول- کلاهبرداری کامپیوتری

ماده 67- هرکس در بستر مبادلات الکترونیکی، با سوء استفاده و یا استفاده غیر مجاز از داده پیام ها، برنامه ها و سیستم های رایانه ای و وسایل ارتباط از راه دور و ارتکاب افعالی نظیر ورود، محو، توقف داده پیام مداخله در عملکرد برنامه یا سیستم رایانه ای و غیره دیگران را بفریب و یا سبب گمراهی سیستم های پردازش خودکار و نظایر آن شود و از این طریق برای خود یا دیگری وجوه، اموال یا امتیازات مالی تحصیل کند و اموال دیگران را ببرد مجرم محسوب و علاوه بر رد مال به صاحبان اموال به حبس از یک تا سه سال و پرداخت جزای نقدی معادل مال ماخوذه محکوم می شود.

تبصره- شروع به این جرم نیز جرم محسوب و مجازات آن حداقل مجازات مقرر در این ماده می باشد.

مبحث دوم- جعل کامپیوتری

ماده 68- هرکس در بستر مبادلات الکترونیکی، از طریق ورود، تغییر، محو و توقف داده پیام و مداخله در پردازش داده پیام و سیستم های رایانه ای، و یا استفاده از وسایل کاربردی سیستم های رمزنگاری تولید امضاء- مثل کلید اختصاصی بدون مجوز امضاء کننده و یا تولید امضای فاقد سابقه ثبت در فهرست دفاتر اسناد الکترونیکی و یا عدم انطباق آن وسایل با نام دارنده در فهرست مزبور و اخذ گواهی مجعول و نظایر آن اقدام به جعل داده پیام های دارای ارزش مالی و اثباتی نماید تا با ارائه آن به مراجع اداری، قضائی مالی و غیره به عنوان داده پیام های معتبر استفاده نماید جاعل محسوب و به مجازات حبس از یک تا سه سال و پرداخت جزای نقدی به میزان پنجاه میلیون (50/000/000) ریال محکوم می شود.

تبصره- مجازات شروع به این جرم حداقل مجازات در این ماده می باشد.

مبحث سوم- نقض حقوق انحصاری در بستر مبادلات الکترونیک

فصل اول- نقض حقوق مصرف کننده و قواعد تبلیغ

ماده 69- تامین کننده متخلف از مواد(33)، (34)، (35)، (36)، (37) این قانون به مجازات از ده میلیون (10/000/000) ریال تا پنجاه میلیون (50/000/000) ریال محکوم خواهد شد.

تبصره- تامین کننده متخلف از ماده(37) به حداکثر مجازات محکوم خواهد شد.

ماده 70- تامین کننده متخلف از مواد(39)، (50)، (51)، (52)، (53)، (54)، (55) این قانون به مجازات از بیست میلیون (20/000/000) ریال تا یکصد میلیون (100/000/000) ریال محکوم خواهد شد.

تبصره 1- تامین کننده متخلف از ماده(51) این قانون به حداکثر مجازات در این ماده محکوم خواهد شد.

تبصره 2- تامین کننده متخلف از ماده(55) این قانون به حداقل مجازات در این ماده محکوم خواهد شد.

فصل دوم- نقض حمایت از داده پیام های شخصی/ حمایت از داده

ماده 71- هرکس در بستر مبادلات الکترونیکی شرایط مقرر در مواد(58) و(59) این قانون را نقض نماید مجرم محسوب و به یک تا سه سال حبس محکوم می شود.

ماده 72- هرگاه جرایم راجع به داده پیام های شخصی توسط دفاتر خدمات صدور گواهی الکترونیکی و سایر نهادهای مسوول ارتکاب یابد، مرتکب به حداکثر مجازات مقرر در ماده(71) این قانون محکوم خواهد شد.

ماده 73- اگر به واسطه بی مبالاتی و بی احتیاطی دفاتر خدمات صدور گواهی الکترونیکی جرایم راجع به داده پیام های شخصی روی دهد، مرتکب به سه ماه تا یک سال حبس و پرداخت جزای نقدی معادل پنجاه میلیون (50/000/000) ریال محکوم می شود.

مبحث چهارم- نقض حفاظت از داده پیام در بستر مبادلات الکترونیکی

فصل اول - نقض حق مولف

ماده 74- هرکس در بستر مبادلات الکترونیکی با تکثیر، اجرا و توزیع (عرضه و نشر) مواردی که در قانون حمایت حقوق مولفان، مصنفان و هنرمندان مصوب 1348/9/3 و قانون ترجمه و تکثیر کتب و نشریات و آثار صوتی مصوب 1352/9/26 و قانون حمایت از حقوق پدیدآوردگان نرم افزارهای رایانه ای مصوب 1379/10/4، منوط بر آنکه امور مذکور طبق مصوبات مجلس شورای اسلامی مجاز شمرده شود، در صورتی که حق تصریح شده مولفان را نقض نماید به مجازات سه ماه تا یک سال حبس و جزای نقدی به میزان پنجاه میلیون (50/000/000) ریال محکوم خواهد شد.

فصل دوم- نقض اسرار تجاری

ماده 75- متخلفین از ماده(64) این قانون و هرکس در بستر مبادلات الکترونیکی به منظور رقابت، منفعت و یا ورود خسارت به بنگاههای تجاری، صنعتی، اقتصادی و خدماتی، با نقض حقوق قراردادهای استخدام مبنی بر عدم افشای اسرار شغلی و یا دستیابی غیرمجاز، اسرار تجاری آنان را برای خود تحصیل نموده و یا برای اشخاص ثالث افشا نماید به حبس از شش ماه تا دو سال و نیم، و جزای نقدی معادل پنجاه میلیون (50/000/000) ریال محکوم خواهد شد.

فصل سوم- نقض علائم تجاری

ماده 76- متخلفان از ماده(66) این قانون به یک تا سه سال حبس و جزای نقدی از بیست میلیون (20/000/000) ریال تا یکصد میلیون (100/000/000) ریال محکوم خواهند شد.

فصل چهارم- سایر

ماده 77- سایر جرایم، آیین دادرسی و مقررات مربوط به صلاحیت جزایی و روش های همکاری بین المللی قضایی جزایی مرتبط با بستر مبادلات الکترونیکی به موجب قانون خواهد بود.

باب پنجم- جبران خسارت

ماده 78- هرگاه در بستر مبادلات الکترونیکی در اثر نقض یا ضعف سیستم موسسات خصوصی و دولتی به جز در نتیجه قطع فیزیکی ارتباط الکترونیکی خسارتی به اشخاص وارد شود، موسسات مزبور مسوول جبران خسارت وارده می باشند مگر اینکه خسارات وارده ناشی از فعل شخصی افراد باشد که در این صورت جبران خسارات برعهده این اشخاص خواهد بود.

باب ششم- متفرقه

ماده 79- وزارت بازرگانی موظف است زمینه های مرتبط با تجارت الکترونیکی را که در اجرای این قانون موثر می باشند شناسائی کرده و با ارائه پیشنهاد و تایید شورای عالی فناوری اطلاعات، خواستار تدوین مقررات مربوطه و آیین نامه های این قانون توسط نهادهای ذی ربط شود. این آیین نامه ها و مقررات پس از تصویب هیات وزیران به مرحله اجرا در خواهند آمد. سایر آیین نامه های مورد اشاره در این قانون به ترتیب ذیل تهیه خواهند شد.

الف- آیین نامه مربوط به مواد(38) و(42) این قانون به پیشنهاد وزارتخانه های بازرگانی، امور اقتصادی و دارایی، سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تهیه و به تصویب هیات وزیران خواهد رسید.

ب- آیین نامه مربوط به مواد(56) و(57) این قانون به پیشنهاد وزارتخانه های بازرگانی و فرهنگ و ارشاد اسلامی و

سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور تهیه و به تصویب هیات وزیران خواهد رسید.

ج- آیین نامه مربوط به ماده (60) این قانون به پیشنهاد وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور تهیه و به تصویب هیات وزیران خواهد رسید.

ماده 80- وزارت بازرگانی موظف است به منظور حمایت از فعالیت های تجارت الکترونیکی، با تجمیع واحدهای ذی ربط، مرکزی را در این وزارتخانه ایجاد نماید. اساسنامه و آیین نامه این مرکز به پیشنهاد مشترک وزارت بازرگانی و سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور تهیه و به تصویب هیات وزیران خواهد رسید.

ماده 81- اصل سازان، مخاطبین، بایگاران، مصرف کنندگان و کلیه کسانی که داده پیام در اختیار دارند موظفند داده پیام هائی را که تحت مسوولیت خود دارند به طریقی نگهداری نموده و پشتوانه (Back up) تهیه نمایند که در صورت بروز هرگونه خطری برای يك نسخه، نسخه دیگر مصون بماند.

قانون فوق مشتمل بر هشتاد و يك ماده وهفت تبصره در جلسه علنی روز چهارشنبه مورخ هفدهم دي ماه يکهزار و سیصد و هشتاد و دو مجلس شورای اسلامی تصویب و در تاریخ 1382/10/24 به تایید شورای نگهبان رسیده است.

مهدی کروی- رئیس مجلس شورای اسلامی