

Medjahdine Karim (medjahd@yahoo.fr)

D.E.S.S commerce international et nouvelles technologies de l'information

Année universitaire 2001-2002

La Certification Dans Le Commerce Electronique

**MEMOIRE SOUS LA DIRECTION DE
M. RIDHA BEN SLAMA**

**INSTITUT PRIVE DES HAUTES ETUDES A TUNIS
FONDATION INTERNATIONALE MERCURE**



Table des matières

INTRODUCTION	1
PARTIE I – OBJECTIF DE LA CERTIFICATION	3
Chapitre I : NATURE ET ENJEUX DE LA CERTIFICATION	3
1 DÉFINITION DE LA CERTIFICATION.....	3
2 CONCEPTS CONNEXES	5
2.1 Normalisation et standardisation.....	5
2.2 Accréditation.....	5
2.3 Certification et audit	6
3. ENJEUX DE LA CERTIFICATION	6
3.1 Contexte particulier du commerce par Internet	6
3.2 la confiance.....	7
3.3 Enjeux pour les consommateurs	8
3.4 Enjeux pour les entreprises.....	8
3.5 Enjeux pour les autorités publiques	9
chapitre II : DIMENSION JURIDIQUE DE LA CERTIFICATION	10
1. L'ENTITÉ CERTIFIÉE.....	10
1.1 Existence de l'entité.....	10
1.2 Capacité de contracter	11
1.3 Droit et juridiction applicable	11
2. LES ÉLÉMENTS CONSTITUTIFS ET LE FONCTIONNEMENT DU SITE WEB.....	12
2.1 Noms de domaine.....	12
2.2 Sécurité du site.....	12
2.3 Les liens.....	13
2.4 Les clauses légales et règles d'utilisation du site.....	13
3. LES BIENS ET SERVICES OFFERTS.....	14
3.1 Information sur le site.....	14
3.2 Respect des règles concernant la protection des consommateurs.....	15
3.3 Respect de la propriété intellectuelle.....	15
4. LES TRANSACTIONS EN LIGNE.....	15
4.1 Intégrité de la communication.....	16
4.2 La protection des renseignements personnels	16
4.3 Authentification de l'interlocuteur et communication du consentement	16
4.4 Le mécanisme de paiement.....	17
PARTIE II – PROCESSUS ET IMPACTS JURIDIQUES	20
Chapitre I : LE PROCESSUS DE CERTIFICATION	20
1. L'ÉTABLISSEMENT DE STANDARDS.....	20
1.1 Rôle et évolution des standards	20
1.2 Les niveaux des standards.....	21
2 ÉVALUATION DE L'ENTITÉ.....	21
2.1 L'audit interne	21
2.2 La déclaration volontaire	22
2.3 L'audit externe	22
3 LA CERTIFICATION	22
3.1 Décision du certificateur	22
3.2 Les marques de certification	23
3.3 Le suivi de la certification.....	24
3.4 Des exemples de certification de sites Web.....	24
3.4.1 TRUSTe	24
3.4.2 Better Business Bureau	26
3.4.3 Webtrust	27

4. La certification en Tunisie.....	29
4.1 services de certification électronique.....	30
4.2 Rôle du fournisseur de services.....	30
4.3 Le retrait du certificat.....	32
4.4 Annulation du certificat.....	32
4.5 La reconnaissance.....	33
4.6 Transfert de responsabilité.....	33
4.7 La protection des données personnelles.....	34
4.8 Des certificats.....	34
4.9 De la conservation des données.....	35
4.10 Obligations du fournisseur.....	36
4.11 La vérification.....	37
Chapitre II IMPACTS DE LA CERTIFICATION.....	38
1. LA PORTÉE DE LA CERTIFICATION.....	38
1.1 <i>Le type de certification</i>	38
1.2 <i>Les standards utilisés</i>	38
1.3 <i>Le mode d'évaluation</i>	39
1.4 <i>Le traitement de l'information</i>	39
1.5 <i>Le mécanisme contractuel</i>	40
1.6 <i>Le statut du certificateur</i>	40
1.7 <i>La reconnaissance</i>	41
2. LES RESPONSABILITÉS SOUS-JACENTES.....	42
2.1 <i>Nature de la relation entre le certificateur et le candidat</i>	42
2.2 <i>Responsabilité face au certifié</i>	43
2.2.1 <i>Le refus de certification</i>	43
2.2.2 <i>Le retrait de certification</i>	44
2.3 <i>Nature de la relation entre le certificateur et le tiers</i>	44
2.4 <i>La responsabilité face aux tiers</i>	45
2.5 <i>La résolution des conflits</i>	46
3. LE DROIT DE LA CONCURRENCE.....	47
3.1 <i>Effets de la certification sur la concurrence</i>	47
3.2 <i>L'impact des standards de facto</i>	48
3.3 <i>L'imposition d'un standard officiel</i>	49
CONCLUSION.....	51
BIBLIGRAPHIE.....	
ANNEXE A.....	
ANNEXE B.....	
ANNEXE C.....	
ANNEXE D.....	