

République Algérienne Démocratique et Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université des Sciences et de la Technologie HOUARI BOUMEDIENE



Faculté du génie électrique
Département d'informatique



Mémoire de fin d'études pour l'obtention du diplôme
d'Ingénieur d'état en Informatique

THEME

Déploiement d'une place de marché électronique (sécurisé)

Thème proposé par :
M^{me} Nouali Nadia

Etudie par :
Abderahim Djamel Eddine
Zizi Nazim

Devant le jury composé de :
M^{me} Hadji Nouara
M^{me} Zaouche Djaouida
M^{lle} Zebbane Bahia

Organisme d'accueil : Dept. Systèmes d'information / C.E.R.I.S.T

Promotion : 095-2006/2007

LE SOMMAIRE		Page
Introduction générale		1
Présentation du sujet.....		2
CHAPITRE I : INTRODUCTION AU COMMERCE ELECTRONIQUE.....		3
Introduction.....		4
I.1. Qu'est ce que le commerce électronique ?.....		4
I.2. Le e-commerce entre l'EDI et l'internet.....		4
I.3. E-commerce/ e-business		5
I.4. Les différents types de commerce électronique.....		6
I.4.1. Le B to B: Business to Business.....		6
I.4.2. Le B to C: Business to Consumer.....		6
I.4.3. Le C to C: Consumer to Consumer.....		6
I.4.4. Le C to B: Consumer to Business.....		6
I.5. Composants de commerce électronique standard.....		7
I.5.1. Catalogue électronique		7
I.5.2. Paiement électronique.....		8
I.5.2.1. Carte de crédit		9
I.5.2.2. Chèques électroniques		9
I.5.2.3. Argent liquide électronique		9
I.5.2.4. Le porte-monnaie virtuel.....		9
I.5.3. Sécurité d'une transaction.....		9
I.6. Les avantages du commerce électronique.....		9
I.7. Les concepts de base du commerce électronique.....		10
I.7.1. Les sites " Boutiques Virtuelles (site marchand) ".....		11
I.7.2. Portail Web.....		11
I.7.3. Place de marché électronique.....		11
Conclusion.....		12
CHAPITRE II : LES PLACES DE MARCHE ELECTRONIQUE.....		13
Introduction.....		14
II.1. Les places de marché électronique.....		14
II.1.1. Catégories de places de marché.....		14
II.1.2. Profils de places de marché.....		14
II.2. Avantages de l'e-marketplace.....		15
II.3. Principes et Fonctionnements.....		17
II.3.1. Inscription.....		17
II.3.2. Authentification.....		18
II.3.3. L'e-messagerie.....		22

II.3.4. <i>Déroulement d'un appel d'offres</i>	23
II.3.4. <i>Le Forum</i>	24
II.4. <i>Clauses et Contrat</i>	24
II.5. <i>Aspects juridique de l'e-marketplace</i>	25
II.5.1. <i>Le régime d'autorisation</i>	26
II.5.2. <i>L'accès et l'exclusivité</i>	26
II.5.3. <i>L'information, le premier enjeu ?</i>	26
II.5.4. <i>Les solutions</i>	27
II.6. <i>Sécurité avec le protocole SSL</i>	28
II.6.1. <i>Processus</i>	28
II.6.2. <i>Fonctionnement</i>	29
II.6.3. <i>Certificats</i>	29
II.6.4. <i>Exemple de fonctionnement</i>	29
Conclusion.....	30
CHAPITRE III : CONCEPTION	31
Introduction.....	32
III.1. <i>Présentation de l'architecture d'un système client/serveur</i>	32
III.1.1 <i>Avantages de l'architecture client/serveur</i>	32
III.1.2 <i>Inconvénients du modèle client/serveur</i>	32
III.1.3 <i>Fonctionnement d'un système client/serveur</i>	33
III.2. <i>Approche UML</i>	33
III.2.1. <i>Diagrammes de cas d'utilisation</i>	35
III.2.2. <i>Diagrammes d'activité</i>	41
III.2.3. <i>Diagrammes de séquence système</i>	51
III.2.4. <i>Diagramme de classe</i>	58
III.3. <i>Gestion des données</i>	59
Conclusion.....	69
CHAPITRE IV : IMPLEMENTATION	70
Introduction.....	71
IV.1. <i>Architecture technique</i>	71
IV.1.1. <i>Système d'exploitation</i>	71
IV.1.2. <i>MySQL</i>	71
IV.1.3. <i>Installation de SSL</i>	71
IV.1.4. <i>Serveur de messagerie électronique</i>	72
IV.2. <i>Présentation graphique de la place</i>	72
Conclusion.....	77

Conclusion générale.....	78
Glossaire	79
Annexe.....	82
Bibliographie	88