

E-commerce : les règles à respecter en bref

Le célèbre avocat Gérard Haas vient de publier aux éditions ENI un *Guide juridique de l'e-commerce et de l'e-marketing*.

Au début était la problématique de la marque et du nom de domaine. Puis vinrent celles des conditions générales d'utilisation/de ventes, des mentions légales, de la gestion de l'e-réputation, du ciblage comportemental des internautes, de l'utilisation des données personnelles... Ainsi peut se définir la genèse d'un projet e-commerce ou e-marketing. Le droit s'invite dès les premiers instants d'un tel projet.

Le célèbre avocat Gérard Haas vient de publier aux éditions ENI un *Guide juridique de l'e-commerce et de l'e-marketing*. Il vise à expliciter concrètement comment gérer les aspects juridiques d'un projet web. Les questions les plus étudiées tournent évidemment autour des marques (et de leur contrefaçon) et de la protection des données personnelles mais les autres problématiques n'en sont pas pour autant négligées même si elles sont moins détaillées en terme de volume. Notons que tout un chapitre est entièrement consacré au Big Data et à ses implications.

Même si des jurisprudences sont mentionnées en appui, l'auteur explicite toujours les termes spécifiques aux juristes et évite tout jargon. Des encadrés pointent les éléments les plus importants (comme ce qui doit être inclus dans les mentions légales obligatoires). Son approche est donc à la fois rigoureuse, complète mais aussi pragmatique et claire.

A propos de l'ouvrage

Guide juridique de l'e-commerce et de l'e-marketing, par Gérard Haas (Editions ENI, 446 pages, 33,75 à 45 euros)

[Pour acquérir l'ouvrage chez l'éditeur](#)

Article rédigé par



Bertrand Lemaire, Rédacteur en chef de CIO

Suivez l'auteur sur [Google+](#), [Linked In](#), [Twitter](#)