



TABLE DES MATIÈRES

<i>Objet</i>	iii
<i>Comprendre le commerce électronique</i>	1
Qu'est-ce que le commerce électronique?	1
Évaluation des perspectives de croissance : les estimations sont-elles réalistes?	6
Les mesures nécessaires	12
 <i>Cadre général</i>	 14
Objectif	14
Définir les priorités	19
Les rôles	20
Contexte international : des marchés sans frontières	21
 <i>Mesures prioritaires</i>	 24
Instaurer la confiance dans l'économie numérique	24
Clarifier les règles du marché	28
Renforcer l'infrastructure de l'information	34
Concrétiser les possibilités	38
 <i>Conclusion</i>	 42
 <i>Sources choisies</i>	 43



OBJET

Ce document présente une vision de l'avenir du Canada dans le domaine du commerce électronique, et il explique comment concrétiser cette vision. La Stratégie canadienne sur le commerce électronique explique brièvement les défis et les possibilités pour les entreprises et les consommateurs, nomme les dix questions prioritaires et expose le plan élaboré par le Canada pour les régler. Le Canada a pour objectif de devenir, d'ici l'an 2000, un chef de file mondial dans le développement du commerce électronique et dans son utilisation.

Il faut faire en sorte que le commerce électronique devienne une plate-forme commerciale prépondérante pour les entreprises et les consommateurs...

Malgré l'attention grandissante des médias et du public, le commerce électronique reste concentré dans des réseaux fermés tels que l'échange de données informatisées (EDI), tandis que le réseau ouvert Internet sert surtout à des transactions entre entreprises. Moins d'un internaute nord-américain sur cinq est prêt à faire des achats en ligne, ce qui reflète les préoccupations importantes que suscitent la sécurité des opérations, le respect de la vie privée et les recours des consommateurs. Les entreprises, qui passent des réseaux fermés à Internet, s'interrogent également sur la sécurité et la confidentialité des renseignements qui les concernent, ainsi que sur la cohérence et la constance des règles, et sur la fiabilité de l'infrastructure de l'information. Tant que ces questions ne seront pas réglées, il est peu probable que les entreprises et les consommateurs fassent du commerce électronique leur plate-forme privilégiée.

La Stratégie canadienne sur le commerce électronique s'articule autour des éléments suivants...

- *Instaurer la confiance dans l'économie numérique* : faire en sorte que les consommateurs et les entreprises aient davantage confiance dans le commerce électronique en dissipant leur inquiétude par rapport à la sécurité, au respect de la vie privée et à la protection des consommateurs.
- *Clarifier les règles du marché* : éliminer les obstacles à l'utilisation du commerce électronique en modernisant les règles qui régissent le fonctionnement du marché, y compris les cadres juridiques et commerciaux, les questions financières et la fiscalité, ainsi que la protection de la propriété intellectuelle.
- *Renforcer l'infrastructure de l'information* : s'assurer que les réseaux soutiennent la croissance du commerce électronique et permettent une interopérabilité.
- *Concrétiser les possibilités* : réaliser le potentiel du commerce électronique en matière d'emploi et de croissance par le perfectionnement des compétences et la sensibilisation, et en faisant des gouvernements des utilisateurs modèles.



Un Canada branché

Le Canada en ligne

Les collectivités ingénieuses

Le contenu canadien en ligne

Le commerce électronique

Les gouvernements canadiens en ligne

Promouvoir le Canada branché auprès du reste

du monde

Le commerce électronique est l'un des six éléments étroitement liés au programme Un Canada branché...

Le gouvernement fédéral s'est donné pour objectif de faire du Canada le pays le plus branché du monde et de rendre l'infrastructure de l'inforoute et la société de l'information accessibles à tous les Canadiens d'ici l'an 2000. En tant que pays, nous devons faire en sorte que les Canadiens, leurs collectivités, les entreprises et les institutions puissent profiter des possibilités économiques et sociales qu'ouvrent les nouvelles technologies, l'infrastructure de l'information et le contenu numérique. Il en résultera une croissance et une expansion des entreprises, des emplois nouveaux et novateurs, de meilleures communications et une plus grande ouverture sur les pays étrangers. Le commerce électronique est un élément clé du programme *Un Canada branché* (voir ci-contre).

La Stratégie canadienne sur le commerce électronique repose sur des partenariats entre le secteur public et le secteur privé...

Le secteur privé joue un rôle primordial dans le développement et l'utilisation du commerce électronique au Canada. Quand aux gouvernements, il leur incombe d'appuyer le secteur privé, ce qu'ils peuvent faire de trois façons.

Premièrement, ils peuvent s'assurer qu'entreprises et consommateurs évoluent dans un environnement stratégique adapté qui confère une certaine souplesse au marché, tout en garantissant un minimum d'équité dans son fonctionnement, ainsi qu'un traitement uniforme du commerce numérique et du commerce sur papier.

Deuxièmement, les gouvernements peuvent travailler en collaboration avec d'autres gouvernements et avec des organisations internationales afin d'instaurer un régime réellement mondial qui prévoit des règles cohérentes et constantes et qui garantit l'interconnexion et l'interopérabilité de l'infrastructure de l'information. Le Canada assume un rôle prépondérant dans l'élaboration de tels cadres en accueillant, du 7 au 9 octobre 1998, à Ottawa, la Conférence ministérielle de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) sur le commerce électronique. Cette conférence, qui fera date, conduira à l'établissement d'ententes et de plans d'action où seront énoncés les rôles des gouvernements, des organisations internationales et du secteur privé pour ce qui est de régler les questions clés posées par le commerce électronique. En outre, le Canada participe activement aux travaux de l'Organisation de coopération économique Asie-Pacifique (APEC), de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et d'autres organisations internationales, visant à définir des cadres pour le commerce électronique et à promouvoir ce dernier.



Troisièmement, les gouvernements peuvent également montrer l'exemple en étant des utilisateurs modèles des nouvelles technologies, afin de démontrer les avantages du commerce électronique et de renforcer la confiance des entreprises et des consommateurs.

Les entreprises, les consommateurs, les groupes de défense de l'intérêt public et les gouvernements canadiens ont l'habitude de travailler ensemble pour servir les intérêts du Canada. Or, le commerce électronique représente un nouveau domaine où il est possible de poursuivre cette tradition.

Pour de plus amples renseignements, consultez le site Web du Groupe de travail sur le commerce électronique, à : <http://com-e.ic.gc.ca>

Pour des renseignements sur le programme Un Canada branché, consultez le site suivant : <http://www.connect.gc.ca>





LA STRATÉGIE CANADIENNE SUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Objectif

D'ici l'an 2000, faire du Canada un chef de file mondial dans le développement et l'utilisation du commerce électronique.



Intervenants nationaux

Secteur privé : entreprises, consommateurs, groupes de défense de l'intérêt public et citoyens
Secteur public : gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux, et administrations municipales



MESURES PRIORITAIRES



Instaurer la confiance dans l'économie numérique

Sécurité et chiffrement
Vie privée : protection des renseignements personnels
Protection des consommateurs

Clarifier les règles du marché

Cadres juridiques et commerciaux
Questions financières et fiscales
Protection de la propriété intellectuelle

Renforcer l'infrastructure de l'information

Accès aux réseaux et disponibilité
Réseaux ouverts et normes

Concrétiser les possibilités

Compétences et sensibilisation
Les gouvernements, utilisateurs modèles



Acteurs internationaux

Autres pays
Organisations internationales
Entreprises, syndicats et consommateurs



SECTION UN

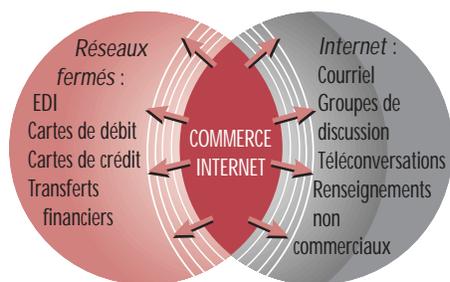
COMPRENDRE LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

1. QU'EST-CE QUE LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE?

Les gouvernements, le secteur privé, les médias et le milieu universitaire qualifient tous le commerce électronique de moyen révolutionnaire pour les citoyens et les consommateurs de dialoguer et de faire des affaires. Comme dans l'application de toute technologie nouvelle, notre compréhension du commerce électronique évolue sans cesse. Il existe bien diverses définitions et plusieurs projections de croissance, mais les prévisionnistes s'entendent pour dire que la croissance exponentielle de cette technologie se poursuivra pendant une bonne partie du siècle prochain.

Le commerce électronique, défini de manière large, comprend toutes les opérations réalisées par voie électronique...

Le commerce électronique se définit de manière étroite ou de manière large. Les définitions larges englobent toute opération effectuée à l'aide de la technologie numérique, ce qui comprend les réseaux ouverts (Internet), les réseaux fermés, l'échange de données informatisées (EDI) et les cartes de débit et de crédit.



La définition plus restreinte précise que le commerce électronique ne recouvre que les opérations faisant appel au protocole de contrôle de transmission TCP-IP. Le commerce électronique est donc considéré simplement comme une application Internet. Bien que l'attention et la plupart des pro-

jections de croissance portent effectivement sur le commerce électronique sur Internet, les deux demeurent distincts tout en se recoupant, comme le montre le diagramme ci-dessus. Le présent document retient la définition plus large, qui considère que le commerce électronique englobe à la fois Internet, les réseaux fermés et les réseaux hybrides.

Mots clés

Le commerce électronique comprend toutes les opérations effectuées par voie électronique : Internet, échange de données informatisées (EDI), cartes de débit et cartes de crédit.

Internet est un réseau de réseaux international qui permet à différents utilisateurs d'ordinateurs de partager des renseignements et de communiquer de manière interactive. Les ordinateurs et les réseaux communiquent librement, quels que soient la marque, l'architecture, la vitesse, le fabricant, la connexion ou les ressources.

L'échange de données informatisées (EDI) est une norme qui permet de réunir et de transmettre des renseignements entre des entreprises, souvent par des réseaux de communication privés, appelés « réseaux à valeur ajoutée ».



On prédit au commerce électronique sur Internet une expansion rapide...

Au total, l'utilisation que l'on fait actuellement du commerce électronique, ce qui comprend les réseaux fermés et les cartes de débit et de crédit, se mesure en milliards de dollars. Par exemple, les transferts financiers internationaux effectués sur le réseau de la *Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunications* (SWIFT) portent à eux seuls sur trois milliards de dollars par jour¹.

Secteurs d'activité du commerce électronique

Opérations :

- *entreprise à entreprise*
- *entreprise à consommateur*
- *services publics*

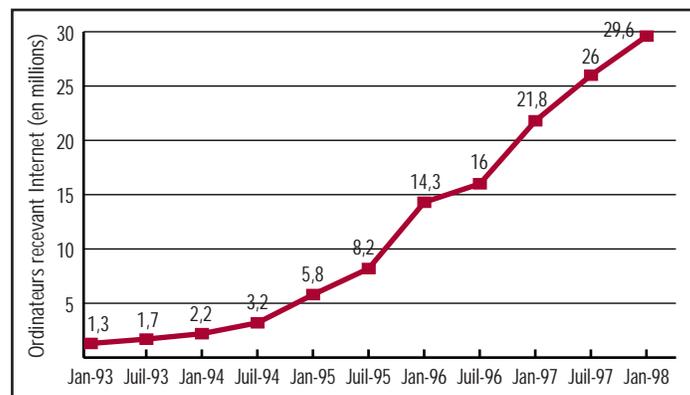
Soutenues par :

- *matériel informatique*
- *logiciel informatique*
- *services habilitants*

Les activités commerciales menées sur Internet sont modestes en comparaison et, d'après les estimations, elles s'élèvent aujourd'hui à quelque 30 milliards de dollars US². Cependant, à voir l'explosion que connaît Internet, on prévoit pour le commerce électronique une croissance exponentielle (voir figure 1). On prévoit également que pour les seuls États-Unis, 100 millions de consommateurs seront branchés d'ici l'an 2001 (voir figure 2), et la plupart des observateurs estiment que les recettes mondiales du commerce électronique atteindront 400 milliards de dollars US d'ici l'an 2002³ (voir figure 3). Si l'on met cela en perspective, avec un chiffre d'affaires de 330 milliards de dollars, le commerce électronique équivaldrait au triple des ventes sur catalogue par correspondance aux États-Unis et représenterait, toujours dans ce pays, le quart des achats par carte de crédit⁴.

FIGURE 1 : Croissance explosive d'Internet

(millions d'ordinateurs recevant Internet)



Source : Network Wizards Internet Domain Survey. Données diffusées à : www.nw.com

1 « Business at Net Speed », Information Technology Annual Report, *Business Week*, 22 juin 1998, p. 148.

2 Forrester Research Inc., IDC Canada Ltd., *Internet Commerce in Canada 1997-2002*, août 1998.

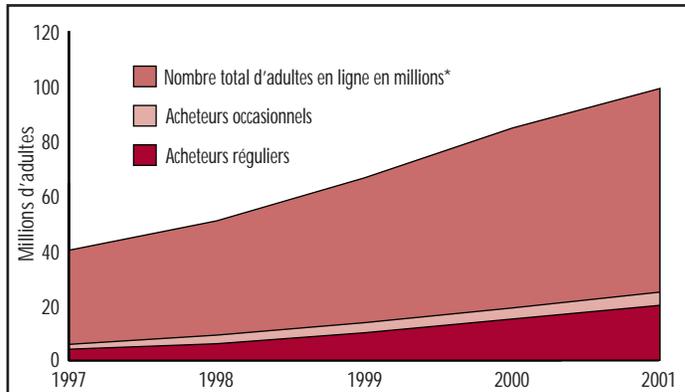
3 *Ibid.*

4 Données non publiées de l'OCDE.



FIGURE 2 : Le nombre de consommateurs en ligne devrait augmenter rapidement

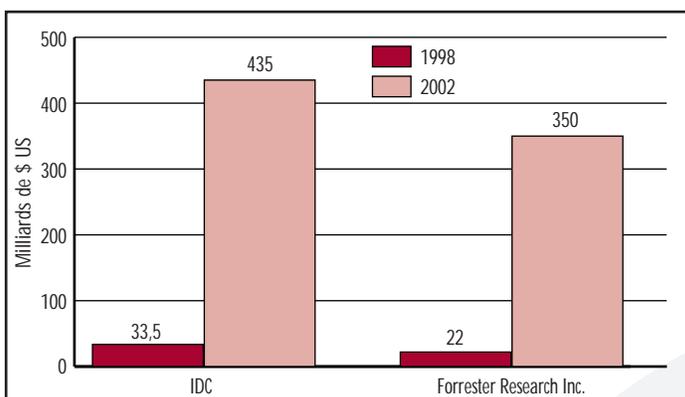
(millions d'adultes, É.-U. seulement)



* É.-U. seulement
Source : Forrester Research Reports, vol. 4, n° 6, « Retail Revs Up », octobre 1997.

FIGURE 3 : Le commerce électronique devrait connaître une expansion rapide

(Estimations de la croissance mondiale du commerce électronique, 1998-2002, en milliards de \$ US)



Source : IDC Canada Ltd.; Forrester Research Inc.



Réseaux intranets

Les entreprises se servent de réseaux intranets pour diffuser des renseignements et des données entre leurs bureaux. Les activités intranets se déroulent habituellement derrière des « coupe-feu » sécurisés, de sorte que seuls les utilisateurs autorisés y ont accès. Un réseau intranet peut regrouper de multiples installations par l'intermédiaire d'Internet.

Réseaux extranets

Lorsqu'une entreprise ouvre son réseau interne – intranet – à des partenaires particuliers, le réseau intranet devient un « extranet ». Les fournisseurs, les distributeurs et d'autres utilisateurs autorisés peuvent alors se brancher au réseau de l'entreprise par l'intermédiaire d'Internet ou des réseaux privés virtuels.

Source : « Business at Net Speed », *Business Week*,
22 juin 1998, p. 136.

Au sens générique, le commerce électronique recouvre trois types d'opérations distincts soutenues par l'infrastructure de la technologie de l'information...

Le commerce électronique recouvre trois types d'opérations distincts : les opérations interentreprises, les opérations entre entreprises et consommateurs, et les services publics. Ces opérations sont soutenues par l'infrastructure de la technologie de l'information, laquelle se compose de matériel informatique, de logiciels et de services habilitants.

Les opérations ne se limitent pas seulement aux achats de produits et de services, mais comprennent aussi la collecte et l'échange de renseignements, de même que la négociation et la décision d'achat et, enfin, la réalisation de la transaction et le service après-vente. En fait, à l'heure actuelle, le commerce électronique se concentre essentiellement sur la collecte et l'échange de renseignements utilisés pour décider d'un achat. Le commerce électronique prenant de l'ampleur, les ventes réalisées en ligne devraient augmenter.

Les opérations interentreprises entraînent la croissance du commerce électronique...

Les applications interentreprises, qui représentent 80 p. 100 du commerce électronique sur Internet, constituent l'élément moteur de sa croissance⁵. Depuis plus de 25 ans, les entreprises se servent de l'EDI pour des transactions avec leurs fournisseurs. Grâce à la réduction des coûts et à l'amélioration de l'accès, elles se tournent maintenant vers Internet ou créent des réseaux hybrides en s'appuyant sur des intranets et des extranets (voir ci-contre). En outre, un groupe tout à fait nouveau d'utilisateurs commerciaux se branche au réseau. Il s'agit principalement de petites et de moyennes entreprises qui ne disposent pas de moyens suffisants pour financer un réseau d'EDI.

Les consommateurs ne font que commencer à utiliser Internet. D'après un sondage Nielsen/CommerceNet réalisé en 1997, seuls 16 p. 100 des internautes canadiens et américains ont déjà fait des achats sur Internet⁶.

5 Forrester Research Inc.

6 Cité dans Lynn Margherio, David Henry, Sandra Cook, Sabrina Montes, *The Emerging Digital Economy*, Department of Commerce des États-Unis, avril 1998, p. 35.



L'administration recourt de plus en plus au commerce électronique pour la prestation de ses services, et le gouvernement fédéral canadien a fait savoir que ce serait son mode de transaction privilégié. Les gouvernements provinciaux et territoriaux ainsi que les administrations municipales recourent également de plus en plus au commerce électronique, car il leur permet de toucher de plus en plus d'administrés à un coût abordable, et de leur offrir une gamme de services plus importante.

En investissant dans l'infrastructure de l'information, on nourrit l'activité économique...

Comme les entreprises prévoient une croissance rapide du commerce électronique, elles investissent beaucoup dans le matériel, les logiciels et les services nécessaires. On estime qu'entre 1995 et 1997, ces investissements se sont chiffrés, à l'échelle mondiale, à 40 milliards de dollars US, ce qui est, en fait, supérieur aux recettes du commerce électronique lui-même⁷. Un groupe tout à fait nouveau d'intermédiaires prend de l'expansion sur les réseaux, où il propose des services d'information et d'évaluation (ex. : des services de recherche ou d'évaluation de sites Web), de marketing, d'information sur les produits et les clients, ainsi que de paiements en ligne sécurisés. Les secteurs traditionnels de la publicité et de la livraison jouent eux aussi des rôles intermédiaires très importants.

L'activité des intermédiaires se concentre principalement en Amérique du Nord, car ce continent est un leader dans l'organisation et dans la croissance du commerce électronique...

Les États-Unis représentent environ 80 p. 100 des recettes mondiales du commerce électronique, suivis par le Canada, avec 5 p. 100⁸. En outre, dans toutes les catégories d'achat sur Internet, environ 70 à 85 p. 100 des sites les plus populaires sont des sites américains (ex. : finances et achats), suivis par des sites canadiens⁹.

7 Données non publiées de l'OCDE.

8 OCDE, « Webcasting and Convergence: Policy Implications », OECD/GD(97)221, IDC Canada Ltd., *Internet Commerce in Canada 1997-2002*, août 1998.

9 *Challenges to the Network: Telecommunications and the Internet*, Union internationale des télécommunications, septembre 1997, section 3.3.3.



2. ÉVALUATION DES PERSPECTIVES DE CROISSANCE : LES ESTIMATIONS SONT-ELLES RÉALISTES?

Nombreux sont ceux qui prédisent qu'au cours des dix prochaines années, le commerce électronique sera omniprésent dans les affaires. Pour savoir si cette prédiction se réalisera, il faut examiner les avantages et les inconvénients intrinsèques de cette forme de commerce, de même que le pour et le contre de certains types d'opérations (à savoir entre entreprises, et entre entreprises et consommateurs).

Les technologies de l'information sont le moteur de la croissance économique, et le commerce électronique contribuera à cette croissance, qui touchera l'économie entière...

Le commerce électronique permet de diffuser les avantages des réseaux dans toute l'économie, à partir d'une plate-forme fournie par le secteur de la technologie de l'information. Ce secteur est solide et en pleine croissance, comme le démontre la part de plus en plus grande qu'il occupe dans le produit intérieur brut (PIB). Aux États-Unis, il est passé d'à peine 5 p. 100 de l'économie en 1985 à tout près de 8 p. 100 en 1997. Le prix des produits et services des technologies de l'information ayant littéralement chuté – par exemple, depuis 1991 le coût de la puissance micro-informatique est passé de 230 \$ US à 3,42 \$ US par MIPS (millions d'instructions par seconde) –, cette part grandissante du (PIB) est encore plus impressionnante¹⁰. Il se passe la même chose au Canada. Le secteur de la technologie de l'information et des télécommunications représentait 5 p. 100 du PIB en 1990; en 1996, il dépassait les 7 p. 100. De 1990 à 1996, il représentait 30 p. 100 de la croissance économique totale et affichait un taux de croissance moyen de 7,6 p. 100, contre 1,5 p. 100 pour l'ensemble de l'économie¹¹.

Le commerce électronique continuera d'alimenter la croissance du secteur de la technologie de l'information. Étant donné qu'il peut influencer sur les modes de transaction, il aura des incidences plus vastes encore, et il promet d'accélérer la croissance non seulement dans le secteur de la technologie de l'information lui-même, mais aussi dans tous les secteurs de l'économie, comme le secteur manufacturier et le secteur du détail.

Le commerce électronique présente des avantages très convaincants pour les entreprises...

Les avantages intrinsèques d'Internet en tant que plate-forme du commerce électronique résident dans le fait que le réseau est ouvert et non exclusif. Internet permet aux entreprises d'utiliser un

¹⁰ Margherio et coll., *The Emerging Digital Economy*, A1-2.

¹¹ Canada, *Technologies de l'information et des communications (TIC) Information économique et statistiques*, mars 1998, p. 2-3.



moyen interactif mondial pour échanger des informations à prix modique. Certains diront qu'une telle capacité existe déjà grâce aux réseaux de télécommunications en place, comme le téléphone, le télécopieur ou les réseaux exclusifs, mais Internet offre une combinaison inégalée en ce qui concerne l'interactivité, la polyvalence, la modicité du coût et la vitesse.

L'échange mondial d'informations, à peu de frais, a de profondes répercussions. Il est possible, à présent, de réaliser pleinement le potentiel de conception, de fabrication, de livraison et de services informatisés en reliant tous les éléments d'une chaîne de distribution, depuis la création, la conception, la mise à l'essai et la fabrication d'un produit jusqu'à sa commercialisation et au service après-vente et à l'entretien. Par exemple, les concepteurs de logiciels et les constructeurs d'automobiles peuvent mettre à l'essai auprès d'utilisateurs des concepts et des prototypes, et il est possible de transmettre immédiatement les prévisions de demandes des services de commercialisation aux services de production et, de là, à la chaîne d'approvisionnement.

L'efficacité et la productivité sont donc améliorées grâce à des coûts d'achat inférieurs, à une réduction du nombre d'erreurs de traitement, à une diminution des stocks et à une commercialisation plus rapide. Par exemple, IBM a économisé 500 millions de dollars US en réduisant ses investissements et ses frais d'exploitation grâce à une meilleure rotation des stocks. Des entreprises du secteur de l'automobile ont ramené le délai d'acheminement des matières à la chaîne d'approvisionnement de six semaines à moins de deux semaines¹².

Les entreprises adoptent aussi Internet comme base pour leurs opérations commerciales afin de bénéficier d'un avantage concurrentiel, souvent sur l'insistance d'autres partenaires commerciaux, dans le contexte d'une chaîne d'approvisionnement. On s'attend à ce que ces forces mènent à une croissance rapide du commerce électronique interentreprises.

Les consommateurs bénéficient d'un plus grand choix et de plus de commodité...

Du point de vue des consommateurs, le commerce électronique offre des avantages importants, une certaine commodité, un meilleur accès aux renseignements, de meilleurs prix et le choix étant ceux que les consommateurs citent le plus souvent (voir figure 4). Par exemple, une petite entreprise, Unique Patterns Design d'Halifax (Nouvelle-Écosse), peut proposer à ses clients des motifs personnalisés. Le commerce électronique est également utilisé pour promouvoir les achats faits chez des détaillants traditionnels, car les consommateurs peuvent se renseigner et comparer en ligne. Par exemple, Canadian Tire utilise son prospectus électronique appelé *Circul@ire* pour offrir aux clients les renseignements dont ils ont besoin sur les produits de leur choix.

Avantages du commerce électronique pour les entreprises :

- *coûts d'achat inférieurs*
- *moins d'erreurs de traitement*
- *coûts de stockage inférieurs*
- *temps de mise en marché réduit*
- *ouverture de marchés*
- *meilleur service à la clientèle*

Voici quelques exemples :

L'Automotive Network eXchange (ANX) relie les fournisseurs entre eux et aux usines de montage des automobiles, ce qui réduit le nombre d'erreurs, améliore la rotation des stocks et réduit les délais d'approvisionnement. On prévoit des économies d'un milliard de dollars US par an.

Les grands fournisseurs d'acier et de pièces canadiens – Dofasco et Magna – sont des participants clés à l'ANX.

Circul@ire de Canadian Tire

La Circul@ire de Canadian Tire fournit des renseignements personnalisés sur les produits : « N'achetez que ce que vous voulez. Dites-nous ce que vous souhaitez trouver dans ce prospectus, et nous respecterons vos souhaits. La Circul@ire est pensée par rapport à vos préférences, pour vous éviter de perdre du temps et pour faciliter vos achats. »

Source : Internet Week, avril 1998; Rapport annuel de Canadian Tire, 1997.

¹² Margherio et coll., *The Emerging Digital Economy*, p. 16-18.



Avantages du commerce électronique pour les consommateurs :

- plus grand choix
- commodité accrue
- renseignements plus complets
- coûts inférieurs

Voici quelques exemples :

Les vendeurs de livres en ligne peuvent offrir un stock potentiellement illimité, comparé aux 150 000 ouvrages d'une grande librairie typique.

Les réservations de billets d'avion par Internet coûtent 1 \$ US, comparé à 8 \$ US par l'intermédiaire d'un agent de voyage.

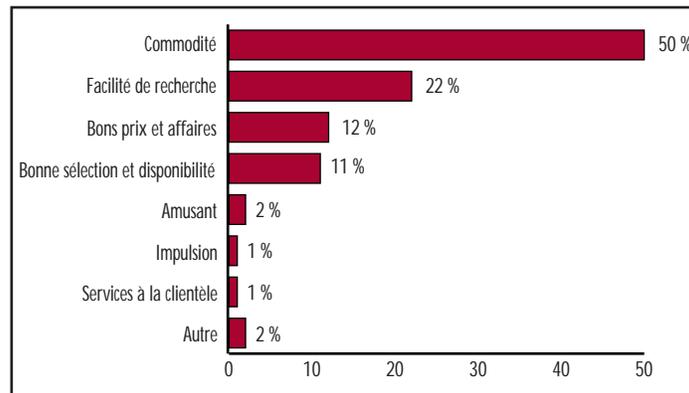
Les opérations bancaires coûtent 1,07 \$ US dans une succursale bancaire, comparé à un cent en ligne.

Source : Air Transportation Association of America, Booz-Allen & Hamilton, tels que cités dans Margherio, The Emerging Digital Economy, p. 28-29; Decision Resources, Report on Focus Groups, juin 1998.

Les produits et les services qui conviennent le mieux au commerce électronique sont ceux qui sont axés sur l'information et qui peuvent être fournis par voie numérique, ou encore les produits concrets qui n'exigent pas un examen tactile et qui sont faciles à expédier. Ainsi, les produits qui se vendent le mieux par commerce électronique depuis le début correspondent à ce profil. Il s'agit, notamment, de services financiers, de matériel informatique et de logiciels, de voyages, de produits de divertissement, de livres et de disques compacts (voir figure 5).

FIGURE 4 : Avantages du commerce sur Internet pour les consommateurs

(Pourcentage de répondants)



Source : Forrester Research Reports, vol. 4, n° 6, octobre 1997.

FIGURE 5 : Principaux achats des consommateurs

(Recettes estimées)

	1997 (\$ US)	2001 (\$ US)*
Services financiers	1,2 milliard	5 milliards
Matériel informatique et logiciels pour PC	863 millions	3,8 milliards
Voyages	654 millions	7,4 milliards
Loisirs	298 millions	2,7 milliards
Livres et musique	156 millions	1,1 milliards
Vêtements et chaussures	92 millions	514 millions
Billets de spectacle	79 millions	2 milliards

* Estimé.

Source : Forrester Research Inc.



Les citoyens bénéficient de services plus rapides et plus pratiques ainsi que du renforcement de l'infrastructure sociale...

Le commerce électronique présente des avantages généraux qui dépassent ceux de l'opération effectuée. Tous les paliers de gouvernement recourent à Internet pour toucher plus d'administrés et pour proposer davantage de services. Ainsi, des services sont offerts 24 heures sur 24, sept jours sur sept, sans que le client ait à se déplacer. Le coût de ces services peut être sensiblement réduit pour les utilisateurs et pour les gouvernements. De plus, la prestation électronique des services publics facilitera l'intégration future de services gouvernementaux de différents paliers et ministères.

D'autres institutions du secteur public, comme le secteur de l'enseignement et celui des soins de santé, utilisent elles aussi Internet pour mieux faire connaître et diffuser leurs services à un prix abordable. La formation informatisée peut fournir des renseignements disponibles immédiatement et adaptés à des besoins particuliers, ce qui rend l'objectif de l'apprentissage continu plus accessible. Dans le secteur des soins de santé, Internet est utilisé pour permettre aux médecins, aux dispensaires et aux hôpitaux des régions rurales ou éloignées d'avoir accès à des connaissances et à des services spécialisés que l'on ne trouve d'habitude que dans les centres urbains, et de communiquer des renseignements au public (voir ci-contre).

Plus généralement, le réseautage promet de permettre aux citoyens de participer plus pleinement à la société et de créer un nouveau sentiment d'appartenance communautaire grâce à des moyens de communication nettement améliorés.

Malgré toutes ces possibilités, le commerce électronique a certaines limites, dont bon nombre tiennent à Internet lui-même...

Le potentiel du commerce électronique est réel. Cependant, il existe des facteurs limitatifs, dont bon nombre tiennent à Internet lui-même, comme les problèmes d'accès universel, de gestion et de capacité future du réseau sous-jacent.

Bien que croissant, l'accès à Internet est loin d'être universel : au Canada, 36 p. 100 des ménages possèdent un ordinateur personnel et, en 1997, 13 p. 100 étaient reliés à Internet¹³. Lorsque l'on inclut l'accès depuis le lieu de travail, l'école et d'autres établissements, on dépasse tout juste 30 p. 100¹⁴. La majorité des grandes entreprises et environ 43 p. 100 des petites entreprises ont

Avantages de la prestation électronique des services publics

- *services plus accessibles et plus pratiques (services publics, télé-apprentissage, information sur la santé)*
- *réponse plus rapide*
- *coût de fonctionnement réduit pour les gouvernements, les citoyens et les entreprises*

Voici quelques exemples :

Les bureaux d'avocats profitent maintenant de la possibilité de déposer des demandes par voie électronique aux termes de la Loi sur Investissement Canada, ce qui réduit les délais d'attente.

Le Réseau canadien de la santé (RCS) fournit en temps opportun des informations en matière de santé accessibles au grand public et aux intermédiaires de la santé. Ce réseau rattaché à Internet aide les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux, les organismes non gouvernementaux, les universités et les organisations du secteur privé dans la promotion de la santé et la prévention des maladies dans la population.

13 Statistique Canada, 1998

14 ACNielsen, *Canadian Internet Survey*, 1997, p. 21.



accès à Internet¹⁵. Bien qu'ils se situent parmi les meilleurs au monde, ces pourcentages sont encore loin des taux de pénétration quasi universels de technologies des communications établies, comme le téléphone.

La *gestion* demeure un problème, car Internet se compose d'une myriade de réseaux autonomes de plus petite taille pour lesquels il n'existe pas de gestion centrale. Cela signifie que personne n'est responsable de la fiabilité et de la rapidité du service. Les règles de base concernant les noms de domaine, les protocoles et les méthodes d'acheminement fluctuent continuellement, à mesure que le contrôle est confié au secteur privé. Cette absence de garantie et de prévisibilité inquiète beaucoup les entreprises qui ont l'habitude de contrôler leur propre réseau fermé.

Le *réseau* présente aussi de nombreux défis, car on se demande si les réseaux d'information supporteront la croissance exponentielle que l'on prévoit. On estime qu'aux taux de croissance actuels, le trafic sur Internet consommera bientôt la moitié de la largeur de bande disponible dans les réseaux du monde entier, et que cette proportion passera à 90 p. 100 d'ici l'an 2002¹⁶. En outre, il n'existe pas encore de largeur de bande suffisante pour les applications multimédias qui rendraient le commerce électronique attrayant aux yeux de bien d'autres utilisateurs potentiels.

Internet expose les entreprises à des risques et à une certaine incertitude, ainsi qu'à divers partenaires, clients et fournisseurs éventuels inconnus...

L'utilisation d'Internet expose les entreprises à des problèmes auxquels elles ne sont pas confrontées dans les réseaux fermés et privés, où les parties à une opération sont connues et où les relations sont établies depuis un moment. Ainsi, les renseignements sont-ils véritablement confidentiels, ou seront-ils transmis à un concurrent? Le mécanisme de paiement est-il sécurisé? Quels sont les cadres juridiques et financiers sur lesquels s'appuient les opérations électroniques? Les entreprises se demandent aussi comment choisir parmi les nouvelles technologies et comment trouver la main-d'œuvre spécialisée qui saura les utiliser (voir figure 6).

Les consommateurs hésitent à effectuer des opérations commerciales par voie électronique tant que les questions relatives à la sécurité, à la protection de la vie privée et aux recours n'auront pas été réglées...

La demande des consommateurs par rapport au commerce électronique demeure faible, en partie à cause de l'offre de produits et de services limitée et, plus fondamentalement, parce qu'ils n'ont pas encore suffisamment confiance dans ce système (voir figure 7).

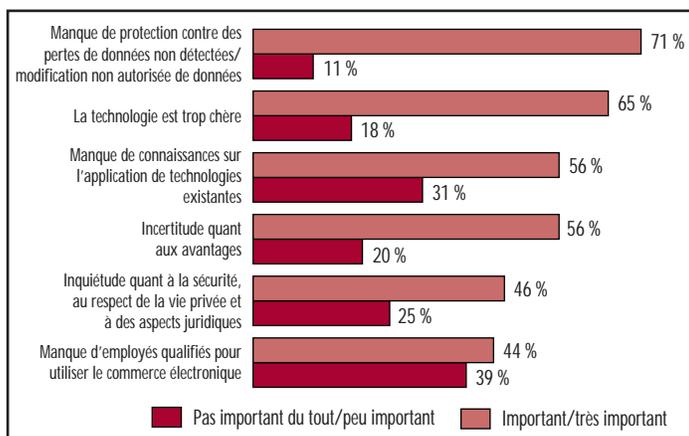
¹⁵ « In the Net », Fédération canadienne de l'entreprise indépendante, *Recherche et Rapports*, juin 1998.

¹⁶ *PCWeek Online*, 6 mai 1998.



FIGURE 6 : Sécurité et incertitude sont des sujets de préoccupation importants pour les entreprises

(Pourcentage de répondants)

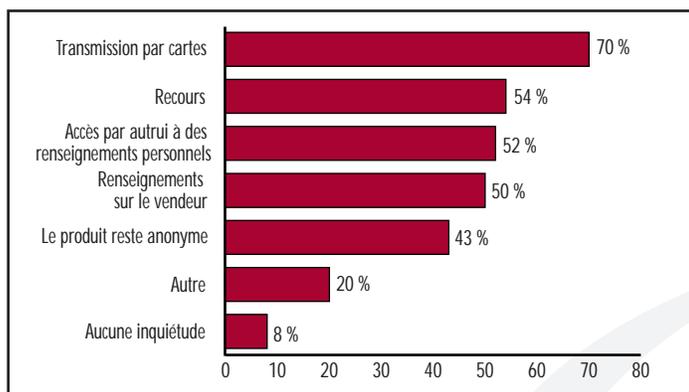


* 3000 établissements représentant huit industries de service

Source : *Technologies in Services* – Rapport destiné à Industrie Canada et au Comité canadien du commerce électronique, avril 1997.

FIGURE 7 : Sécurité, respect de la vie privée et incertitude sont des sujets de préoccupation importants pour les consommateurs

(Pourcentage de répondants)



Source : ACNielsen, *Canadian Internet Survey*, 1997.



À ce jour, les produits de consommation offerts en ligne, à savoir, principalement, des produits et des services numériques, comme les produits de divertissement, les logiciels et les services bancaires en ligne, profitent de l'atout que présente Internet en matière de diffusion des renseignements. La croissance des produits et des services numériques dépendra, dans une large mesure, de la mise au point de nouvelles applications dans la téléphonie, le sans fil et les multimédias, et de la garantie formelle que les droits d'auteur des producteurs concernés seront protégés.

Les produits concrets offerts en ligne se concentrent sur des biens qui ne nécessitent pas d'examen tactile, comme les livres et les disques compacts, ou que la marque et la réputation suffisent à identifier, comme le matériel informatique et les vêtements de marque. Il est peu probable que les ventes électroniques de produits concrets de marque inconnue augmentent de façon significative, tant que les consommateurs ne seront pas certains de leur qualité et que leur visualisation ne sera pas améliorée, par exemple, par l'utilisation d'images tridimensionnelles.

Hormis la nature des produits et des services offerts en ligne, les consommateurs ont clairement indiqué qu'ils ne seront pas disposés à acheter en ligne tant que l'on n'aura pas réglé les questions relatives au respect de la vie privée, à la sécurité et aux recours, et tant qu'ils n'auront pas l'assurance d'avoir affaire à des commerçants dignes de confiance. La majorité des consommateurs s'interrogent sur la sécurité des opérations financières, doutent de la protection des renseignements personnels et se demandent s'il existe des recours en cas de problème. Les citoyens partagent également cette inquiétude dans leurs transactions avec le gouvernement.

« Il existe deux possibilités extrêmes : le cyberespace peut devenir un endroit où l'on ouvre boutique, où l'on construit des collectivités, où l'on partage des idées et où l'on façonne l'avenir sur la base de choix démocratiques. Ou bien, il peut continuer de fonctionner comme un poste éloigné de l'Ouest sauvage où l'anonymat, l'absence de respect de la vie privée et des communications non sécurisées font la joie des escrocs et des aventuriers de toute sorte. »

Source : Don Tapscott, *Blueprint to the Digital Economy: Creating Wealth in the Era of E-Business*. MacGraw-Hill, 1998.

3. LES MESURES NÉCESSAIRES

L'expansion du commerce électronique promet de transformer les opérations menées par les entreprises, les consommateurs et les gouvernements, en offrant les avantages de chaînes d'approvisionnement plus efficaces, une plus grande commodité et plus de choix, et en réduisant le coût des transactions. Cependant, avant que ces avantages deviennent réalité, les entreprises et les consommateurs veulent avoir l'assurance que les opérations sont confidentielles et sécurisées, qu'elles s'appuient sur des cadres juridiques et financiers, et que l'infrastructure de l'information fonctionne bien.

Il existe de nombreux scénarios pour l'avenir du commerce électronique. Les optimistes pensent que ces questions seront réglées et que le commerce électronique continuera de prendre de l'expansion. En revanche, les pessimistes estiment que la croissance du commerce électronique, et tout particulièrement celle des ventes en ligne, stagnera, car les problèmes sous-jacents ne sont pas réglés, ce qui pourrait mener à l'éclatement d'Internet en des réseaux exclusifs, de plus petite taille.



Les questions à régler concernent toutes les dimensions du commerce électronique...

On pense parfois que les questions relatives à l'utilisation du commerce électronique par les entreprises sont fondamentalement différentes de celles qui se posent aux gouvernements et aux consommateurs, et qu'il faut donc adopter une approche particulière pour chacune. En fait, entreprises, consommateurs et gouvernements cherchent tous à répondre aux questions essentielles suivantes :

<i>QUESTION</i>	<i>Entreprise à entreprise</i>	<i>Entreprise à consommateur</i>	<i>Gouvernements</i>
<i>Sécurité et chiffrement</i>	✓ Information, opérations financières	✓ Information, opérations financières	✓ Information, opérations financières
<i>Vie privée : protection des renseignements personnels</i>		✓ Renseignements personnels	✓ Renseignements personnels
<i>Protection des consommateurs</i>		✓ Information, certitude au sujet des commerçants, recours	✓ Cadres de protection des consommateurs
<i>Cadres juridiques et commerciaux</i>	✓ Contrats, compétence, application, responsabilité	✓ Contrats, compétence, application, responsabilité	✓ Lois uniformes pour tous les supports
<i>Questions financières et fiscalité</i>	✓ Fiscalité, services financiers	✓ Fiscalité, services financiers	✓ Cadres régissant les questions financières
<i>Protection de la propriété intellectuelle</i>	✓ Disponibilité des produits et des services, protection du contenu, responsabilité, marques de commerce	✓ Disponibilité des produits et des services, protection du contenu, responsabilité, marques de commerce	✓ Disponibilité des produits et des services, protection du contenu, responsabilité, marques de commerce
<i>Accès au réseau et disponibilité</i>	✓ Fiabilité, vitesse, accès	✓ Fiabilité, vitesse, accès	✓ Fiabilité, vitesse, accès
<i>Réseaux ouverts et normes</i>	✓ Interopérabilité, communications universelles	✓ Interopérabilité, communications universelles	✓ Interopérabilité, communications universelles
<i>Compétences et sensibilisation</i>	✓ Main-d'œuvre compétente	✓ Information accrue des consommateurs	✓ Éducation accrue des citoyens



SECTION DEUX

CADRE GÉNÉRAL

1. OBJECTIF

L'objectif de la Stratégie canadienne sur le commerce électronique est de faire en sorte que le Canada soit, d'ici l'an 2000, un chef de file mondial dans le domaine du développement du commerce électronique et dans son utilisation.

Pourquoi est-il important que le Canada soit un chef de file mondial dans le domaine du commerce électronique?

Le commerce électronique promet d'être un important facteur d'emplois et de croissance au siècle prochain, grâce à l'amélioration de la productivité des entreprises, à l'augmentation du nombre des opérations qu'effectueront les consommateurs et à la mise au point de l'infrastructure de la technologie de l'information qui le soutiendront. L'expérience démontre que ceux qui prennent l'initiative dominant rapidement le marché, car ils peuvent influencer sur l'évolution des règles ainsi que sur le comportement des entreprises et des consommateurs.

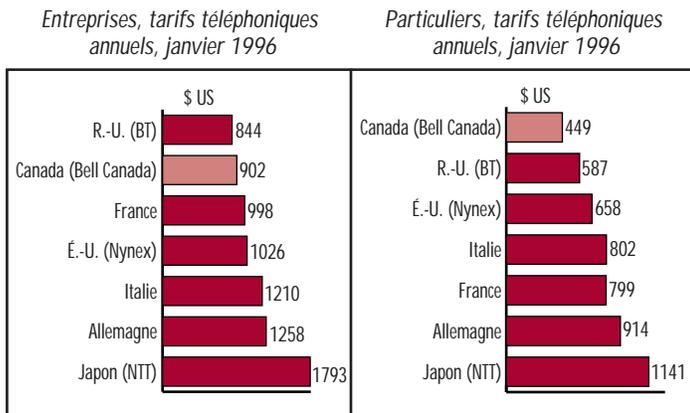
Le Canada est bien placé par rapport à ses concurrents...

Le Canada jouit de nombreux avantages par rapport à ses concurrents en ce qui concerne le commerce électronique. Il compte le plus grand nombre d'inscriptions dans l'enseignement postsecondaire du monde et le plus grand nombre de travailleurs du savoir, d'après le Forum économique mondial. Son infrastructure des télécommunications est de niveau mondial. Les frais téléphoniques y sont parmi les plus modiques du monde, tandis que les frais d'accès à Internet y sont les plus faibles des pays du G-7 (voir figures 8 et 9). Toujours dans le G-7, seuls les États-Unis le devancent en nombre de lignes principales et d'hôtes Internet (voir figure 10). De plus, il compte de nombreuses sociétés pionnières dans le domaine des télécommunications et des technologies de l'information qui sont reconnues à l'échelle mondiale.

Le rôle des consommateurs est tout aussi important dans l'exploitation de nouveaux marchés. Les consommateurs canadiens adoptent volontiers les nouvelles applications. L'utilisation d'Internet par les particuliers et les entreprises augmente rapidement au Canada (voir figures 11 et 12). Seuls les États-Unis devancent le Canada en nombre d'utilisateurs d'Internet (voir figure 13).



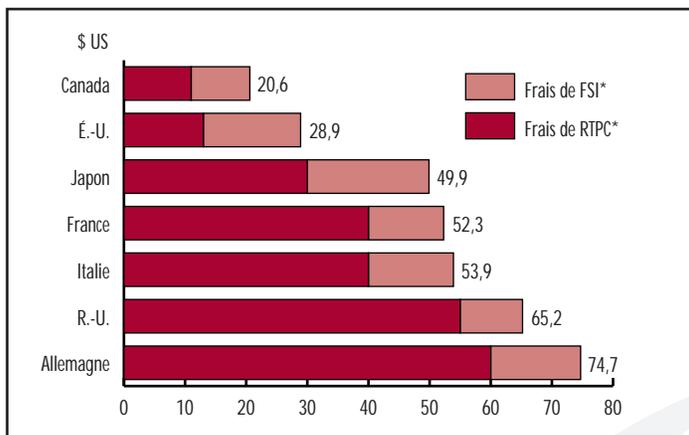
FIGURE 8 : Les tarifs téléphoniques canadiens sont parmi les plus bas du monde



Source : OCDE, *Perspectives de la technologie de l'information*, 1997.

FIGURE 9 : Le Canada a les frais d'accès à Internet les plus bas parmi les pays membres du G-7

(Frais d'accès à Internet, 1996)



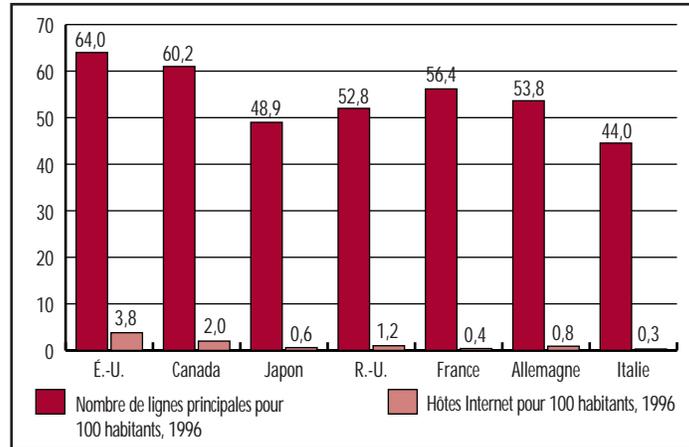
* Les frais incluent ceux prélevés par le fournisseur de services Internet (FSI) et les entreprises téléphoniques publiques pour le réseau public commuté (RTPC). Les frais de RTPC incluent une portion de connection et des frais de location, ainsi que des frais basés sur l'utilisation, mais non sur les frais interurbains.

Source : OCDE, *Perspectives des technologies de l'information*, vol. 1, 1997.



FIGURE 10 : Parmi les pays du G-7, seuls les États-Unis devancent le Canada en densité de lignes téléphoniques principales et d'hôtes Internet, 1997

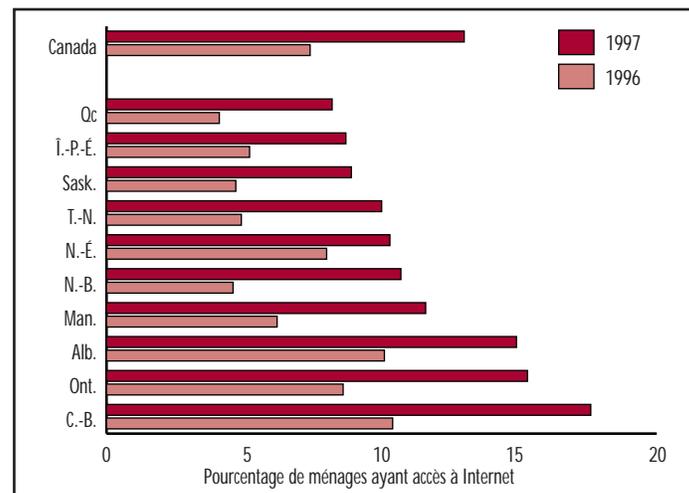
(Pays membres du G-7)



Source : World Telecommunication Development Report, Union internationale des télécommunications, 1998. ©UIT, 1998.

FIGURE 11 : L'utilisation d'Internet par les ménages est en pleine expansion au Canada

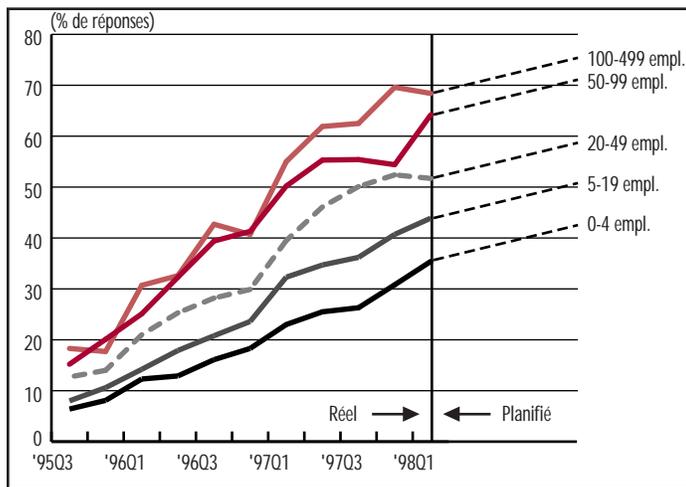
(Pourcentage de ménages ayant accès à Internet)



Source : Statistique Canada.



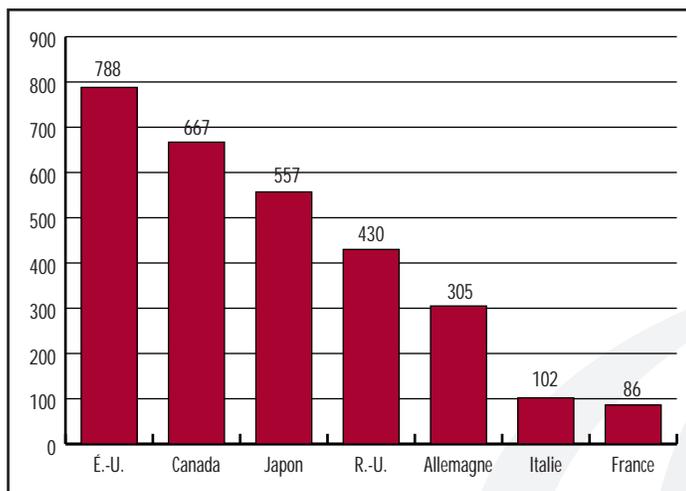
FIGURE 12 : Les petites et moyennes entreprises utilisent d'avantage Internet
 (Pourcentage d'entreprises utilisant Internet, selon la taille d'entreprise)



Source : Fédération canadienne de l'entreprise indépendante, résultats des sondages d'opinion auprès des membres n° 37 à 42.

FIGURE 13 : Seuls les Américains sont plus nombreux proportionnellement que les Canadiens à utiliser Internet

(Nombre d'utilisateurs d'Internet par 10 000 habitants, 1996)

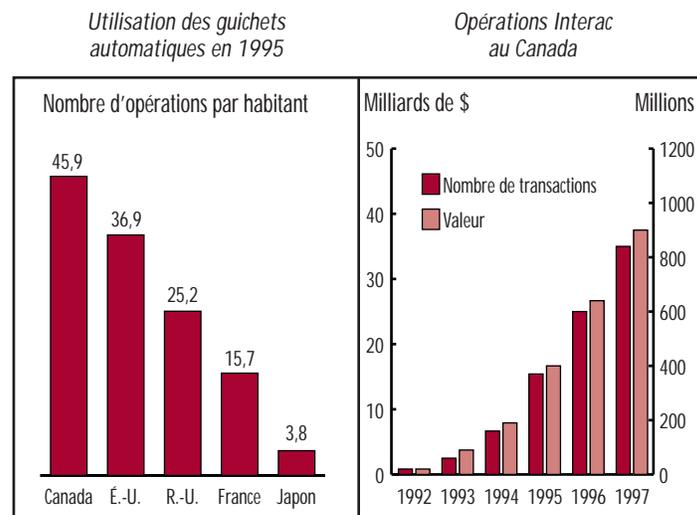


Source : World Telecommunications Development Report, Union internationale des télécommunications, 1998.
 ©UIT, 1998.



Plus de la moitié des Canadiens utilisent fréquemment des cartes de débit. Ainsi, en 1997, ils ont fait plus d'un milliard d'opérations Interac, ce qui représentait plus de 44 milliards de dollars, soit plus du dixième des dépenses de consommation au Canada¹⁷. Au Canada, 80 p. 100 des opérations bancaires courantes se font à des guichets automatiques¹⁸, ce qui classe le pays en tête du monde pour le nombre d'opérations bancaires automatisées par habitant (voir figure 14).

FIGURE 14 : Les Canadiens sont les plus grands utilisateurs d'opérations bancaires électroniques et de paiements directs par Interac



Source : Association des banquiers canadiens.

Source : Interac, Rapport annuel 1997.

17 Association Interac, 1998.

18 Ray Van Eng, *Netcash*, 17 mars 1997.



2. DÉFINIR LES PRIORITÉS

Il ressort de l'analyse des défis que posent l'utilisation et la croissance du commerce électronique, d'après les entreprises, les consommateurs, les provinces et les territoires, ainsi que les organisations internationales, qu'il est nécessaire d'agir sur quatre aspects essentiels au Canada.

<i>Instaurer la confiance dans l'économie numérique</i>	<i>Clarifier les règles du marché</i>	<i>Renforcer l'infrastructure de l'information</i>	<i>Concrétiser les possibilités</i>
Sécurité et chiffrement	Cadres juridiques et commerciaux	Accès aux réseaux et disponibilité	Compétences et sensibilisation
Vie privée : protection des renseignements personnels	Questions financières et fiscalité	Réseaux ouverts et normes	Les gouvernements, utilisateurs modèles
Protection des consommateurs	Protection de la propriété intellectuelle		

Instaurer la confiance dans l'économie numérique : Dans la plupart des relations commerciales, entre un consommateur et une entreprise ou entre des entreprises, il est important que règne la confiance. Étant donné la nature vague et impersonnelle du commerce électronique, il apparaît essentiel de pouvoir réduire ou éliminer les risques. Il est indispensable de garantir la sécurité, le respect de la vie privée et la protection du consommateur, si l'on veut « instaurer la confiance » dans le commerce électronique, tant dans les entreprises que parmi les consommateurs.

Clarifier les règles du marché : Un ensemble de règles régissant les opérations réalisées par les entreprises ou menées par les gouvernements a été établi au fil du temps. Afin d'éliminer les obstacles à l'utilisation du commerce électronique, il est nécessaire de les examiner pour savoir comment elles s'appliquent au monde numérique, et de les adapter, le cas échéant, afin que les règles du jeu soient constantes et équitables pour tous les types d'activités commerciales.

Renforcer l'infrastructure de l'information : Le commerce électronique ne pourra se développer sans une plate-forme solide qui comprenne à la fois un accès aux réseaux et la disponibilité de ces derniers, de même que des normes ouvertes.

Concrétiser les possibilités : Le commerce électronique s'inscrit dans un processus plus vaste d'évolution économique, sociale et culturelle qui se caractérise par la mondialisation des marchés et par un passage à une économie fondée sur les connaissances et sur l'information. Il faut que les citoyens, les consommateurs et les entreprises bénéficient le plus largement possible des possibilités



d'emploi et de croissance créées par le commerce électronique, et ce, en favorisant le perfectionnement des compétences et par une sensibilisation accrue, et en faisant en sorte que les gouvernements soient des utilisateurs modèles.

*Partenariats publics-privés :
le Sommet sur le commerce
électronique, 30 avril 1998*

*Les entreprises, les groupes de consommateurs et
les gouvernements ont décidé de collaborer afin :*

- *d'adopter des mesures qui feront du Canada le pays le plus branché du monde, ainsi qu'un centre d'excellence dans le domaine du commerce électronique;*
- *de créer un climat de confiance afin de stimuler l'utilisation générale du commerce électronique;*
- *de créer un cadre cohérent et constant et de prendre des dispositions législatives souples, en consultation avec le secteur privé;*
- *de faire du commerce électronique le mode de transaction privilégié avec le gouvernement;*
- *d'intégrer les partenariats entre les secteurs public et privé dans la stratégie du Canada – la méthode d'Équipe Canada;*
- *de continuer à jouer un rôle actif dans les réunions internationales afin d'encourager la collaboration mondiale.*

Source : Actes, Sommet sur le commerce électronique, 30 avril 1998, co-organisé par l'Association canadienne de la technologie de l'information (ACTI) et Industrie Canada.

3. LES RÔLES

En innovant, en prenant des risques et en investissant, le secteur privé devient le moteur de l'expansion du commerce électronique, avec l'appui des gouvernements...

La Stratégie canadienne sur le commerce électronique repose sur la reconnaissance du fait que le secteur privé joue un rôle primordial dans le développement et dans l'expansion du commerce électronique au Canada. Quant au gouvernement, il lui incombe de s'assurer qu'entreprises et consommateurs évoluent dans un environnement stratégique adapté qui confère une certaine souplesse au marché, tout en garantissant un minimum d'équité dans son fonctionnement. Les pays qui sont capables d'offrir un tel environnement seront mieux placés face à la concurrence internationale. Voilà pourquoi les secteurs public et privé canadiens s'associent pour mettre en œuvre la Stratégie canadienne sur le commerce électronique (voir ci-contre).

Partenariats fédéraux- provinciaux-territoriaux :

Les ministres fédéral, provinciaux et territoriaux chargés de l'autoroute de l'information ont décidé :

- de promouvoir et de soutenir l'élimination des obstacles de nature juridique, stratégique ou réglementaire au commerce électronique;
- de soutenir l'utilisation de normes ouvertes pour l'interconnexion et l'interopérabilité des réseaux, ainsi que la prestation électronique de services gouvernementaux;
- de faire en sorte que les consommateurs soient convaincus que les renseignements personnels qui les concernent seront protégés convenablement et que l'industrie évolue dans un contexte commercial équitable et prévisible.

Il est indispensable, pour instaurer la confiance et clarifier les règles du marché, d'harmoniser les cadres officiels...

La réforme législative exigée par les gouvernements nécessite, dans une large mesure, le concours des administrations provinciales et territoriales ainsi que du gouvernement fédéral. Il est essentiel d'harmoniser les activités des différents paliers de gouvernement pour mettre en place, pour les entreprises et les consommateurs, des cadres cohérents et constants.



Il est essentiel à la réalisation de la Stratégie canadienne sur le commerce électronique, que les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux poursuivent leurs consultations et ce, tant en ce qui concerne des questions particulières, comme le respect de la vie privée et la protection des consommateurs, que la démarche globale à adopter (voir ci-contre).

Les groupes de défense de l'intérêt public attirent l'attention sur les incidences sociales du commerce électronique...

Les groupes de consommateurs, comme l'Association des consommateurs du Canada, la Fédération nationale des associations de consommateurs du Québec (FNACQ) et le Centre pour la promotion de l'intérêt public, jouent un rôle actif en ceci qu'ils formulent le point de vue des consommateurs sur le commerce électronique, et ce, à l'échelle nationale et internationale. Le Congrès du travail du Canada (CTC) préside la Commission syndicale consultative (CSC) de l'OCDE qui examine des questions telles que les incidences du commerce électronique sur l'emploi et sur le marché du travail, sur les besoins en matière d'éducation et de formation, sur l'évolution de la structure organisationnelle des entreprises, et sur la réglementation du contenu et de la publicité.

4. CONTEXTE INTERNATIONAL : DES MARCHÉS SANS FRONTIÈRES

La stratégie du Canada vise à faire preuve d'un leadership international grâce à des politiques nationales d'avant-garde et à montrer l'exemple en définissant des cadres généraux pour le commerce électronique...

Le commerce électronique est, par nature, mondial. Les mesures que prend un pays isolément auront un effet limité, à moins qu'elles ne s'inscrivent dans un cadre international plus vaste. Le Canada n'élabore pas de politiques nationales isolément, et il est résolu à établir, de concert avec d'autres pays, les cadres internationaux nécessaires pour que le commerce électronique prenne son essor.

Le Canada participe activement, auprès des organisations internationales, à la définition de cadres qui régiront le commerce électronique...

Organisation de coopération et de développement économiques : En accueillant à Ottawa, du 7 au 9 octobre 1998, la Conférence ministérielle de l'OCDE sur le commerce électronique, le Canada montre tout son attachement à l'objectif international. Participent à cette conférence des gouvernements, et des organisations internationales, ainsi que des entreprises, des syndicats et des consommateurs. Cette rencontre mènera à la conclusion d'accords ainsi qu'à des plans d'action qui préciseront les rôles actuels et futurs des gouvernements, des organisations internationales et du secteur privé dans le règlement des principales questions relatives au commerce électronique.

Conférence ministérielle de l'OCDE sur le commerce électronique,

Ottawa, du 7 au 9 octobre 1998

Cette conférence internationale réunit des ministres, des chefs d'entreprise, des représentants des syndicats et de groupes de défense de l'intérêt public, en vue d'examiner diverses questions relatives à l'évolution du commerce électronique et de discuter de moyens de favoriser la croissance mondiale de celui-ci.

La Conférence de l'OCDE innove sur plusieurs fronts. Pour la première fois, les pays de l'OCDE ont invité des organisations internationales, des entreprises, des syndicats et des consommateurs à participer activement au développement du commerce électronique mondial. La Conférence d'Ottawa comprend également pour la première fois une exposition organisée par l'industrie et consacrée aux principaux points stratégiques débattus pendant la rencontre.



La Conférence ministérielle est l'aboutissement d'une série de conférences sur le commerce électronique organisées par l'OCDE, à commencer par celle qui s'est penchée sur le point de vue des consommateurs, à Paris, en mars 1997, et qui a été suivie par une conférence consacrée aux points de vue des entreprises, qui a eu lieu à Turku (Finlande), en novembre 1997.

Coopération économique Asie-Pacifique : En novembre 1997, les dirigeants de l'APEC ont décidé d'élaborer un plan de travail pour le commerce électronique. Sous la direction d'un groupe de travail présidé conjointement par l'Australie et Singapour, la première étape de ce plan a été menée à bien. Il s'agissait d'effectuer une analyse comparative des nouveautés survenues dans les pays membres en matière de commerce électronique. La deuxième étape, que les dirigeants examineront à l'occasion de leur réunion de Kuala Lumpur, en novembre 1998, comprend l'élaboration d'un énoncé de vision destiné à promouvoir le commerce électronique dans la région et la formulation de recommandations en matière de coopération technique et de renforcement des capacités, d'utilisation du commerce électronique par le secteur public et de programmes d'action ciblés sur les petites et moyennes entreprises (PME).

En plus du groupe de travail, les ministres des Télécommunications et des Industries de l'information de l'APEC ont approuvé un cadre de référence pour les mesures à prendre qui guidera les travaux des groupes chargés des télécommunications sur diverses questions relatives au commerce électronique.

Organisation mondiale du commerce : Le Canada a également joué un rôle de chef de file pour ce qui était d'obtenir que les disciplines commerciales de l'OMC s'appliquent au commerce électronique. À la deuxième réunion ministérielle de l'OMC, en mai 1998, les membres ont convenu d'étudier en détail les aspects stratégiques du commerce électronique, afin de recommander aux ministres les mesures à prendre à la troisième réunion ministérielle, qui aura lieu en 1999. Au cours de l'année à venir, le gouvernement du Canada consultera les provinces et les territoires, ainsi que le secteur privé et d'autres parties intéressées, afin de définir une position canadienne en vue des discussions qui auront lieu à l'OMC.

Accord de libre-échange des Amériques : L'ALEA a mis sur pied un Comité public-privé mixte d'experts en commerce électronique qui recommandera aux ministres des mesures visant à accroître et à élargir les avantages dans ce domaine et, plus particulièrement, une attitude à adopter en la matière dans le contexte des négociations relatives à l'ALEA. Le comité élabore des lignes directrices pratiques, et il remettra des recommandations aux ministres avant leur réunion d'octobre 1999.



Projet pilote du G-8 : « Marché mondial pour les PME ». Vingt pays et organisations internationales participent à ce projet que coordonnent le Japon, les États-Unis et la Commission européenne. L'objectif général est d'arriver à un cadre et à un plan de mise en œuvre pour une coordination et une coopération mondiales en matière de commerce électronique, en mettant l'accent sur les PME. Le projet s'organise autour de trois thèmes :

- Réseau d'information mondial pour les PME, sous la direction du Japon;
- Besoins commerciaux des PME, sous la direction de la Commission européenne;
- Bancs d'essai et projets pilotes internationaux, sous la direction des États-Unis.

Jusqu'ici, un réseau de renseignements commerciaux sur le Web a été mis sur pied et des questions stratégiques touchant aux aspects juridiques, techniques et institutionnels ont été analysées. En avril 1997, un recueil des meilleures pratiques a été publié, et cet outil de sensibilisation a été mis à jour en avril 1998. Des conférences régionales sont organisées, dont une importante sur le projet du G-8 qui aura lieu en avril 1999.

Le Canada travaille également en étroite collaboration avec des organisations internationales qui se spécialisent dans certains domaines...

Des représentants des secteurs privé et public canadiens participent aux travaux de diverses organisations internationales qui s'occupent d'aspects précis du commerce électronique, comme la Commission des Nations Unies pour le droit commercial international (CNUDCI), l'Organisation internationale de normalisation (ISO), l'Union internationale des télécommunications (UIT) et l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI). Parmi les produits mis au point par ces groupes figurent des lois types pour le commerce électronique et des cadres de normalisation destinés à assurer l'interopérabilité.

...et montre l'exemple en encourageant les gouvernements à être des utilisateurs modèles du commerce électronique...

Le Canada a également préconisé, au sein de l'OMC et de l'Accord de libre-échange nord-américain, une utilisation accrue de la technologie de l'information dans le secteur des marchés publics. Il a proposé de modifier l'Accord relatif aux marchés publics de l'OMC de manière à ce que les gouvernements puissent décider d'effectuer leurs achats par voie électronique, s'ils le désirent. Ces modifications sont actuellement à l'étude dans le cadre d'un effort visant à simplifier et à moderniser cet accord.



SECTION TROIS

MESURES PRIORITAIRES

1. Instaurer la confiance dans l'économie numérique

1.1 Sécurité et chiffrement

- Infrastructure fiable

1.2 Vie privée : protection des renseignements personnels

- Législation
- Codes volontaires
- Éducation du public
- Technologies habilitantes

1.3 Protection des consommateurs

- Législation
- Codes volontaires
- Éducation du public
- Technologies habilitantes

1. INSTAURER LA CONFIANCE DANS L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

La confiance dans l'économie numérique dépendra des mesures prises par le secteur privé, avec l'appui du gouvernement...

Les opérations qu'effectuent les entreprises et les consommateurs nécessitent des garanties de confiance – la confiance que les opérations sont sécurisées et privées, et que les consommateurs disposent de moyens de recours. Il est possible que des mesures prises pour le commerce classique ne soient pas suffisantes pour donner confiance en l'économie numérique. Par exemple, les renseignements étaient autrefois conservés au sein d'une organisation, soit dans des dossiers sur papier, soit dans des systèmes informatiques, mais aujourd'hui, Internet et des formes hybrides telles que les intranets et les extranets peuvent permettre un accès généralisé aux renseignements. Auparavant, la sécurité était une question d'application des lois et non pas de protection d'opérations effectuées en ligne. Les gouvernements ont défini les conditions élémentaires de la protection des entreprises et des consommateurs, mais ils n'ont pas réglé des questions clés, comme la vérification de l'identité des parties et la détermination des compétences par rapport aux opérations effectuées à l'échelle mondiale.

Il incombe aux gouvernements et au secteur privé d'apporter des réponses à ces questions. Les premiers peuvent légiférer et prendre des règlements, tandis que le second peut adopter des codes volontaires et trouver des solutions technologiques. Les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux ont, à bien des égards, un rôle à jouer dans l'instauration de la confiance. En effet, la Conférence pour l'harmonisation des lois au Canada (CHLC) et le Comité sur les mesures en consommation constitué en vertu de l'Accord sur le commerce intérieur sont essentiels dans la création de lois types et pour ce qui est de conseiller des démarches nationales cohérentes. Ces modèles sont importants, mais le défi réside dans l'opportunité et la cohérence. Face aux problèmes soulevés par le commerce électronique, les gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux ont la possibilité de créer ensemble de nouveaux cadres pour faire en sorte que l'on ait confiance dans le commerce numérique partout au Canada.



1.1 SÉCURITÉ ET CHIFFREMENT

Les technologies de chiffrement permettent de sécuriser les opérations électroniques...

Infrastructure fiable : Les techniques cryptographiques et les autorités de certification facilitent la sécurisation des opérations électroniques. Ces autorités, en liant les parties à leurs signatures numériques respectives, authentifient les parties à une opération. Les techniques cryptographiques garantissent également l'intégrité et la confidentialité des messages échangés, et elles assurent qu'aucune des parties à l'opération ne puisse nier sa participation à l'échange d'informations, c'est ce que l'on appelle la non-répudiation. Les avantages de la cryptographie en ce qui concerne le commerce électronique, la protection de la vie privée et la prévention du crime sont évidents. Par ailleurs, il est vrai qu'elle peut être utilisée pour dissimuler des activités criminelles et pour menacer la sécurité nationale. Sans un accès légitime aux preuves de l'activité illégale, les enquêtes et les poursuites ainsi que l'application des lois et des règlements seront entravées.

Le Canada ne restreint pas la liberté de choix des particuliers et des entreprises pour ce qui est d'importer ou d'utiliser la cryptographie. Les utilisateurs sont libres de décider de quels types de produits et de services ils ont besoin en matière d'authentification et de chiffrement. Tout comme les 32 autres pays membres de l'Arrangement de Wassenaar, qui précise quels produits nécessitent des permis d'exportation, le Canada contrôle l'exportation des produits de cryptographie.

En février 1998, le gouvernement a publié un document de travail sur la cryptographie...

La politique canadienne en matière de cryptographie fait actuellement l'objet d'un examen visant à s'assurer qu'elle contribue à atteindre l'objectif du Canada, qui est de devenir un chef de file dans l'utilisation du commerce électronique, et qu'elle reflète un juste équilibre entre les intérêts des entreprises, la protection des droits de la personne et le respect de la vie privée, ainsi que la sécurité publique, l'application des lois et les intérêts de la sécurité nationale. Un document de travail intitulé *Politique cadre en matière de cryptographie pour le commerce électronique* est diffusé à l'adresse suivante : <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/cy00005f.html>

La nouvelle politique, publiée à l'automne 1998, donne plus d'assurances au milieu des affaires, renforce la confiance des consommateurs, et facilite l'application des lois et le respect des intérêts de la sécurité nationale.



1.2 VIE PRIVÉE : PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

Point de vue du secteur privé

L'Association canadienne de la technologie de l'information (ACTI) souligne que l'harmonisation des lois et des règlements fédéraux et provinciaux contribuerait beaucoup au développement et à l'utilisation du commerce électronique dans tout le Canada. L'Association recommande la norme de la CSA à l'attention de tous les paliers de gouvernement au Canada, car l'équipe qui a défini cette norme comprenait des représentants d'organismes fédéraux et provinciaux, ainsi que d'entreprises et de groupes de consommateurs.

Source : Association canadienne de la technologie de l'information (ACTI), 27 mars 1998.

La stratégie visant à protéger la vie privée consiste à mettre en vigueur la norme nationale de l'Association canadienne de normalisation, grâce à une législation « souple » complétée par des mesures du secteur privé et une sensibilisation des consommateurs...

Législation : Le projet de loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé déposé par le gouvernement du Canada à l'automne 1998 conciliera l'intérêt de l'industrie à recueillir et à utiliser des renseignements personnels et le droit des consommateurs à ce que ces renseignements soient convenablement protégés. Il ressort de consultations menées au début de 1998 que l'on souhaite vivement voir utiliser le code type de l'Association canadienne de normalisation (CSA) sur la protection des renseignements personnels comme base d'une telle loi (voir ci-contre), et voir désigner comme organisme de surveillance le Commissariat à la protection de la vie privée du Canada. On s'entend aussi de façon générale sur la nécessité d'adopter une démarche cohérente dans les lois fédérales et provinciales en matière de respect de la vie privée. Si, à ce jour, seul le Québec s'est doté d'une loi, il est vivement souhaité que l'on utilise la norme de la CSA comme point de départ de toute nouvelle loi. Le document de travail qui sert de base à la consultation, à savoir *La protection des renseignements personnels*, est diffusé à l'adresse suivante : <http://strategis.ic.gc.ca/privacy>

Codes volontaires : Le Canada se trouve à l'avant-garde mondiale pour ce qui est d'élaborer une norme nationale en matière de protection de la vie privée. Cette norme définie par les entreprises, les consommateurs et les gouvernements porte sur la façon dont les organismes recueillent, utilisent, divulguent et protègent les renseignements, ainsi que sur la façon dont les particuliers ont accès à des renseignements personnels. Certains organismes, comme l'Association des banquiers canadiens (ABC), l'ont déjà adoptée.

Éducation du public : Il est indispensable à la protection des renseignements personnels que le public soit averti. Tant le secteur privé que les gouvernements peuvent s'efforcer de sensibiliser davantage le public aux questions relatives à la protection de la vie privée et s'assurer que les particuliers connaissent leurs droits et la meilleure façon de protéger leurs données personnelles. Le partenariat conclu entre le gouvernement fédéral et Stentor pour financer un jeu multimédia baptisé *Jouer sans se faire jouer*, dont le but est de sensibiliser les enfants à la protection de la vie privée, en est un bon exemple.

Technologies visant à protéger la vie privée : Des techniques telles que la cryptographie, les garde-barrières et les dispositifs de filtrage peuvent aider à protéger les renseignements personnels. Le gouvernement encourage la mise au point et l'utilisation de telles techniques pour la protection légitime des citoyens.



1.3 PROTECTION DES CONSOMMATEURS

La stratégie visant à protéger les consommateurs dans le commerce électronique repose elle aussi sur un équilibre entre des mesures volontaires et législatives, ainsi que sur l'éducation et l'application de techniques...

Le Groupe de travail sur les consommateurs et le commerce électronique, qui se compose de consommateurs, d'associations de gens d'affaires et de gouvernements, met la dernière touche à des lignes directrices canadiennes sur la protection des consommateurs dans le commerce électronique. Ces lignes directrices définissent les obligations en la matière et fournissent une base pour l'élaboration de mesures volontaires et législatives relatives à l'information des consommateurs, à la conclusion de contrats, au respect de la vie privée, à la sécurité et aux recours (voir ci-contre).

Législation : Il existe déjà au Canada diverses lois qui régissent la protection des consommateurs, au palier fédéral et provincial. Le Comité sur les mesures en consommation (CMC) constitué aux termes de l'Accord sur le commerce intérieur étudie des moyens d'assurer la protection des consommateurs dans le commerce électronique. Un rapport préparé par le cabinet juridique Gowling, Strathy & Henderson, intitulé *Consumer Protection Rights in Canada in the Context of Electronic Commerce*, sert de base aux discussions. Le gouvernement du Canada étudie également des dispositions de la *Loi sur la concurrence* qui régissent les pratiques commerciales trompeuses et la publicité mensongère.

Codes volontaires : Les gouvernements, les entreprises et les groupes de consommateurs s'entendent pour dire que les codes volontaires peuvent jouer un rôle essentiel dans des secteurs qui ne sont pas couverts par la législation. Par exemple, le Code de pratique canadien des services des cartes de débit, établi en 1992 par des groupes de consommateurs, des entreprises et les gouvernements fédéral et provinciaux, guide avec succès les institutions financières dans les pratiques relatives à la protection des consommateurs. Le Bureau de la consommation et le Conseil du Trésor ont publié un manuel sur l'élaboration et l'utilisation de codes volontaires, qui est diffusé à l'adresse suivante : <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ca0086f.html>

Éducation du public : Dans les lignes directrices relatives à la protection des consommateurs dans le commerce électronique, le Groupe de travail sur les consommateurs et le commerce électronique s'intéressera à la sensibilisation des consommateurs, y compris à leur besoin de conseils pour minimiser les risques inhérents aux opérations électroniques et de conseils sur leurs droits et obligations.

Technologies habilitantes : La technologie peut donner les outils nécessaires pour mettre des renseignements à la portée des consommateurs. Par exemple, on peut afficher des renseignements sur les lois qui s'appliquent dans des territoires différents ainsi que des sceaux d'approbation affichés sur les sites Web qui satisfont à des critères définis (ex. : le WebTrust de l'AC).

Vers des lignes directrices canadiennes sur la protection des consommateurs dans le commerce électronique

Les représentants des consommateurs, des entreprises et des gouvernements sont convenus que la protection du commerce électronique doit être guidée par les principes suivants :

Neutralité du support : les consommateurs doivent bénéficier du même degré de protection dans les opérations en ligne que dans d'autres formes de commerce.

Harmonisation : des cadres uniformes peuvent aider les entreprises et les consommateurs canadiens à adopter rapidement le commerce électronique et à attirer des entreprises du monde entier.

Consultation : les consommateurs, les groupes de défense de l'intérêt public et les gouvernements décideront ensemble du bon dosage de mesures volontaires et réglementaires.

Source : Groupe de travail sur les consommateurs et le commerce électronique, Bureau de la consommation, août 1998.



2. CLARIFIER LES RÈGLES DU MARCHÉ

Les gouvernements doivent agir rapidement pour clarifier les règles du marché, en consultation avec le secteur privé...

2. Clarifier les règles du marché

2.1 Les cadres juridiques et commerciaux

- lois uniformes pour tous les supports
- règles de preuve pour les documents électroniques
- reconnaissance des signatures électroniques
- responsabilité
- droit de la concurrence et droit des sociétés

2.2 Questions financières et fiscalité

- fiscalité
- tarifs douaniers
- services et marchés financiers

2.3 Protection de la propriété intellectuelle

- adoption des traités de l'OMPI
- responsabilité des fournisseurs de services Internet et des autres intermédiaires
- marques de commerce et noms de domaine
- protection des bases de données
- liens avec le droit de la concurrence

Un ensemble de règles régissant les opérations réalisées par les entreprises ou menées par les gouvernements a été établi au fil du temps. Ces règles comprennent des cadres juridiques et commerciaux et visent les questions portant sur les finances et la fiscalité ainsi que la protection de la propriété intellectuelle.

À mesure qu'apparaissent de nouvelles pratiques commerciales, les règles du marché jouent un rôle critique en créant des codes d'éthique – par exemple, dans l'utilisation des signatures électroniques, l'attribution de responsabilités et la protection des marques de commerce. Sans règles claires, l'utilisation et la croissance du commerce électronique seront freinées.

La nécessité première est d'éliminer les obstacles à l'utilisation du commerce électronique afin de savoir précisément comment ces règles s'appliquent à l'économie numérique et de les moderniser, si nécessaire. L'objectif consiste à garantir que l'on accorde un traitement équivalent aux opérations numériques et non numériques, et ce, d'une manière constante et cohérente. Le secteur des entreprises a clairement indiqué que le fait de clarifier les règles du marché devait venir en tête des priorités du gouvernement.

La cohérence entre les provinces et les territoires, ainsi qu'avec le palier fédéral revêt une importance vitale, surtout en ce qui concerne les cadres juridiques et commerciaux. La Conférence pour l'harmonisation des lois au Canada (CHLC) joue à cet égard un rôle prépondérant.

2.1 LES CADRES JURIDIQUES ET COMMERCIAUX

L'application de la loi aux opérations « sans papier » est souvent incertaine – les gouvernements s'efforcent de lever cette incertitude...

Toutes les activités du gouvernement et des entreprises sont soumises à la loi. Celle-ci part depuis toujours du principe qu'il existe des documents sur papier, hypothèse qui, de nos jours, n'est plus valable. L'application de la loi à des opérations « sans papier » risque de donner des résultats incertains. Les gouvernements ont donc décidé de modifier leurs textes de loi afin de rendre l'utilisation de la technologie plus sûre.

Lois uniformes pour tous les supports : Plus de 300 lois fédérales contiennent des dispositions exigeant que les documents soient « par écrit » ou d'autres mots équivalents. Plutôt que de demander à chaque ministère de modifier ses lois au coup par coup, le projet de loi déposé à



l'automne 1998 par le gouvernement du Canada permettra aux ministères d'adopter un ensemble de dispositions générales autorisant l'utilisation de communications électroniques. Les provinces et les territoires sont encouragés à modifier leurs lois de la même manière, comme le prévoit la *Loi uniforme sur la preuve électronique* approuvée en principe par la Conférence pour l'harmonisation des lois au Canada (CHLC) en août 1998.

Règles de preuve pour les documents électroniques : Bien des règles juridiques, ainsi que le droit de la preuve, partent du principe qu'il existe des documents sur papier, signés ou originaux. Bien qu'en pratique, l'on admette dans un litige la plupart des documents électroniques, les tribunaux obtiennent, avec les règles de preuve classiques, des résultats qui ne sont pas uniformes. La CHLC a approuvé en août 1998 la *Loi uniforme sur la preuve électronique*, qui évalue l'intégrité d'un document électronique en considérant la preuve de la fiabilité du système de conservation des dossiers qui a produit ce document. Le ministère de la Justice fédéral a proposé de modifier la *Loi sur la preuve au Canada*, afin de l'aligner sur la *Loi uniforme sur la preuve électronique de la CHLC*. Les provinces et les territoires envisageront eux aussi de modifier leurs lois afin de tenir compte de cette dernière.

Reconnaissance des signatures électroniques : Le défi consiste à établir le lien entre la signature électronique et la personne qui a signé le document électronique. Le gouvernement du Canada estime que ce qui rend une signature électronique digne de confiance, c'est l'utilisation d'une technologie fiable, comme celle des signatures numériques, de pair avec une autorité de certification fiable telle que celle de l'Infrastructure à clé publique du gouvernement du Canada (ICP) et celle qui dispose d'un pouvoir de certification réciproque ou celle qui est reconnue autrement par l'ICP.

L'incertitude quant à la responsabilité inquiète également les entreprises, tout particulièrement les fournisseurs de services Internet et les autres intermédiaires...

Responsabilité : Les fournisseurs de services Internet et les autres intermédiaires se sont déclarés préoccupés par l'étendue éventuelle de leur responsabilité en ce qui concerne des domaines couverts par un certain nombre de lois fédérales et provinciales (ex. : obscénité, droits d'auteur, fraude et diffamation) et qui peuvent entraîner des plaintes de leurs clients en justice. L'incertitude qui entoure la question de la responsabilité peut mettre un frein à l'investissement dans le commerce électronique et entraver son expansion. L'OCDE a examiné les cadres juridiques applicables au contenu de ses pays membres. Le gouvernement du Canada a publié pour avis une étude sur la responsabilité afférente au contenu d'Internet, et il analyse actuellement la question.

Droit de la concurrence et des sociétés : À plus long terme, les incidences sur d'autres aspects de cadres juridiques tels que le droit de la concurrence et le droit des sociétés seront à suivre.

Le lien entre le droit de la concurrence et la propriété intellectuelle est analysé à la section 2.3 Protection de la propriété intellectuelle.



2.2 LES QUESTIONS FINANCIÈRES ET FISCALES

Point de vue du secteur privé sur la fiscalité

Le secteur privé canadien appuie les principes de neutralité et d'équité fiscales selon lesquels les contribuables ne devraient pas être soumis à des taxes différentes uniquement parce qu'ils fournissent des services soit sur Internet soit en dehors d'Internet. La neutralité et l'équité fiscales supposent que des opérations équivalentes sur le plan fonctionnel soient taxées de la même manière, et le Comité s'oppose à l'imposition de nouvelles taxes sur les opérations électroniques.

Source : Comité consultatif sur le commerce électronique du ministre du Revenu national (groupe consultatif du secteur privé), 30 avril 1998.

Sur le plan financier, le commerce électronique touche notamment à la fiscalité, aux tarifs douaniers, et aux services et marchés financiers...

Fiscalité : Les autorités fiscales canadiennes et internationales sont d'avis que les structures et les systèmes fiscaux actuels, qui reposent sur des principes fondamentaux de neutralité, d'équité, de certitude et de simplicité, continueront de convenir aux changements qu'entraîneront les opérations électroniques.

On a surtout cherché à s'assurer que l'administration fiscale puisse s'adapter à l'évolution du marché. Le Comité consultatif sur le commerce électronique du ministre du Revenu national a publié en avril 1998 un rapport intitulé *Le commerce électronique et l'administration fiscale du Canada* qui examine l'application des régimes fiscaux actuels au commerce électronique. Le rapport analyse, notamment, les questions de compétence (ex. : le concept de résidence permanente), les effets de la désintermédiation (l'éclatement des services intermédiaires) sur le recouvrement des taxes, et le respect des obligations fiscales (voir ci-contre). La réponse du gouvernement du Canada au rapport a été publiée à l'automne 1998.

Étant donné la portée mondiale du commerce électronique, il n'est possible de régler la plupart de ces questions que dans un contexte international. Le Canada participe avec d'autres pays membres de l'OCDE à l'élaboration de stratégies de mise en œuvre internationales portant, notamment, sur les répercussions du commerce électronique sur les conventions fiscales, les directives en matière de prix de transfert, l'application des taxes à la consommation ainsi que les droits et les tarifs douaniers.

Tarifs douaniers : En mai 1998, les membres de l'OMC ont décidé d'éviter d'appliquer des droits de douane aux produits électroniques et aux services fournis par voie électronique, et de revoir cette décision à la troisième réunion ministérielle de l'OMC, en 1999. Une double approche, qui consiste à lier un programme de travail exhaustif de l'OMC sur le commerce électronique à un moratoire sur les droits de douane, reposait sur une proposition du Canada au Conseil général en avril 1998, proposition ensuite adoptée par les ministres du QUAD (Canada, États-Unis, Commission de l'Union européenne et Japon).

Services et marchés financiers :

Voies d'acheminement : Les entreprises financières étendent rapidement leurs voies d'acheminement, en recourant à de nouvelles technologies des communications, afin d'élargir la portée géographique de leurs activités et de bénéficier de liens plus commodes et plus rentables avec



leurs clients. Les intermédiaires financiers, comme les banques, les caisses populaires, les maisons de courtage et les sociétés d'assurance, complètent les services bancaires personnels par des services en ligne offerts par l'intermédiaire d'Internet, de réseaux téléphoniques et de guichets automatiques. Les intermédiaires recourent à de nouvelles technologies numériques pour réduire leurs coûts de maniement des espèces et simplifier le traitement des paiements. Grâce aux nouvelles technologies, des fournisseurs de services financiers spécialisés font leur entrée sur le marché, ce qui accroît la concurrence et entraîne le dégroupage de services sur certains marchés. Ainsi, les courtiers qui offrent à la fois des services de négociation et d'information sur le marché des valeurs mobilières font aujourd'hui concurrence à des courtiers en ligne qui négocient simplement des actions et ne fournissent aucun autre service.

Nouveaux produits et services : Les nouvelles voies de distribution sont étroitement liées aux possibilités de créer de nouveaux produits et services. Des techniques telles que les mécanismes de gestion des risques, la certification numérique et la cryptographie créent des possibilités de nouveaux produits, comme la localisation informatisée de capitaux, les intermédiaires d'autorisation et de paiements en ligne ainsi que le courtage en information. Les institutions financières canadiennes participent à la mise au point de nouvelles techniques qui peuvent faire gagner en efficacité dans les opérations et en commodité pour les consommateurs, tout en contribuant à protéger la vie privée et la sécurité des renseignements financiers (voir ci-contre).

Ces changements influent sur la nature et la structure du secteur canadien des services financiers. Le *Groupe de travail sur l'avenir du secteur des services financiers canadien* (MacKay), qui a remis son rapport au gouvernement en septembre 1998, recommande probablement des mesures visant à assurer que le secteur pourra relever les défis de la concurrence mondiale, respecter les intérêts des consommateurs et tirer avantage des progrès de la technologie.

De par sa nature mondiale, le commerce électronique pose également des problèmes en ce qui concerne les opérations internationales des services financiers. Ces problèmes sont examinés à la fois par les gouvernements et par des organismes internationaux tels que le Comité de Bâle des règles et pratiques de contrôle des opérations bancaires et l'Organisation mondiale du commerce.

Techniques de paiement électronique

Les banques canadiennes s'associent pour mettre au point de nouveaux systèmes de paiement électronique reposant sur des cartes à puce qui permettent aux consommateurs de régler l'achat de produits et de services avec une « valeur » électronique payée d'avance, au lieu d'espèces. La « valeur » est habituellement stockée dans un circuit intégré sur une carte plastifiée qui peut être lue à l'aide de dispositifs spéciaux, dont des terminaux situés aux points de vente. Certains systèmes de monnaie électronique permettent le transfert de valeurs au moyen des réseaux de communications ainsi que des transferts directs de personne à personne.

Mondex a lancé son premier projet pilote nord-américain à Guelph (Ontario). VISA Cash est actuellement à l'essai à Barrie (Ontario).



2.3 LA PROTECTION DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Il est indispensable, pour la croissance du commerce électronique, de concilier la protection du contenu et les besoins des utilisateurs, et, au Canada, ces questions sont examinées par rapport à un contexte mondial...

Le droit de la propriété intellectuelle établit les règles qui régissent la propriété et l'utilisation de types clés de contenu numérique essentiel au développement du commerce électronique, comme la musique, les programmes informatiques, les vidéos et les applications multimédias. Outre la nécessité de règles claires sur la propriété du contenu et sur l'accès à celui-ci, d'autres questions primordiales en matière de propriété intellectuelle se posent, notamment en ce qui concerne la responsabilité des intermédiaires Internet, les marques de commerce et les noms de domaine, et la protection des bases de données. De nouvelles ententes internationales et d'autres formes de collaboration sont actuellement à l'étude afin d'y apporter des réponses, par le biais de l'OMPI, de l'ALEA, de l'APEC et de l'OCDE. Le Canada participe activement à ces pourparlers. La législation nationale canadienne en matière de propriété intellectuelle fait l'objet d'un examen afin de déterminer s'il est nécessaire de l'adapter et s'il est dans l'intérêt du Canada de souscrire à de nouvelles obligations internationales.

Adoption des traités de l'OMPI : En décembre 1996, les pays membres de l'OMPI ont adopté deux nouveaux traités : le *Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur* et le *Traité de l'OMPI sur les interprétations et exécutions et les phonogrammes*. Ces deux instruments confèrent aux titulaires de droits, y compris aux auteurs, aux artistes de spectacle et aux producteurs de disques, un droit exclusif de rendre leurs œuvres, leurs enregistrements sonores et leurs prestations disponibles sur demande, par le biais de supports interactifs. Ils comportent également, entre autres nouveaux droits, des dispositions relatives à la protection contre les copies et des renseignements sur la gestion des droits.

Le Canada a signé les traités de l'OMPI en décembre 1997, mais il ne les a pas encore ratifiés. En juillet 1998, le gouvernement a publié deux documents de travail dont l'objet était de déterminer s'il est nécessaire de modifier la *Loi sur le droit d'auteur* du Canada pour se conformer aux traités. La législation canadienne en matière de droit d'auteur, qui a été modifiée en 1997, prévoit déjà, en la matière, un cadre moderne comparé à ceux qui existent dans beaucoup de pays. Les consultations sur ces documents de travail devraient se terminer à l'automne 1998. Pour de plus amples renseignements, consultez le site suivant : <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/1p00001f.html>



Responsabilité des fournisseurs de services Internet et des autres intermédiaires :

Dans le cadre de ses consultations permanentes sur la responsabilité en ce qui concerne le contenu d'Internet, le gouvernement canadien étudie actuellement la question de la responsabilité des intermédiaires Internet tels que les fournisseurs de services par rapport aux infractions à la législation de la propriété intellectuelle. L'OMPI étudie elle aussi certains aspects de cette responsabilité, notamment en ce qui concerne le choix des lois applicables et la compétence. (Voir Cadres juridiques et commerciaux à la section 2.1.)

Marques de commerce et noms de domaine : La réforme actuelle des systèmes canadien et internationaux de noms de domaine (systèmes DNS) a fait ressortir le besoin de s'assurer que ces systèmes ainsi que d'autres pratiques Internet tiennent bien compte des droits et des obligations en matière de propriété intellectuelle. Un des grands problèmes structurels tient à ce qu'Internet est international, alors que la législation des marques de commerce est nationale. Avec le concours du secteur privé, l'OMPI a lancé un appel international à des recommandations sur les questions relatives à la propriété intellectuelle liées aux systèmes DNS. La réforme du système DNS canadien a également amené à reconnaître qu'il est nécessaire d'adopter une approche équilibrée.

Protection des bases de données : Étant donné l'augmentation du nombre des données disponibles par voie électronique, les bases de données prennent de plus en plus d'importance dans une économie fondée sur le savoir. Industrie Canada et Patrimoine canadien entament un processus de consultation auprès des principaux intervenants afin d'évaluer l'application des lois canadiennes en matière de protection des bases de données et de déterminer s'il est nécessaire d'élaborer une forme particulière de protection de la propriété intellectuelle pour les bases de données (électroniques ou autres). L'OMPI étudie également cette question.

Liens avec le droit de la concurrence : L'incertitude qui règne quant à l'incidence du droit de la concurrence sur l'utilisation de droits de propriété conférés en vertu du droit de la propriété intellectuelle risque de décourager de faire des affaires sur le marché électronique. Le Bureau de la concurrence prépare actuellement des lignes directrices pour lever cette incertitude afin que les titulaires de droits aux termes du droit de la propriété intellectuelle comprennent bien en quoi l'application de la *Loi sur la concurrence* peut influencer, à son sens, sur ces droits relativement à la propriété intellectuelle. Ces lignes directrices ont notamment pour objet d'éviter de décourager l'innovation dans le monde du commerce électronique et de montrer dans quelle mesure la *Loi sur la concurrence* peut être appliquée pour se protéger contre une attitude anticoncurrentielle dans l'utilisation de la propriété intellectuelle.



3. RENFORCER L'INFRASTRUCTURE DE L'INFORMATION

Une infrastructure de l'information solide est un atout pour la croissance du commerce électronique...

Le secteur des télécommunications canadien, chef de file mondial dans son domaine, bénéficie d'une politique de libéralisation des marchés qui favorise l'investissement et l'innovation.

En plus de ce rôle en matière de politique des télécommunications, le gouvernement du Canada a fait du soutien aux réseaux de recherche à haute vitesse et de l'accès des établissements et des collectivités à Internet une de ses grandes priorités. Parmi ses projets d'avant-garde figure un partenariat entre CANARIE (le Réseau canadien pour l'avancement de la recherche, de l'industrie et de l'enseignement) et un consortium du secteur privé que dirige Bell Canada et dont le but est de créer, à l'échelle nationale, le premier Internet du monde à fibres optiques. Quant au Programme d'accès communautaire (PAC), il innove en ceci qu'il aide des établissements et des collectivités à avoir accès à Internet et, ainsi, à attirer des investissements et à acquérir des compétences.

Le gouvernement canadien aide également à représenter les intérêts du Canada dans le monde à un moment où la communauté internationale se demande comment gérer Internet et quelle évolution suivront les réseaux ouverts.

3.1 ACCÈS AUX RÉSEAUX ET DISPONIBILITÉ

La concurrence dans le domaine des télécommunications incite le secteur privé à investir et à innover...

Investissement dans les télécommunications : Le Canada a libéralisé sa politique des télécommunications. Ainsi, il autorise la concurrence entre les transporteurs et une convergence des technologies. La concurrence est indispensable à la croissance du marché et aux investissements.

Le secteur des télécommunications a dépensé 4,6 milliards de dollars en 1996 et probablement 5,5 milliards en 1997 pour moderniser ses réseaux canadiens (voir figure 15).

En partenariat avec le secteur privé, les gouvernements investissent dans les réseaux de recherche, les collectivités et les établissements...

Réseaux de recherche : CANARIE et le consortium que dirige Bell Canada déploieront le premier réseau Internet national du monde à fibres optiques, CA*net3, qui devrait être pleinement opérationnel en octobre 1998. Sa largeur de bande devrait permettre de révolutionner la collaboration entre l'industrie, les gouvernements et les chercheurs ainsi que leurs recherches et leurs échanges

3. Renforcer l'infrastructure de l'information

3.1 Accès aux réseaux et disponibilité

- Investissement dans les télécommunications
- Réseaux de recherche
- Collectivités et établissements
- Gestion d'Internet

3.2 Réseaux ouverts et normes

- Habilitation de la technologie de l'information
- Localisation et multilinguisme
- Obstacles intersectoriels
- Adaptabilité culturelle

Point de vue du secteur privé sur le marché des télécommunications

« L'ordre qui régissait les télécommunications depuis un siècle est bouleversé... Nous vivons dans un monde où la souplesse l'emporte et où la vitesse de commercialisation est un gage de succès. De nouveaux intervenants secouent cette industrie offerte en pâture. »

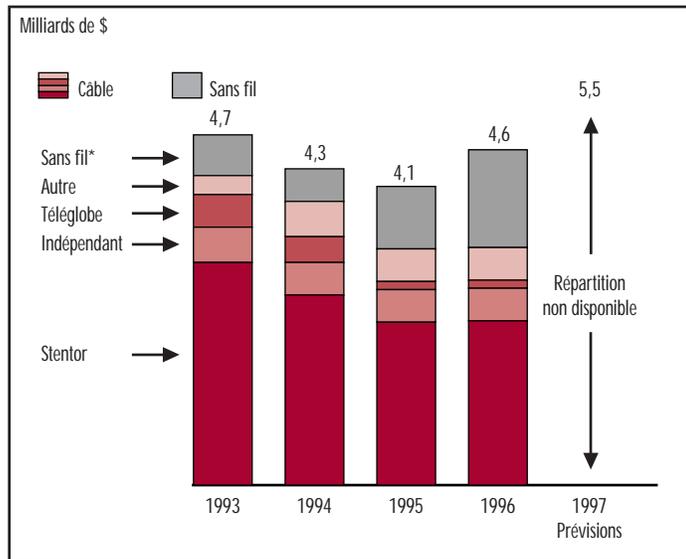
John Sigmone, UUNet, Technology Inc., P.-D.g.

Source : PCWeek Online, 6 mai 1998.



FIGURE 15 : Investissement sectoriel important dans l'infrastructure des télécommunications

Investissements de l'industrie des services de télécommunications
(Dépenses d'investissement — \$ courants)



* Comprend le cellulaire, les pagettes et le sans fil, ainsi que Télésat, mais pas les SCP.
Source : Industrie Canada, d'après des données de Statistique Canada et des rapports annuels aux actionnaires.

d'information à grande vitesse. Le Canada est le chef de file mondial dans cette technologie. Son plus proche concurrent dans ce domaine, les États-Unis, a environ six mois de retard sur lui, d'après le président-directeur général de CANARIE (voir ci-contre).

Le consortium que dirige Bell Canada réunit Cisco Systems Canada Co., JDS Fitel, Newbridge Networks Corporation et Nortel (Northern Telecom). L'approche de collaboration choisie par CANARIE permettra à d'autres transporteurs de participer à la recherche-développement connexe et de proposer des services régionaux. Dans le budget fédéral de février 1998, le gouvernement a affecté 55 millions de dollars à ce projet.

Collectivités et établissements : Comme la plupart des Canadiens ne disposent pas encore d'un ordinateur à la maison, le moyen le plus facile d'assurer un accès généralisé à Internet est de mettre l'accent sur les collectivités et les établissements, par l'intermédiaire des écoles, des bibliothèques publiques et de sites d'accès communautaire. Le programme Rescol aide toutes les écoles canadiennes à se raccorder à Internet d'ici la fin de l'année financière 1998-1999.

S'associer pour faire du Canada le pays le plus branché au monde

Mobilité Canada a annoncé que ses sociétés membres investiront plus de 60 millions de dollars au cours des trois prochaines années dans des projets de recherche-développement canadiens, dont 6 millions de dollars dans des PME, par le biais de CANARIE.

Source : Communiqué de Mobilité Canada, Toronto, 21 mai 1998.

*CA*net3 : Le nouveau réseau à haute vitesse du Canada est le plus rapide du monde*

« Le déploiement pancanadien de l'Internet optique le plus perfectionné du monde marque une autre première canadienne qui s'ajoute à celles qu'ont été le lancement du premier satellite de télécommunications et la mise en orbite du premier satellite de radarphotographie. »

Andrew K. Bjerring, P.-D.g. de CANARIE

*« Le franchissement de cette gigantesque étape dans l'histoire d'Internet montre on ne peut mieux ce dont le secteur public et le secteur privé de la technologie de pointe sont capables au Canada quand ils mettent en commun leurs compétences et leur expérience. Le CA*net 3 favorise l'acquisition de compétences critiques ainsi que la recherche-développement au Canada; il renforce considérablement les fondements de notre économie numérique du XXI^e siècle. »*

John MacDonald, P.-D.g. de Bell Canada

Source : Communiqué, 25 août 1998.



Le Programme d'accès communautaire (PAC), dont l'objectif est de créer 5 000 sites d'accès dans des collectivités rurales, en a déjà créé plus de 2 000. Le budget fédéral de février 1998 a accru la portée et le financement du PAC, qui devra brancher 5 000 sites urbains d'ici la fin de l'année financière 2000. Des fonds ont également été dégagés pour faciliter le raccordement des classes des écoles à Internet, avec le concours de Rescol, et pour mettre sur pied le Programme d'aide au réseau du secteur du bénévolat (VolNet), qui facilitera le branchement de 10 000 organismes bénévoles à Internet.

Parallèlement à l'accès à Internet, le fonctionnement stable et efficace du réseau revêt une importance fondamentale pour l'avenir du commerce électronique...

Gestion d'Internet : L'attribution d'adresses Internet et les ententes concernant l'interconnexion entre les fournisseurs de services sont deux enjeux majeurs de la gestion d'Internet. Jusqu'ici, l'attribution des noms de domaine de tête génériques, comme *.com*, *.org* et *.net*, était déterminée par une entreprise liée au gouvernement des États-Unis par un contrat. Les codes de tête de pays sont généralement du ressort d'un pays, soit de son secteur privé, soit de son gouvernement. Les États-Unis proposent que tous les pouvoirs décisionnels concernant les noms de domaine de tête génériques soient transférés au secteur privé d'ici le 1^{er} octobre 1998.

Cette proposition soulève quelques questions fondamentales. Comment la représentation internationale sera-t-elle assurée dans le nouvel organisme de gestion proposé? Comment les différends seront-ils réglés? Comment encouragera-t-on la concurrence dans la fourniture de services d'enregistrement des noms de domaine? Comment fera-t-on le lien entre les noms de domaine et les marques de commerce? Que fera-t-on pour tenir compte des régimes nationaux relatifs aux codes de tête de pays? Le Canada a créé un comité du secteur privé qui examinera notamment ces questions d'un point de vue canadien. Un document de consultation intitulé *Réforme du système des noms de domaine et examen des questions connexes sur la gestion d'Internet* est diffusé pour avis à l'adresse suivante : http://com-e.ic.gc.ca/francais/documents/dns_intro.html et un rapport final suivra à l'automne 1998.



3.2 RÉSEAUX OUVERTS ET NORMES

Pour que l'on adhère au commerce électronique dans le monde entier, il faut des normes communes en matière d'interopérabilité...

Le commerce électronique et, notamment, les applications interentreprises se composent d'opérations obéissant à des règles. On y fait un grand usage de codes, souvent par le biais de tableaux qui représentent des choix possibles, définis à l'avance, entre des aspects communs des opérations commerciales. Les pays, les devises, les langues et les produits en sont des exemples (voir ci-contre).

Le Canada s'efforce, par l'intermédiaire d'organisations internationales, d'établir des normes en matière d'interopérabilité des réseaux et de communications universelles. Le Comité technique mixte (CTM) de l'Organisation internationale de normalisation et de la Commission électrotechnique internationale cerne à l'heure actuelle les principaux obstacles au déploiement mondial du commerce électronique. Il en a relevé quatre horizontaux :

Habilitation des technologies de l'information : La nécessité de transformer des normes commerciales actuelles pour les faire passer d'une forme manuelle à une forme électronique.

Localisation et multilinguisme : La nécessité d'identifier des objets d'une manière non ambiguë, neutre sur le plan linguistique et qui permette un traitement électronique.

Obstacles intersectoriels : La nécessité d'un sens commun entre des disciplines et des secteurs industriels différents qui attribuent aux termes leur propre signification et les utilisent à leur façon.

Adaptabilité culturelle : La nécessité de concilier des cultures différentes, notamment en matière de pratiques commerciales et d'interprétations des droits des consommateurs.

Le Canada a constitué un groupe spécial, que dirigent le Conseil consultatif canadien sur les normes de télécommunications et le Conseil canadien des normes et qui représente les principaux organismes des secteurs public et privé. Ce groupe a pour mandat d'élaborer un cadre canadien de normalisation du commerce électronique, sur la base des travaux du CTM. Un aperçu du cadre en question sera publié à l'automne 1998.

Secteurs à normaliser

Interfaces-utilisateurs :

- *Icônes*
- *Principes de conception de dialogues*
- *Profils de clients*

Fonctions de base :

- *Protocoles d'échanges*
- *Modalités de paiement*
- *Mécanismes de sécurité*
- *Identification et authentification*
- *Tenue de registres et vérification*

Définition et codage de données et autres objets :

- *Habilitation des normes existantes (TI)*
- *Sémantique des messages*

Source : Comité technique mixte, cité dans Knoppers, Summary Overview of Strategic Directions in Electronic Commerce and Standardization, Conseil consultatif sur les normes de télécommunications, juin 1998.



4. CONCRÉTISER LES POSSIBILITÉS

Le commerce électronique s'inscrit dans un processus plus vaste d'évolution économique, sociale et culturelle qui se caractérise par la mondialisation des marchés et par un passage à une économie fondée sur le savoir et l'information. Il peut être une formidable source d'emplois et de croissance, et un fantastique agent social en ceci qu'il aidera à créer des institutions sociales plus solides. Il aura aussi une incidence sur la façon dont seront répartis les possibilités et les revenus.

Les technologies de l'information ont commencé à contribuer sensiblement au renforcement de l'infrastructure sociale en permettant d'améliorer des institutions sociales telles que l'éducation et les soins de santé. Le réseau ouvert se trouve au centre d'une révolution dans le domaine de l'apprentissage. Les programmes de formation informatisés présentent des avantages manifestes par rapport aux programmes de formation classiques, car ils fournissent des renseignements plus pertinents et immédiatement applicables. Cette latitude fait de l'apprentissage continu un objectif plus réalisable. Internet est également un outil pratique sur le marché du travail, car il permet de mettre en rapport des personnes possédant certaines compétences et les employeurs qui ont besoin de ces compétences. Dans le secteur des soins de santé, les technologies de l'information peuvent aider à réaliser des économies, tout en élargissant la portée du système de santé, les services et les possibilités de prestation.

Les effets du commerce électronique sur la répartition du revenu et des possibilités dans la société de l'information font actuellement l'objet de recherches dont il ressort, dans de nombreux pays, que les personnes qui font un usage intensif des technologies de l'information ont généralement un revenu supérieur à la moyenne et un bon niveau d'instruction. On pourrait en conclure que l'on assiste sans doute à l'émergence d'un clivage entre les inforiches et les infopauvres. Cette possibilité préoccupe directement les gouvernements, qui cherchent à accroître l'accès aux possibilités en favorisant la sensibilisation et le perfectionnement des compétences dans le domaine numérique. En devenant des utilisateurs modèles, les gouvernements peuvent aussi instaurer la confiance dans le commerce électronique tout en y démontrant les avantages.

4. Concrétiser les possibilités

4.1 Compétences et sensibilisation

- *compétences pour tous les Canadiens*
- *compétences pour les entreprises*
- *compétences pour l'avenir*

4.2 Les gouvernements, utilisateurs modèles

- *prestation de services*
- *Infrastructure à clé publique du gouvernement du Canada*

*Apprendre sur l'inforoute :
un guide des technologies*

*Le Bureau des technologies d'apprentissage de
DRHC s'est associé à Chenelière/McGraw Hill
pour rédiger un Guide de l'apprenant sur les tech-
nologies afin d'aider les Canadiens à mieux com-
prendre comment utiliser l'inforoute pour élargir
leurs connaissances et leurs compétences.*

4.1 COMPÉTENCES ET SENSIBILISATION

Pour que les entreprises et les consommateurs puissent utiliser et développer le commerce électronique, il faut qu'ils soient familiers avec les systèmes numériques...

À l'heure actuelle, les utilisateurs du commerce électronique sont généralement plus instruits, à l'aise financièrement et ils vivent en milieu urbain. Quant à Internet, son utilisation est plus répandue dans les grandes entreprises. Le défi consiste à étendre le commerce à des consommateurs plus divers ainsi qu'à des entreprises de toute taille.



Des compétences pour tous les Canadiens : Grâce au Programme d'accès communautaire d'Industrie Canada, des collectivités, des écoles et des organismes bénévoles ont accès à Internet et peuvent créer un contenu (voir section 3.1 : Accès aux réseaux et disponibilité). Des projets de numérisation donnent la possibilité à des personnes d'acquérir des compétences et une connaissance des technologies de l'information qui sont recherchées sur le marché.

Dans le cadre d'un partenariat baptisé *Stratégie canadienne pour l'égalité des chances*, conclu récemment entre Industrie Canada et Développement des ressources humaines Canada (DRHC), de nouvelles initiatives seront prises dans le domaine de l'apprentissage continu, de l'acquisition de connaissances et de compétences, du renforcement des capacités des collectivités ainsi que de l'accès aux services d'information.

Le gouvernement fédéral s'associe également avec les provinces dans des initiatives visant au perfectionnement des compétences des Canadiens dans le domaine numérique, par exemple. Le « Knowledge Economy Partnership » de l'Île-du-Prince-Édouard réunit les gouvernements fédéral et provincial ainsi que les éducateurs de la province, afin d'améliorer les services offerts au public et d'en accélérer la prestation, de perfectionner les compétences des insulaires en matière de technologie de l'information et de stimuler la création d'emplois dans les industries du savoir de l'Île.

Des compétences pour les entreprises : Les petites entreprises utilisent de plus en plus Internet. Il ressort maintenant du sondage effectué par la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante (FCEI) pour le premier trimestre de 1998 que 43 p. 100 des propriétaires d'entreprise ont accès à Internet, ce qui représente une augmentation de 12 p. 100 par rapport à la même période un an plus tôt. Le défi consiste à s'assurer que cette croissance se poursuive, et que les propriétaires d'entreprise sont conscients des débouchés qu'offre le commerce électronique.

Le programme des Comptoirs communautaires commerciaux d'Industrie Canada est un projet pilote qui vise à familiariser 250 PME et 60 organismes à but non lucratif avec le commerce électronique. Le projet est exécuté à partir de sites d'accès communautaire de quatre collectivités, soit les sites de la région de North Okanagan (Colombie-Britannique), de Lanark County (Ontario) (voir ci-contre); de Joliette (Québec) et du Cap Breton (Nouvelle-Écosse). Il est dirigé par un consortium d'entreprises du secteur privé, dont Touch Net Canada, Strategic Profits Inc., GE Capital Information Technology Solutions et la Banque Royale du Canada.

Par ailleurs, Industrie Canada a lancé un bulletin intitulé Commerce électronique, outil éducatif à l'intention des PME qui présente des cas de réussite, nourrit la confiance et donne de bonnes raisons d'utiliser le commerce électronique. Ce bulletin est diffusé par la FCEI et le Bureau de l'entrepreneurship et de la petite entreprise d'Industrie Canada.

Les réseaux communautaires : Lanark County Communications Network (LCN)

Le LCN est une société à but non lucratif qui a pour mandat de promouvoir et de faciliter la mise en œuvre d'une infrastructure et de services de télécommunications de pointe par le biais de la mise au point d'applications de réseau dans le comté de Lanark.

Le LCN est en train de mettre en place dans toute la région un réseau régional à large bande qui attirera des emplois et des investissements et qui donnera accès à de meilleurs services sociaux ainsi qu'à une éducation de meilleure qualité.

En partenariat avec le Lanark County Community Information Network, le LCN s'efforce de promouvoir l'accès à Internet avec le concours du Programme d'accès communautaire d'Industrie Canada.

Lanark est un des quatre sites du PAC retenus à l'échelle nationale pour l'essai des Comptoirs communautaires commerciaux. Ces comptoirs offrent aux entreprises locales la possibilité d'apprendre à tirer pleinement avantage d'Internet comme nouvel outil commercial. Plus de 30 PME se sont inscrites au programme, y compris des entreprises travaillant dans les secteurs suivants : commerce de détail, juridique, assurances, optométrie, tourisme, loisirs, imprimerie, artisanat, produits agricoles, logement, passe-temps et services de consultation.

*Source : www.communitystorefronts.com,
www.networks-ontario.com/news/e-NR_lanark*



Le point de vue du secteur privé

Le gouvernement devrait agir énergiquement pour devenir un utilisateur modèle de nouvelles technologies – à la fois pour améliorer la prestation des services et pour montrer les avantages du commerce électronique.

Source : Association canadienne de la technologie de l'information, 30 avril 1998.

Des compétences pour l'avenir : Plusieurs universités canadiennes, dont l'Université du Nouveau-Brunswick et Dalhousie University, mettent en place des programmes d'études novateurs. Dalhousie University propose un programme sanctionné par une maîtrise internationale en commerce électronique et participe à un projet du G-8 visant à créer un réseau international d'écoles de commerce, d'universités et d'entreprises offrant un M.B.A. en commerce électronique.

La pénurie de compétences dans le domaine de la haute technologie au Canada préoccupe à la fois le secteur privé et le secteur public. En mai 1998, Industrie Canada a parrainé avec le secteur privé un atelier sur les compétences. Le Ministère s'efforce également de mieux comprendre l'utilisation du commerce électronique en étudiant des enquêtes réalisées par Statistique Canada.

4.2 LES GOUVERNEMENTS, UTILISATEURS MODÈLES

Les gouvernements joueront un rôle clé en montrant les avantages de la prestation électronique des services publics, en inspirant confiance aux utilisateurs et en mettant à l'essai de nouvelles technologies...

Prestation de services : Le gouvernement du Canada a indiqué qu'il privilégierait le commerce électronique pour la réalisation de ses transactions, car il lui permet d'obtenir une qualité supérieure et une plus grande efficacité des services, ainsi que de réduire sensiblement le coût de ces derniers, et ce, pour les clients comme pour lui-même.

Toute une série de projets sont en cours au palier fédéral. Par exemple, la fonction publique canadienne est à l'avant-garde dans le domaine de l'utilisation de bases de données électroniques pour l'acquisition de biens et de services. MERX est un service électronique national d'appel d'offres sur Internet auquel on peut s'abonner du monde entier. Le service national de recherches d'insolvabilité d'Industrie Canada permet aux clients d'effectuer des recherches en ligne dans les bases de données. Industrie Canada s'est engagé à offrir tous ses services par voie électronique d'ici la fin de 1999. Santé Canada met actuellement au point une infrastructure de la santé canadienne (ISC) qui se composera au départ d'un système de surveillance nationale de la santé, du réseau canadien de la santé et du système d'information sur la santé des Premières Nations.

Les gouvernements provinciaux qui, par le passé, ont utilisé l'EDI et des comptoirs publics pour fournir des services électroniques, se tournent maintenant vers Internet, qui leur coûte moins cher, pour toucher beaucoup plus de clients. Par exemple, BC Online, Accès Ontario et Atlantic Canada Online permettent d'accéder par voie électronique à des bases de données gouvernementales.



L'infrastructure à clé publique du gouvernement du Canada (ICP GC) : L'ICP GC donnera au gouvernement fédéral le moyen de sécuriser la prestation électronique des services publics offerts aux Canadiens, grâce à l'utilisation de services uniformes d'autorité de certification et de gestion des clés. La technologie sous-jacente – la série de produits Entrust – est aujourd'hui disponible, et permettra de mettre en œuvre l'ICP GC avant la fin de 1998. La principale autorité de certification et un certain nombre d'autorités de certification ministérielles ont été créées. Bon nombre de ministères et d'organismes fédéraux prennent déjà des mesures relatives à l'ICP. Cinq d'entre eux ont été choisis initialement comme projets exploratoires (voir ci-contre).

Ce projet aura d'importantes répercussions sur l'avenir du commerce électronique au Canada, non seulement pour le gouvernement, mais aussi pour tous les Canadiens. Il sert de banc d'essai à une technologie créée par une entreprise canadienne, Entrust, et concurrentielle à l'échelle mondiale. Grâce à l'ICP GC, le gouvernement fournira un modèle qui pourra servir de norme aux autorités de certification, grâce à des ententes de certification réciproque conclues avec le secteur privé.

Les projets exploratoires de l'Infrastructure à clé publique du gouvernement du Canada (ICP GC)

Service d'applications sécurisées et de gestion des clés

(Services gouvernementaux de télécommunications et d'informatique)

Projet pilote de dépôt électronique de la Division de l'examen des investissements (Industrie Canada)

Projet pilote de délivrance de licences radio du Spectre (Industrie Canada)

Projet de dépôt électronique des demandes relatives à la réglementation (Office national de l'énergie)

Stratégie sur la sécurité du réseau (Affaires indiennes et du Nord Canada)



CONCLUSION

Mesures prioritaires

Instaurer la confiance dans l'économie numérique

- *Chiffrement et sécurité*
- *Vie privée : protection des renseignements personnels*
- *Protection des consommateurs*

Clarifier les règles du marché

- *Cadres juridiques et commerciaux*
- *Questions financières et fiscalité*
- *Protection de la propriété intellectuelle*

Renforcer l'infrastructure de l'information

- *Accès aux réseaux et disponibilité*
- *Réseaux ouverts et normes*

Concrétiser les possibilités

- *Compétences et sensibilisation*
- *Les gouvernements, utilisateurs modèles*

Le commerce électronique est l'un des six éléments clés du programme Un Canada branché du gouvernement canadien qui a pour but de faire du Canada le pays le plus branché du monde. Quant à la Stratégie canadienne sur le commerce électronique, elle vise à faire du pays un chef de file mondial dans le développement et dans l'utilisation du commerce électronique d'ici l'an 2000.

Pour atteindre cet objectif, la Stratégie nomme dix domaines d'action prioritaires et précise quelles mesures doivent être prises (voir ci-contre). Dans un monde dont la mutation rapide est alimentée par les progrès de la technologie, l'innovation des entreprises et l'évolution des cadres internationaux, les défis sont les suivants :

- faire en sorte que les Canadiens aient confiance dans l'économie numérique, en apaisant leurs inquiétudes au sujet de la sécurité, du respect de la vie privée et de la protection des consommateurs;
- clarifier et mettre à jour les règles qui régissent les transactions commerciales afin qu'elles soient appliquées au monde numérique en éliminant les obstacles au commerce électronique;
- renforcer l'infrastructure de l'information en tirant parti de la position prépondérante qu'occupe le Canada dans le secteur mondial des télécommunications;
- concrétiser pleinement les possibilités du commerce électronique et s'assurer que tous les Canadiens en profitent.

Dans cette technologie naissante, une nouvelle forme de partenariat est nécessaire entre le secteur privé, y compris les entreprises, les consommateurs, les groupes de défense de l'intérêt public et tous les paliers de gouvernement au Canada. Les Canadiens doivent travailler de concert pour devenir les chefs de file du commerce électronique et pour jeter des bases solides qui permettront de créer emplois et croissance au XXI^e siècle. À l'avenir, la Stratégie canadienne sur le commerce électronique servira de cadre de référence pour évaluer nos progrès vers ces objectifs.



SOURCES CHOISIES

Sources canadiennes

ACNielsen, *Canadian Internet Survey, 1997*. (Disponible en anglais seulement)

Association canadienne de la technologie de l'information, *Overcoming Barriers to Electronic Commerce*, novembre 1997.

<http://www.itac.ca/frame.htm> (Disponible en anglais seulement)

Canada, Bureau de la consommation, Industrie Canada, et Division des affaires réglementaires, Secrétariat du Conseil du Trésor, *Les codes volontaires. Guide d'élaboration et d'utilisation*, mars 1998. <http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ca00863f.html>

Canada, Industrie Canada, *Bulletin trimestriel sur la consommation : L'argent virtuel et le consommateur*, avril 1997, volume 2, numéro 2.

<http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ca00533f.html>.

Canada, Industrie Canada, *Les droits à la protection du consommateur au Canada dans le contexte du commerce électronique*, Roger Tassé et Kathleen Lemieux, mars 1998.

<http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ca01028f.html>

Canada, Industrie Canada, *L'économie numérique et le commerce électronique*, document de base préparé en prévision de la conférence de l'OCDE à Turku, novembre 1997.

Canada, Industrie Canada, *Mesures Prioritaires*, juillet 1998.

<http://com-e.ic.gc.ca/français/documents/documents.html>

Canada, Industrie Canada, *Politique cadre en matière de cryptographie aux fins du commerce électronique : Pour une économie et une société de l'information au Canada*, février 1998.

<http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/cy00005f.html>

Canada, Industrie Canada, *Réforme du système des noms de domaine et examen de questions connexes sur la gestion d'Internet : Document de consultation*, août 1998.

http://e-com.ic.gc.ca/français/documents/dns_intro.html

Canada, Industrie Canada, *Summary Overview of Strategic Directions in Electronic Commerce and Standardization: Canadian Perspectives within an International Contest*, Jake Knoppers, INFOMAN, juin 1998. (Disponible en anglais seulement)



Canada, Industrie Canada. *Technologies de l'information et des communications (TIC). Analyse Statistique*, édition 1997/1998, mars 1998.

<http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/it00957f.html>

Canada, Industrie Canada et l'Association canadienne de la technologie de l'information, *L'économie fondée sur le savoir : Le sommet sur le commerce électronique – compte rendu*, juin 1998.

<http://www.itac.ca/frame.htm> ou

<http://e-com.ic.gc.ca/francais/documents/proceedings.html>

Canada, Industrie Canada et Justice Canada, *La protection des renseignements personnels : Pour une économie et une société de l'information au Canada*, janvier 1998.

<http://strategis.ic.gc.ca/vieprivee>

Canada, Justice Canada, *Facilitation du commerce électronique : Lois, signatures et preuve*, mai 1998.

http://canada.justice.gc.ca/Consultations/facilt7_fr.html

Canada, Réunion fédérale-provinciale-territoriale des ministres responsables de l'autoroute de l'information, communiqué, texte des décisions, Fredericton (Nouveau-Brunswick), 12 juin 1998.

http://www.scics.gc.ca/cinfo98/83061209_f.html

Canada, Revenu Canada, *Le commerce électronique et l'administration fiscale du Canada : Un rapport au ministre du Revenu national présenté par le Comité consultatif du Ministre sur le commerce électronique*, avril 1998.

<http://www.rc.gc.ca/comme/ecomfO.htm>

FCEI, *Le Net : Résultats d'un sondage de la FCEI sur l'utilisation d'Internet dans les petites et moyennes entreprises*, juin 1998.

<http://www.fcei.ca/researchf/surveys/y2kresf.asp>

IDC Canada, *Internet Commerce in Canada: 1997-2002*, août 1998. (Disponible en anglais seulement)

Interac, *Rapport annuel 1997*.

Stentor, *L'heure juste 1997 : Comparaison du domaine des télécommunications à l'échelle internationale*, juin 1997.

Sources internationales

APEC, Telecommunications Working Group, *A Reference Framework for Action on Electronic Commerce*, 3-5 juin 1998.

<http://www.apecsec.org.sg/whatsnew/announce/apecna.html>

(Disponible en anglais seulement)

Australie, *Putting Australia on the Silk Road: The Role of Trade Policy in Advancing Electronic Commerce*. <http://www.dfat.gov.au/nsr/> (Disponible en anglais seulement)



- « Business at Net Speed », Information Technology Annual Report, Business Week, 22 juin 1998.
(Disponible en anglais seulement)
- Commission européenne, *Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen et au Comité économique et social et au Comité des régions. La mondialisation et la société de l'information : la nécessité de renforcer la coordination internationale*, février 1998.
<http://www.ispo.cec.be/eif/policy/Welcome.html>
- Conférence ministérielle européenne intitulée Réseaux globaux de l'information : Matérialiser le potentiel, *Déclaration ministérielle*, juillet 1997. *Industrial Declaration, Users Declaration*
(Disponible en anglais seulement) <http://www2.echo.lu/bonn/finalfr.html>
- États-Unis, Executive Office of the President, *A Framework for Global Electronic Commerce*
1^{er} juillet 1997. <http://www.iitf.nist.gov/elecomm/ecom.htm>
(Disponible en anglais seulement)
- États-Unis, Federal Trade Commission, *Privacy Online: A Report to Congress*, juin 1998.
<http://www.ftc.gov/reports/privacy3/toc.htm> (Disponible en anglais seulement)
- États-Unis, Department of Commerce, Lynn Margherio, Dave Henry, Sandra Cook, Sabrina Montes,
The Emerging Digital Economy, avril 1998.
<http://www.ntis.gov/yellowbk/1nty800.htm> (Disponible en anglais seulement)
- Forum économique mondial, *Global Competitiveness Report*, juin 1998.
<http://www.weforum.org/publications/GCR/> (Disponible en anglais seulement)
- Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), *Dismantling the Barriers to Electronic Commerce*, document préparé en prévision de la conférence de Turku, 19-21 novembre 1997.
<http://www.oecd.org/dsti/sti/it/ec/prod/DISMANTL.HTM>
(Disponible en anglais seulement)
- OCDE, *Diffusion sur le "Web" et convergence : implications pour l'action des pouvoirs publics*, OCDE/GD(97)221.
http://www.oecd.org//disti/sti/it/cm/prod/e_97-221.htm
(Disponible en anglais seulement)
- Organisation mondiale du Commerce, *Electronic Commerce and the Role of the WTO*, janvier 1998.
<http://www.wto.org/wto/publicat/wtopb.htm> (Disponible en anglais seulement)
- Tapscott, Don, Alex Lowry and David Ticoll, *Blueprint to the Digital Economy: Creating Wealth in the Era of E-Business*, McGraw-Hill, 1998. (Disponible en anglais seulement)



STRATÉGIE CANADIENNE SUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

Union internationale des télécommunications (UIT), *Challenges to the Network: Telecommunications and the Internet*, septembre 1997.

http://www.itu.int/itudoc/itu-d/indicato/inet_97_40154.html

(Disponible en anglais seulement)

UIT, *World Telecommunication Development Report 1998: Universal Access to Telecommunications*, mars 1998.

http://www.itu.int/itudoc/itu-d/indicato/wtdr98e_44960.html

(Disponible en anglais seulement)