

**LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE**

**ET**

**LES RÈGLES DU COMMERCE INTERNATIONAL**

**Compte rendu des débats en atelier  
sur des questions clés en matière de politique commerciale**

Octobre 2000

## **Introduction**

En mai et juin 2000, le gouvernement du Canada a présidé une série de six ateliers au Canada qui portaient sur le commerce électronique et les règles du commerce international.

15 mai	Ottawa (Ontario)
13 juin	Vancouver (Colombie Britannique)
14 juin	Edmonton (Alberta)
20 juin	Montréal (Québec)
27 juin	St. John's (Nouveau Brunswick)
28 juin	Toronto (Ontario)

Avant les ateliers, on avait envoyé aux participants un document de travail qui regroupait selon trois thèmes une liste de questions relatives à la politique commerciale internationale:

- Le premier thème portait sur l'accès aux marchés mondiaux.
- Le deuxième thème portait sur les règles du commerce électronique et l'influence des accords commerciaux à cet égard.
- Le troisième thème portait sur les prochaines négociations sur le commerce international des services et les questions relatives au commerce électronique.

Les participants aux ateliers représentaient des points de vue très divers, notamment ceux des entreprises de technologie de l'information, des fournisseurs de services de télécommunications, des industries culturelles, des syndicats, des ministères provinciaux du développement économique, ainsi que des défenseurs des intérêts du public et des consommateurs. Vous trouverez la liste complète des participants en annexe au présent compte rendu. Les participants nous ont fourni des renseignements très utiles sur les intérêts canadiens et nous ont fait part de leurs préoccupations face au commerce électronique et aux règles du commerce international. En outre, nous invitons toute personne n'ayant pas participé aux ateliers à nous transmettre son point de vue. Les sites Web énumérés à la page 4 donnent les noms de personnes-ressources responsables de diverses questions, dont celle du commerce électronique.

## **Objet des ateliers**

Les ateliers avaient trois fins. Premièrement, grâce au document de travail et aux ateliers, nous espérons élargir l'accès des parties prenantes canadiennes aux questions de politique commerciale à l'étude. Deuxièmement, les ateliers représentaient selon nous une excellente occasion pour le gouvernement de s'informer des intérêts et des préoccupations des parties prenantes canadiennes au regard du commerce électronique et des règles du commerce international. Troisièmement, les ateliers devaient permettre de constituer un

réseau de particuliers et d'organismes intéressés à ces questions à des fins de discussions et de consultations ultérieures.

Les renseignements recueillis durant les ateliers nous seront d'une grande utilité pour nous préparer à participer à deux processus internationaux : le travail général de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) sur le commerce électronique et les règles du commerce international, et les nouvelles négociations de l'OMC sur le commerce international des services.

En 1998, une déclaration ministérielle lançait le Programme de travail de l'OMC sur le commerce électronique. L'OMC a ensuite commencé à étudier la façon dont le commerce électronique, qui avait beaucoup évolué et pris d'ampleur depuis les négociations sur le commerce, s'insérait dans les accords de l'Organisation. Ce travail n'est pas encore terminé; l'OMC envisage actuellement le meilleur moyen de continuer à étudier les enjeux que présente le commerce électronique. Bon nombre des questions abordées durant les ateliers de mai et juin ont été soulevées lors des discussions entourant le Programme de travail de l'OMC, et les renseignements que nous avons recueillis seront intégrés dans la formulation de la position canadienne.

Par ailleurs, les points de vue exprimés durant les ateliers nous aideront à établir la position des négociateurs canadiens lors des nouvelles négociations sur le commerce international des services à l'OMC. À Seattle en décembre 1999, on n'a pas pu donner le coup d'envoi à un nouveau cycle de négociations internationales globales sur le commerce (c.-à-d. portant sur tous les aspects du commerce international, et non seulement le commerce des services), mais une nouvelle série de négociations sur le commerce international des services a débuté en 2000. Ces négociations étaient prévues dans l'Accord général sur le commerce des services (l'AGCS). Les renseignements recueillis durant les ateliers seront un élément essentiel de l'élaboration de la politique commerciale du Canada et aideront à établir sa position de négociation.

L'établissement des positions et des stratégies de négociation du Canada est un processus continu. Il est difficile de prédire à quelle échéance auront lieu les négociations de l'AGCS et les autres discussions de l'OMC, et les positions et stratégies canadiennes continueront à évoluer durant les négociations. Par conséquent, nous aimerions que vous continuiez, vous aussi, à participer au processus. Vous trouverez les noms des personnes à contacter pour plus de détails sur les sites Web énumérés à la page 4 du présent compte rendu.

### **Plan du compte rendu**

Plutôt que de présenter des conclusions ou des décisions sur les questions de politique commerciale, le présent compte rendu veut donner une image fidèle des points de vue que les participants ont communiqués aux représentants du gouvernement. Les

participants ayant affiché des points de vue différents, nous les avons résumés en tenant compte des vues parfois contradictoires, mais toujours très importantes, de tous les participants sur les grandes questions de politique commerciale qui se rapportent au commerce électronique.

Le compte rendu donne aussi une brève introduction de chacune des questions dont on a débattu durant les ateliers, suivie d'un exposé, sous forme de points, des remarques des participants.

### **Consultations permanentes**

Les ateliers s'inscrivent dans un processus continu de consultation plus vaste, qui comprend les activités des Groupes de consultations sectorielles sur le commerce extérieur (GCSCÉ), les consultations officielles avec les représentants provinciaux (le processus « c-commerce »), les consultations avec les comités parlementaires (p. ex., le Comité permanent des affaires étrangères et du commerce international), la diffusion de renseignements et de demandes de commentaires sur les sites Web, ainsi que d'autres consultations pancanadiennes avec les personnes intéressées.

De surcroît, nous invitons les parties prenantes canadiennes à nous faire part de leur point de vue en tout temps. Vous trouverez des détails sur les négociations de l'AGCS et les noms des personnes-ressources responsables des divers aspects des négociations aux URL suivants : [http://strategis.ic.gc.ca/sc\\_mrkti/services/frndoc/homepage.html](http://strategis.ic.gc.ca/sc_mrkti/services/frndoc/homepage.html) (français) et [http://strategis.ic.gc.ca/sc\\_mrkti/services/engdoc/homepage.html](http://strategis.ic.gc.ca/sc_mrkti/services/engdoc/homepage.html) (anglais).

D'autres informations sont disponibles sur le site Web du Ministère ([www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac.gc.ca](http://www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac.gc.ca)) et sur le site gouvernemental qui traite des négociations de l'AGCS (<http://services2000.ic.gc.ca>).

## **Le commerce électronique et les règles du commerce international : Débat sur des questions clés en matière de politique commerciale**

Les discussions des ateliers ont porté sur les questions de politique commerciale définies dans le document de travail intitulé *Le commerce électronique et les règles du commerce international : Débat sur des questions clés en matière de politique commerciale*. Nous n'en reproduisons pas le contenu ici, mais vous pouvez le consulter en ligne au site Web du Ministère pour obtenir un complément d'information sur chacune des questions de politique commerciale abordée ci-dessous. Les commentaires des participants apparaissent sous forme de points après une brève introduction de chaque question relative à la politique commerciale.

### **Accès aux marchés : les transmissions électroniques sont-elles des marchandises ou des services?**

#### **Contexte**

L'une des questions qui se sont posées dans le cadre du Programme de travail de l'OMC sur le commerce électronique était de savoir s'il fallait considérer les transmissions électroniques comme des marchandises ou comme des services en vertu des règles du commerce international. Il ne semble pas porter à controverse que la prestation électronique de services soit traitée comme du commerce de « services », tout comme si les services étaient fournis en personne. De même, les marchandises physiques qui sont commandées et payées en ligne conservent leur nature de « marchandises » et doivent être transportées et livrées physiquement au-delà de la frontière.

Toutefois, la situation est moins claire lorsqu'il s'agit de produits d'information comme les logiciels, la musique et les livres, qui peuvent être livrés soit physiquement, soit par voie électronique (en ligne). Le commerce du papier, des CD et des disquettes physiques contenant de l'information a été traité comme du commerce de « marchandises » dans le cadre des règles du commerce international. En ce qui concerne la communication en ligne de cette information, les pays ne s'entendent pas sur la catégorisation de ces transmissions comme des services, des marchandises ou autre.

Le commerce des marchandises est assujéti à un ensemble rigoureux, bien élaboré et complet de règles commerciales. Celui des services, en revanche, est assujéti à un ensemble différent et plus récent de règles commerciales. Par conséquent, en raison des différences dans la réglementation du commerce des marchandises et celle du commerce des services, la classification des transmissions électroniques pouvant avoir des équivalents physiques peut être importante pour certaines industries.

## Remarques des participants

*Les exemples qui suivent indiquent que plusieurs participants ont suggéré que l'on prenne pour principe directeur celui de la « neutralité technologique ». Autrement dit, il faudrait continuer à traiter les marchandises et les services comme des marchandises et des services, respectivement, quel que soit leur mode de fourniture.*

- Les règles commerciales ne doivent pas dépendre du mode de fourniture. Il faut respecter le principe de la neutralité technologique pour assurer la certitude et la prévisibilité des règles.
- Il faut partir d'un principe de neutralité technologique, sans quoi nous risquons de déformer les opérations commerciales et de favoriser des modes de fourniture moins efficaces d'un point de vue économique.
- Il est important de traiter uniformément la forme électronique et la forme physique d'un produit donné. Autrement dit, toutes les formes de ce produit doivent appartenir à une même classification (marchandises, services ou autre).
- Dans une transmission électronique, c'est le contenu qui compte. Le mode de fourniture est simplement un moyen de transmettre ce contenu.

*Certains participants ont soutenu que la classification des « marchandises » était essentielle à la prospérité de l'industrie canadienne des logiciels, tandis que d'autres ont affirmé que la classification des « services » était nécessaire à la poursuite des politiques canadiennes à l'égard des industries culturelles. Certains participants ont averti que tous les membres de « l'industrie des logiciels » ou des « industries culturelles » n'auraient pas nécessairement les mêmes intérêts.*

- En raison de la petite taille du marché canadien, pour prospérer, les entreprises canadiennes de développement de logiciels doivent être axées sur les exportations. De fait, les compagnies canadiennes de logiciels sont des concurrentes sérieuses sur le marché mondial. Comme les intérêts de l'industrie vont dans le sens des exportations, celle-ci préférerait sans aucun doute que les logiciels transmis par voie électronique soient classés dans les marchandises. Le flou et les nombreuses limitations qui caractérisent les dispositions de l'AGCS suscitent des craintes et des réserves sérieuses dans l'industrie des logiciels quant à la classification des logiciels comme services.
- Il est difficile d'évaluer les intérêts touchés par la décision de classification. Par exemple, les termes « industrie des logiciels » et « industrie culturelle » désignent des secteurs vastes et mal définis qui peuvent regrouper des intérêts divergents, selon le produit dont il est question.

- Bien que les industries culturelles puissent préférer la classification des « services », quant à nous, nous devrions accorder la préférence à l'objectif d'ouvrir les marchés plutôt qu'à celui de protéger la culture, car les anciennes formes de protection culturelle seront inefficaces à l'ère nouvelle des technologies d'information et de communication.
- Certains secteurs, comme la culture et l'audiovisuel, pourraient avoir besoin de protection, mais il est important, aussi, de s'assurer que le commerce international n'en souffre pas, et que les compagnies canadiennes de technologie de l'information aient accès aux marchés étrangers. La nouvelle initiative gouvernementale visant la négociation d'un instrument international de diversité culturelle serait utile pour protéger cette diversité, tout en permettant au commerce international de croître. Cependant, puisqu'on ne sait pas exactement quand cette initiative entrera en vigueur, le Canada doit préserver son pouvoir de promulguer des politiques culturelles, ce qui nous amènerait à adopter la classification « services ».
- Le commerce électronique présente des occasions d'affaires considérables. Il est important d'en faire la promotion tout en protégeant efficacement notre culture.
- D'autres pays choisiront la classification des marchandises ou celle des services en fonction de leurs intérêts propres. Le Canada doit évaluer la compétitivité de ses industries et faire de même. Nous devons mener une étude approfondie des industries canadiennes pour déterminer les effets qu'aurait la classification choisie sur notre économie.
- C'est par la libéralisation des échanges et l'accès aux marchés que nous favoriserons la compétitivité canadienne.
- Nous devons saisir les occasions qui se présentent dans le monde sans perdre de vue les politiques culturelles intérieures qui sont en grande partie responsables de la prospérité de nos industries culturelles.
- Nous devons aussi nous assurer que le Canada puisse exporter ses produits culturels.
- La libéralisation des marchés étrangers profite au Canada, car les entreprises canadiennes sont actuellement très concurrentielles grâce aux taux de change.
- Les opérations de commerce électronique qui mettent en jeu la transmission de contenus numérisés équivalent à vendre l'accès à l'information et non

l'information même. Par conséquent, les fournisseurs de contenu offrent un service.

*Certains participants ont fait observer que les décisions antérieures des groupes spéciaux de l'OMC chargés du règlement des différends avaient déterminé que le GATT et l'AGCS pouvaient tous les deux s'appliquer à une mesure gouvernementale donnée. Par conséquent, nous n'obtiendrons pas nécessairement les résultats escomptés en essayant de nous assurer que les règles de l'AGCS s'appliquent aux transmissions de contenus culturels en les classant dans les « services ».*

- Les transmissions électroniques sont des phénomènes hybrides qu'on ne peut classer ni comme marchandises, ni comme services. Le GATT et l'AGCS peuvent tous deux s'appliquer aux mesures gouvernementales qui touchent les transmissions électroniques.
- Il n'est pas clair que nous puissions réellement choisir la classification des transmissions électroniques en vertu de l'AGCS ou du GATT. Certaines industries pourraient préférer la classification des services dans l'hypothèse qu'elle offre une protection accrue du commerce et un cadre réglementaire intérieur plus souple, mais ce ne sera peut-être pas le cas. Même si nous choisissons une classification, nous pourrions constater que ce sont les règles de l'autre classification qui s'appliquent aux mesures gouvernementales touchant les transmissions électroniques. L'affaire des magazines nous a appris que nos politiques culturelles n'étaient pas protégées, contrairement à ce que nous pouvions croire. Nous devons faire preuve de prudence en nous présentant à la table des négociations.

*Certains participants ont proposé des façons d'aborder la question de la classification des transmissions électroniques ayant une forme physique équivalente.*

- Une solution possible serait de mettre de côté les classifications « marchandises » et « services » en créant une nouvelle classification pour les produits d'information transmis par voie électronique. On éviterait ainsi un débat sur la classification, mais il faudrait créer de nouvelles règles commerciales pour la nouvelle catégorie.
- La distinction entre marchandises et services pourrait s'inspirer de la façon dont on traite les droits de propriété intellectuelle. Dans le cas d'une licence sans restriction prévoyant un transfert des droits, le contenu serait traité comme une marchandise. Toutefois dans le cas d'une licence restreinte (dans le temps, par exemple), le contenu serait traité comme un service.
- Le Canada devrait établir un ensemble de buts et de principes généraux et se guider sur eux pour orienter les négociations. Il faudrait étudier les principes



élaborés avant la conférence ministérielle de l'OMC à Seattle pour voir s'ils sont encore pertinents.

## **Les modes de prestation : où l'opération de commerce électronique a-t-elle lieu?**

### **Contexte**

L'AGCS définit le commerce des services selon quatre « modes » ou formes de fourniture du service. Ce sont : la fourniture transfrontalière (le fournisseur offre un service au-delà d'une frontière, à un consommateur d'un autre pays), la consommation à l'étranger (l'acheteur consomme le service dans le pays du fournisseur), la présence commerciale (le fournisseur ouvre un bureau dans le pays de l'acheteur) et la présence de personnes physiques (un particulier se rend temporairement dans le pays de l'acheteur pour y offrir un service).

Les membres de l'OMC peuvent souscrire à différents engagements de libéralisation des marchés pour un service donné, selon la manière dont ce service est fourni. Pour deux raisons, il est important de déterminer quel est le mode de prestation en jeu dans le commerce électronique. Premièrement, les conditions d'accès à un marché étranger peuvent dépendre du mode de prestation qui s'applique. Deuxièmement, le choix du mode applicable peut avoir une incidence sur l'emplacement géographique dans lequel on juge que l'opération a eu lieu et, par conséquent, sur le pays qui peut avoir compétence réglementaire sur l'opération. Par exemple, si les membres de l'OMC acceptent de considérer la fourniture de services par Internet comme une « consommation à l'étranger », alors on pourrait considérer que la consommation a eu lieu non dans le pays du consommateur, mais dans celui du fournisseur. Bien entendu, la question se complique du fait qu'il devient de plus en plus difficile de déterminer l'emplacement géographique des parties qui communiquent par Internet.

### **Remarques des participants**

*Pour certains participants, le plus important est de s'assurer que la réglementation qui s'applique aux opérations de commerce électronique soit celle du pays du consommateur plutôt que celle du vendeur des marchandises ou services. D'autres doutent qu'il soit nécessaire que le gouvernement protège les consommateurs dans le cyberspace.*

- Il est important que les intérêts de chaque Canadien et Canadienne ne soient pas éclipsés par ceux des entreprises. Le premier mode de classification est préférable à cet égard, car il garantit que les lois sur la protection du consommateur qui s'appliqueront seront celles du pays du consommateur. Il fait aussi porter les coûts de la fourniture de services à l'étranger par les entreprises que cela intéresse, ce qui est juste.

- Le choix du premier mode peut toutefois donner aux consommateurs un faux sentiment de sécurité, puisqu'il peut s'avérer difficile de faire en sorte que des entreprises qui n'ont pas de présence locale respectent la réglementation canadienne. C'est pourquoi il est très important d'arriver à un accord sur des normes de base internationales.
- Le fait d'exiger que les entreprises respectent les règles locales lorsqu'elles veulent faire des affaires dans d'autres pays n'a rien de nouveau. Il n'est pas question d'affaiblir ces règles pour le cyberspace.
- Une solution possible au problème des compétences réglementaires à l'égard du commerce électronique pourrait être d'appliquer des règles différentes selon que l'acheteur est une entreprise ou le consommateur final, ce dernier pouvant bénéficier d'une protection supplémentaire offerte par les lois en vigueur dans son pays. On pourrait s'inspirer de l'exemple de la Directive de l'Union européenne sur le commerce électronique.
- Le marché électronique doit être sûr pour les consommateurs. On peut cependant se demander comment définir les consommateurs, car les propriétaires de petites entreprises pourraient avoir besoin d'autant de protection que le consommateur final.
- Les gouvernements n'ont aucun moyen de protéger efficacement le consommateur dans l'univers numérique. Le consommateur a plus de pouvoirs dans cet univers, et il doit assumer la responsabilité de se protéger. Le consommateur dispose sur Internet de mécanismes pour s'assurer que les autres soient informés et puissent éviter les entreprises qui utilisent des mauvaises pratiques commerciales.
- Les opérations sur le Web comportent souvent une « clause de compétence législative » qui permet de choisir la tribune et les lois qui s'appliqueront en cas de différend entre les parties.

*D'autres participants ont fait observé que si les règles de la compétence juridique du consommateur s'appliquaient lors des opérations de commerce électronique, il serait extrêmement difficile pour certaines entreprises (surtout celles de petite et de moyenne taille) de participer au commerce électronique international.*

- S'il est décidé que les règles du pays du consommateur s'appliquent aux opérations de commerce électronique, les entreprises auront beaucoup de mal à commercer en ligne avec l'étranger. Il sera donc difficile pour les Canadiens de tirer parti de l'immense potentiel du commerce électronique.

- L'application des règles intérieures de tous les pays du monde, y compris les règles de protection du consommateur, présenterait un défi de taille aux entreprises qui voudraient commercer sur Internet. L'anonymat de l'acheteur empêche le vendeur de connaître le pays de cet acheteur.
- Les grandes entreprises pourraient peut-être respecter la multitude de règles des diverses compétences, mais les petites et moyennes entreprises seraient empêchées de participer au commerce électronique international.
- Le choix de la compétence réglementaire, et donc la question des modes de fourniture, est important pour les secteurs commerciaux fortement réglementés. Par exemple, si toutes les compétences avaient des prescriptions complexes et incompatibles en matière de licences, il serait extrêmement difficile d'offrir des services en ligne.

*Certains participants ont proposé une solution possible à la question du mode de prestation qui s'appliquerait aux opérations de commerce électronique.*

- Une solution possible serait de créer un nouveau mode de prestation des opérations électroniques. L'inconvénient serait qu'aucun des engagements actuels quant à l'accès aux marchés ne serait plus valable.

*Certains participants ont mis en doute que le concept des modes puisse être adapté au domaine du commerce électronique.*

- Il est difficile de déterminer le lieu géographique d'une opération de commerce électronique. En fait, plusieurs serveurs situés dans différents pays peuvent entrer en jeu. L'existence de sites Web miroirs et de produits et techniques d'anonymat brouille aussi la question.
- Peu importe si une transmission électronique traverse ou non de nombreux pays - c'est déjà le cas de bien des formes de transport, comme le camionnage. L'important, du point de vue du commerce, ce sont les points de départ et d'arrivée. L'identification du « point de départ » peut cependant poser problème lorsque les activités d'une entreprise se situent dans différents endroits (p. ex., le site Web, les entrepôts et les bureaux).

*Certains participants ont mis en garde contre le danger de prendre des décisions hâtives, car l'évolution rapide du commerce électronique risquerait de rendre certaines décisions obsolètes ou peu pratiques.*

- Vu l'évolution rapide du commerce électronique, il est difficile d'être certain des règles qui pourraient s'avérer dans l'intérêt public. C'est pourquoi il est important de conserver le pouvoir de faire des règlements qui protègent l'intérêt public.
- Il vaudrait peut-être mieux ne pas se hâter de choisir un mode, mais attendre que le commerce électronique ait évolué, car il faut faire preuve de souplesse dans un environnement qui change si rapidement. Toutefois, cette souplesse risque aussi de nuire aux intérêts commerciaux du Canada. Étant donné l'importance des intérêts économiques et commerciaux en jeu, le Canada doit étudier la question à brève échéance, d'autant plus que les négociations sur les services ont déjà commencé.
- Le Canada doit définir les principes fondamentaux qu'il veut suivre en matière de politique commerciale, puis aborder le commerce électronique selon ces principes.

## **Droits de douane**

### **Contexte**

L'un des enjeux dont on discute à l'échelle internationale est de savoir si les membres de l'OMC devraient accepter de ne pas appliquer de droits de douane, ou tarifs, aux transmissions électroniques. Les droits de douane diffèrent des taxes intérieures comme la taxe de vente ou l'impôt sur le revenu. Par conséquent, la question des droits de douane doit être examinée séparément de la question de savoir s'il faut soumettre le commerce électronique au régime fiscal intérieur. Les droits de douane doivent être versés au moment de l'importation de certaines marchandises et s'appliquent traditionnellement aux marchandises uniquement, bien qu'à l'occasion ils puissent s'appliquer à des services intégrés aux marchandises. À ce jour, aucun pays n'a élaboré de système de perception des droits de douane sur les transmissions électroniques. Le Canada ne perçoit pas pour le moment de droits de douane sur les transmissions électroniques, et il est probable que le coût d'un tel système de perception dépasserait les recettes. En revanche, les pays en développement, qui en général dépendent plus des droits de douane pour les recettes gouvernementales, s'inquiètent de l'adoption de toute interdiction internationale des droits de douanes sur les transmissions électroniques.

### **Remarques des participants**

*Bien qu'aucun participant n'ait semblé en faveur de l'application de droits de douane aux transmissions électroniques, beaucoup ont souligné qu'il était important qu'un moratoire sur les droits de douane n'entraîne pas de distorsions du marché qui avantageraient un mode de fourniture particulier.*

- Il est important de ne pas favoriser artificiellement un mode de prestation (électronique ou physique) plutôt qu'un autre. C'est pourquoi il serait pertinent de déterminer si un moratoire sur l'application de droits de douane aux transmissions électroniques créerait un mouvement en faveur de la prestation électronique.
- Pour déterminer les effets d'un moratoire sur l'application de droits de douane aux transmissions électroniques, nous devons comprendre quels genres de produits seraient touchés, le montant des droits que les autres pays appliquent à ces produits, et quels pays ne participeraient pas au moratoire.
- Il ne vaut pas la peine d'appliquer des droits de douane aux transmissions électroniques. Il serait très difficile d'établir un système suffisamment pratique, et le Canada n'en tirerait aucun avantage. Qui plus est, un moratoire convenu sur les droits de douane aiderait le Canada en favorisant le commerce électronique avec l'étranger.

## **Les services de télécommunications et l'AGCS**

### **Contexte**

Le commerce électronique dépend des services de réseaux de télécommunications sous-jacents qui assurent les transmissions électroniques. Dans le cadre des accords commerciaux internationaux, le traitement des services de télécommunications est déterminé par l'ensemble des négociations commerciales internationales dans ce secteur. Ces négociations ont donné lieu à deux différentes façons de diviser les services de télécommunications : a) la distinction entre les réseaux et les services de télécommunications publics et privés et b) la distinction entre les services de télécommunications de base et à valeur ajoutée. Chacune de ces distinctions peut avoir son importance.

En vertu de l'Annexe sur les télécommunications de l'AGCS, chaque membre de l'OMC doit veiller à ce que les fournisseurs de services étrangers puissent obtenir un accès aux réseaux et services publics de transmission des télécommunications, et les utiliser pour la fourniture de tous les services à l'égard desquels le membre a pris des engagements de libéralisation. C'est pourquoi il peut être très important, du point de vue des fournisseurs de services, de savoir si un type de réseau ou de service de télécommunications est considéré comme étant public ou pas.

L'importance de la distinction entre les services de télécommunications de base ou à valeur ajoutée vient du fait que de nombreux membres de l'OMC ont convenu d'établir un ensemble de principes et de sauvegardes réglementaires favorisant la concurrence, qui s'appliquent uniquement aux télécommunications de base. On ne

s'entend pas toujours pour classer certains services Internet parmi les services de base ou les services à valeur ajoutée.

### **Remarques des participants**

*Certains participants ont souligné l'importance pour les politiques culturelles canadiennes du flou qui existe entre les domaines des télécommunications et de la fourniture de contenu.*

- La convergence des technologies, des secteurs d'affaires et des marchés accroît la difficulté de trouver réponse aux questions de politique commerciale. Avec les fusions de gros fournisseurs de services Internet et de gros fournisseurs de contenu, on peut se demander si la libéralisation des services de télécommunications va saper notre pouvoir de protéger les industries culturelles canadiennes.
- La façon de traiter les services de télécommunications doit être envisagée dans une perspective plus vaste que celle de l'aide au commerce électronique. Le flou qui s'installe entre le contenant et le contenu soulève des questions sociales plus importantes.

*Les participants ont exprimé des points de vue différents quant à la classification possible des services Internet dans les services de télécommunications « de base » ou « à valeur ajoutée ».*

- Il faut considérer Internet comme un service de télécommunications de base. C'est le mode de communication par excellence, comme l'a déjà été le téléphone, et à ce titre, il faut empêcher qu'il ne devienne un monopole.
- Le service d'accès à Internet doit être considéré comme un service de base plutôt qu'à valeur ajoutée. La notion de ce qui constitue un service de base doit évoluer avec les progrès de la technologie.
- Il vaut mieux classer les services Internet dans les services de télécommunications à valeur ajoutée, car les pays sont plus enclins à libéraliser ces marchés.
- Les fournisseurs de services de télécommunications améliorés ou à valeur ajoutée ont aussi besoin des droits et des mesures de protection du Document de référence sur les télécommunications de base. Le Canada doit demander que les principes du Document de référence soient étendus aux services à valeur ajoutée.
- Une saine concurrence dans le domaine des télécommunications est essentielle à la fois pour le consommateur canadien final et pour les entreprises qui utilisent les

services. Cela vaut pour les services de télécommunications de base comme pour les services à valeur ajoutée. Il est important de ne pas monopoliser le principal moyen par lequel les gens font des affaires.

- Il est important d'empêcher l'installation d'un « fossé numérique » entre ceux qui ont accès à Internet et ceux qui n'y ont pas accès. L'accès universel et la concurrence sont tous deux nécessaires en ce domaine; de ce point de vue, les services d'accès à Internet sont un service de télécommunications de base.
- Si les services Internet sont considérés comme étant « de base », les fournisseurs risquent de se voir imposer de nouvelles obligations, comme les prescriptions du CRTC en matière de licences.

*Certains participants ont fait valoir que la distinction entre les services de télécommunications « de base » et « à valeur ajoutée » deviendrait de plus en plus difficile à manier avec les nombreux types de services de télécommunications traditionnels qui passeront à Internet.*

- La distinction entre les services de télécommunications de base et à valeur ajoutée va sans doute s'évaporer à mesure que de plus en plus de méthodes de communication (y compris les services de télécommunications de base comme la téléphonie) passeront par les réseaux Internet.
- Peut-être pourrait-on dire que la transmission vocale sur IP (le protocole Internet) comprend un élément des télécommunications de base (c.-à-d. le réseau Internet) et un élément à valeur ajoutée (la transmission de la voix).

*Certains participants ont souligné l'importance de l'accès aux réseaux pour la fourniture des services Internet. D'autres laissent entendre que la distinction entre les réseaux de télécommunications publics et privés perdra sa raison d'être car les inducteurs économiques garantissent le libre accès aux réseaux de communication.*

- La distinction entre les réseaux de télécommunications publics et privés perdra de son importance, car les inducteurs économiques favoriseront le libre accès aux réseaux par câble.
- L'accès aux réseaux sera très important pour obtenir une baisse des tarifs d'accès à Internet. À cet égard, le choix de ce que l'on considère comme étant public ou privé sera très important.

## Équilibrer les règles du marché électronique mondial

### **Contexte**

La réglementation intérieure est étroitement liée à l'offre de services, ainsi qu'au commerce international des services. Manifestement, les gouvernements doivent conserver le pouvoir de réglementer dans l'intérêt public et de poursuivre des objectifs de politique nationale. Toutefois, la réglementation intérieure peut aussi servir non à des fins de politique gouvernementale, comme la protection des consommateurs, mais simplement à mettre les industries nationales à l'abri de la concurrence commerciale internationale. C'est pourquoi l'AGCS fixe des paramètres à la réglementation intérieure qui touche le commerce international des services.

La réglementation gouvernementale est une question névralgique dans le domaine du commerce électronique. Des sujets comme la protection des renseignements personnels et du consommateur ont été présentés comme des questions nécessitant une intervention gouvernementale et/ou des initiatives d'auto-réglementation du secteur privé. Certains sont d'avis qu'une réglementation minimale stimulera davantage le commerce électronique et suggèrent de raffermir les règles du commerce international pour limiter la réglementation gouvernementale susceptible de créer des obstacles au commerce international. D'autres estiment que les questions telles que la protection des renseignements et du consommateur sont particulièrement importantes dans l'environnement numérique, et que la coopération internationale est nécessaire à la stimulation du commerce électronique. En conséquence, ils recommandent aux membres de l'OMC de négocier une liste de mesures réglementaires que doivent appliquer les gouvernements plutôt qu'une liste négative d'éléments que les gouvernements doivent s'abstenir de mettre en œuvre. Un compromis serait de négocier un ensemble de principes qui doivent être respectés au moment de promulguer des règlements liés au commerce électronique.

### **Remarques des participants**

*Certains participants ont souligné l'importance de la réglementation intérieure, adoptée pour des objectifs de politique gouvernementale légitimes, et font remarquer que bon nombre de règles ne visent pas le commerce électronique en soi, mais découlent de la réglementation des services offerts par le biais du commerce électronique. D'autres ont indiqué que certaines règles intérieures, bien qu'elles ne le disent pas expressément, servent simplement à exclure la concurrence étrangère.*

- Les activités de commerce électronique sont entourées de toutes sortes de règles qui représentent des objectifs de politique gouvernementale légitimes, notamment les lois liées aux services financiers, la protection des renseignements personnels et des consommateurs et la réglementation des services professionnels.



- La réglementation intérieure qui touche le commerce électronique ne vise pas nécessairement le commerce électronique en soi, mais découle des règles qui gouvernent les divers services offerts par le biais du commerce électronique.
- En nous penchant sur la réglementation intérieure, nous devons nous rappeler deux choses : nous voulons préserver nos propres politiques intérieures et nous voulons pouvoir vendre les produits canadiens à l'étranger.
- Selon le principe de la neutralité technologique, le consommateur devrait recevoir la même protection lors des opérations en ligne que celle dont il jouit pour les opérations hors ligne.
- C'est la réglementation des banques qui a permis de bâtir la confiance dans le secteur des services financiers. La réglementation est nécessaire, tant qu'elle est pertinente et modeste. La confiance qui résulte d'un cadre réglementaire est un atout qui peut servir à créer des occasions d'affaires.
- Les nouveaux portails à concentration verticale dans l'industrie menacent de monopoliser certaines activités commerciales en ligne. Ils sont la preuve qu'il est nécessaire d'avoir un mécanisme international de protection de la concurrence, y compris à l'OMC.
- Nous devons dépister les règles qui ne sont motivées que par le protectionnisme et les supprimer.
- La politique commerciale internationale du Canada devrait être de supprimer les entraves au commerce électronique international. Ainsi, on récompenserait l'initiative plutôt que de la punir, et l'on éliminerait l'incertitude qui entoure les règles et l'environnement du commerce.
- Il ne faudrait pas chercher à abriter les industries canadiennes derrière des barrières réglementaires. Cela donne l'impression, dans le monde, que les entreprises canadiennes sont faibles et ont besoin d'être protégées.
- Le nouveau visage du commerce électronique met les entreprises canadiennes en concurrence avec celles du monde entier. Le gouvernement ne peut pas les protéger à moins de fermer les frontières. C'est aux entreprises canadiennes de se protéger en devenant plus compétitives, car ce sont elles qui ont la responsabilité d'offrir leurs services en réalisant un profit. Le gouvernement doit s'assurer que l'accès aux marchés mondiaux soit libre. Autrement dit, si une entreprise canadienne offre un produit à bon prix, ce produit devrait trouver preneur.

*D'autres participants ont noté les difficultés que cause l'existence d'une grande diversité de règles et de normes intérieures pour le commerce international et indiqué qu'il serait utile de les harmoniser à l'échelle mondiale.*

- L'harmonisation mondiale des normes pourrait résoudre les problèmes dus à la grande diversité des règles et des normes nationales. L'industrie se dirige très vite dans cette direction, mais l'harmonisation des règles et des politiques avance à pas de tortue.
- Certains pays observent des règles très exigeantes en matière d'octroi de licences aux cyberentreprises ou aux fournisseurs de services de télécommunications. L'assouplissement des conditions d'obtention des licences faciliterait la fourniture de services par une présence commerciale à l'étranger.

*Selon certains participants, le commerce électronique évolue si rapidement que toute tentative gouvernementale de négocier des règles détaillées irait à l'encontre du but recherché.*

- Le commerce électronique évolue à un rythme beaucoup plus rapide que l'élaboration des règles commerciales et la capacité des gouvernements de se tenir à jour. Cet écart fait que l'on ne croit pas qu'il puisse exister des solutions réglementaires aux problèmes.
- Le marché électronique est une cible mouvante, et les tentatives de négociation de règles contraignantes vont à l'encontre du but recherché. Il faudrait plutôt définir les principes fondamentaux qui s'appliquent au marché électronique. Des principes comme ceux de l'OCDE sur la protection des renseignements personnels, par exemple, sont utiles.
- Un autre problème tient à l'évolution rapide et constante des marchés électroniques. Il devient difficile de construire des règles qui seront toujours utiles à l'avenir. Il vaudrait mieux négocier des règles qui s'appliqueront pendant un certain temps, comme on l'a fait avec le moratoire de l'OMC sur les droits de douane sur les transmissions électroniques. Les membres de l'OMC auraient aussi moins peur de souscrire à des engagements d'une durée limitée.
- Il est préférable d'aborder la réglementation du commerce électronique en formulant un code de conduite ou un ensemble de principes plutôt que par la réglementation. Les particuliers et les consommateurs ont le pouvoir de faire respecter un code de conduite.
- Comme le commerce électronique est un vaste phénomène qui comprend de nombreuses activités, il peut être difficile d'en arriver à des principes que nous

voudrions faire appliquer. Il vaudrait peut-être mieux définir les principes réglementaires qui s'appliquent aux différents éléments de la "chaîne de valeur" du commerce électronique. On pourrait négocier des documents de référence réglementaires distincts pour chaque élément de la "chaîne de valeur."

- Il serait bon d'élaborer un « Document de référence » sur le commerce électronique semblable à celui qui existe pour les services de télécommunications de base. Un tel document pourrait comprendre des mesures de protection de la concurrence qui protégeraient les petits FSI contre la monopolisation des services d'accès à Internet par les grandes entreprises de télécommunications.
- De toute façon, il nous faut un mécanisme qui offre une mesure de certitude par rapport aux règles.

*Les participants ont débattu du danger que les entreprises n'aillent s'installer dans des paradis réglementaires. Certains considéraient qu'un tel danger était minime, d'autres ont fait valoir la nécessité que les négociations de l'OMC comprennent l'élaboration d'un ensemble de règles satisfaisant pour prévenir une « course vers le bas ».*

- Il risque d'y avoir une « course vers le bas » en ce qui concerne les normes, car les entreprises s'adapteront en faisant des affaires par voie électronique à partir de paradis réglementaires. Il est important que la création d'un cadre réglementaire satisfaisant fasse partie des négociations de l'OMC sur le commerce, sans quoi ces négociations auront un effet de déréglementation.
- Il n'y aura pas de « course vers le bas » : si un site Web protège mal les renseignements personnels, par exemple, on se donne le mot à la vitesse de l'éclair, et la compagnie prise en défaut fait faillite. Les impératifs et les inducteurs économiques ne pousseront pas les entreprises vers des paradis réglementaires.

## **Les questions de propriété intellectuelle et le commerce électronique**

### **Contexte**

Internet présente des défis sans précédent en matière de protection de la propriété intellectuelle. Ces défis sont fondamentaux pour ceux dont le fonds de commerce est constitué d'information ou de contenu numérique ou facile à numériser, comme les logiciels, la musique, les livres et le contenu audiovisuel.

Le Canada a appuyé le travail de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) en vue de la définition d'un cadre international facilitant le commerce électronique en examinant des sujets de préoccupation comme l'incidence de la technologie numérique sur le droit d'auteur et les droits connexes, l'interaction de la

protection des marques de commerce et des noms de domaine, l'incidence d'Internet sur les marques bien connues, l'élaboration de principes régissant la responsabilité des FSI en matière de violation des droits de propriété intellectuelle et l'administration des systèmes de brevet sur Internet. On ne sait pas encore avec certitude quels sont les problèmes qui peuvent être résolus par les détenteurs de droits de propriété intellectuelle et quels sont ceux qui demandent une intervention gouvernementale à l'échelle internationale.

### **Remarques des participants**

- Les créateurs de contenu craignent que le régime international des droits de propriété intellectuelle ne soit élaboré d'une manière qui tend à favoriser le transfert des droits aux grandes entreprises. Il importe de ne pas oublier les intérêts des créateurs de contenu.
- Il est important de veiller à ce que les gros producteurs ne monopolisent pas l'offre de contenu sur Internet, car cela empêcherait les créateurs de présenter leur propre contenu.
- Les grandes entreprises, du fait de leur pouvoir de marketing, jouent un rôle très important dans la commercialisation du contenu de propriété intellectuelle. Toutefois, Internet ouvre aux créateurs de nouvelles voies qui leur permettent de joindre directement les consommateurs sans passer par de grands intermédiaires.
- La durée des brevets est trop longue dans les domaines du commerce électronique et des technologies de l'information et des communications, étant donné la rapidité des changements. La durée des brevets est exagérée et fait le jeu des monopoles.

### **Le processus de négociation de l'AGCS**

#### **Contexte**

L'OMC a amorcé cette année de nouvelles négociations sur le commerce des services dans le cadre de l'AGCS. Bon nombre des services faisant l'objet de commerce électronique seront probablement examinés à l'occasion de ces négociations.

Dans une négociation commerciale traditionnelle, les pays se présentent mutuellement des offres et des demandes de libéralisation du commerce dans certains secteurs. Le commerce électronique n'est pas, en soi, un « secteur » commercial. C'est plutôt une façon de faire des affaires et de livrer des biens et services qui font appel à un large éventail de services de soutien nouveaux et traditionnels. En conséquence, on se demande quelle est la meilleure façon d'aborder les activités liées au commerce électronique dans le cadre des nouvelles négociations de l'AGCS.

## Remarques des participants

*Certains participants ont indiqué que si des services apparemment nouveaux sont jugés ne pas entrer dans les cadres des engagements en vigueur, on risque de perdre des mesures existantes de libéralisation du commerce dans un domaine important.*

- Certains services pourraient ne pas être visés par les engagements et la nomenclature actuels de l'AGCS. Le danger d'établir des définitions et une nomenclature nouvelles, c'est qu'on ne sait pas très bien quels seront leur effet sur les engagements en vigueur. On pourrait perdre certains engagements, même s'il est permis de croire que les nouveaux services seraient visés par les engagements actuels.

*Certains participants ont noté que l'expression « commerce électronique » supposait un vaste éventail d'activités différentes. Par conséquent, elle pourrait entrer dans les discussions de bien des secteurs de service et de bien des questions différentes. Il faut donc veiller à ce que la démarche adoptée soit cohérente.*

- Il n'est pas possible de traiter du « commerce électronique », car il s'agit d'une expression générique qui recouvre beaucoup d'activités et de questions disparates. Il faut plutôt le diviser en ses parties constituantes.
- Il est important de se rappeler que le commerce électronique n'est pas un secteur en soi. Chacun des groupes de négociation chargés des autres secteurs de service pourrait aborder le commerce électronique différemment. Il pourrait être utile d'élaborer un document de référence à l'usage des groupes sectoriels.

*Certains participants jugeaient qu'il fallait se garder d'envisager le commerce électronique selon une approche de type « grappe » lors des négociations de l'AGCS . D'autres préféraient cette approche, qui reflète selon eux la réalité du commerce électronique. Certains participants ont souligné que si l'on adoptait l'approche de type « grappe », il faudrait en même temps aborder les questions sociales et réglementaires connexes.*

- Nous devons nous méfier des propositions voulant que le commerce électronique soit traité comme une « grappe » aux fins des négociations. Cette approche pourrait permettre à certains pays qui ont de l'influence d'ouvrir et de renégocier les règles et les engagements en vigueur à leur propre avantage. Elle est particulièrement dangereuse pour les secteurs de service sensibles.
- Deux des principaux secteurs qui facilitent le commerce électronique sont les télécommunications et les services financiers. L'OMC vient de conclure des

négociations dans chacun de ces secteurs, et il pourrait être difficile de susciter un intérêt pour la reprise de ces négociations. Le fait de considérer le commerce électronique comme une « grappe » permettrait de revoir certains de ces secteurs de services dans un contexte différent.

- L'approche de type « grappe » serait profitable, car elle reflète la réalité du commerce électronique, c'est-à-dire que des aspects de certains services (dont les télécommunications et les services financiers) sont indispensables au bon fonctionnement du commerce électronique.
- Il ne serait peut-être pas très utile de considérer le commerce électronique comme une « grappe », vu le grand nombre de secteurs en jeu.
- L'un des problèmes de l'approche de type « grappe » est qu'elle risque de produire des ensembles d'engagements disparates par lesquels on ne traiterai que de certains éléments d'un secteur de services.
- Cette approche est utile pour se donner un élan et pour concentrer les énergies des membres de l'OMC.
- Le danger d'une « grappe », qui représente une approche « tout ou rien », c'est que si l'on ne s'entend pas au sujet d'un secteur, on risque d'empêcher un consensus pour tous les secteurs compris dans l'agglomérat.
- Selon l'usage que l'on fait de la « grappe », l'un des problèmes auxquels on s'expose est que les gens qui veulent participer renoncent à le faire s'ils doivent souscrire à un niveau minimal d'engagements de libéralisation.
- Les pays en développement pourraient considérer l'approche de type « grappe » comme une tentative de regrouper des services qu'eux-mêmes ne veulent pas nécessairement libéraliser.
- L'idée d'une « grappe » est logique, mais il faut absolument que les questions sociales et réglementaires connexes soient traitées en même temps, notamment les questions de protection du consommateur, des renseignements personnels et des travailleurs. L'expérience de Seattle nous a montré l'importance d'étudier les questions autres que les intérêts commerciaux.

*Certains participants ont averti que, quelle que soit la façon dont on aborderait le commerce électronique, il fallait veiller à ne pas créer un ensemble de règles strictes que l'évolution rapide du commerce électronique rendra vite obsolète.*

- Les négociations sur le commerce électronique seront difficiles, parce qu'elles sont lentes, et que le marché électronique aura peut-être beaucoup évolué, ce qui rendra les règles convenues obsolètes dès leur mise en vigueur. D'autre part, il est dangereux d'essayer de prévoir l'évolution du commerce électronique et de faire des règles qui seront efficaces à l'avenir.

### **Remarques des participants quant aux règles du commerce international et à l'Organisation mondiale du commerce**

Durant les ateliers, il y a eu une discussion générale à propos du régime du commerce international et de l'OMC.

*Certains participants ont exprimé des craintes quant à la préservation de la liberté gouvernementale de réglementer dans l'intérêt public. D'autres se sont dits préoccupés par la préservation de la santé de l'économie canadienne, qui passe selon eux par l'accès aux marchés internationaux.*

- Certains participants considèrent les accords de l'OMC comme des instruments de contrôle des États et de restriction de leur liberté de légiférer. Selon eux, le développement des sociétés multinationales aurait détérioré le pouvoir de négociation des gouvernements face aux entreprises, et l'OMC renforcerait encore davantage la capacité des entreprises d'opérer à l'échelle mondiale et de mettre en échec le pouvoir de réglementation étatique.
- Certains participants ont déclaré que d'importantes valeurs nationales, reflétées dans la réglementation intérieure, étaient balayées dans le régime commercial de l'OMC. Selon eux, il s'agirait là d'un problème fondamental, car l'OMC a pour mandat de libéraliser les échanges et non d'arbitrer entre des intérêts opposés ou concurrents. Ces participants ont soutenu que le Canada ne devait pas abandonner sa liberté de choisir ses propres normes réglementaires intérieures ou de maintenir les services publics simplement pour ouvrir des marchés à certaines entreprises canadiennes.
- Certains participants ont commenté que les groupes spéciaux de l'OMC chargés du règlement des différends abordent ces différends dans une optique de libéralisation, avec un parti pris contre la réglementation intérieure. Un tel mécanisme menace selon eux notre société en minant notre pouvoir de réglementer dans l'intérêt public.
- Certains participants ont déclaré qu'il était important pour les Canadiens, y compris les petites entreprises, de promouvoir la participation du Canada au commerce international. La prospérité des entreprises canadiennes est importante

pour l'économie du pays dans son ensemble et pour les particuliers qui essaient de monter des entreprises ou qui travaillent pour des entreprises au Canada.

### **Remarques des participants au sujet du processus de consultation**

Comme nous l'avons mentionné, les ateliers s'inscrivent dans un processus de consultation permanent plus vaste, qui comprend les activités des Groupes de consultations sectorielles sur le commerce extérieur (GCSCÉ), les consultations officielles avec les représentants provinciaux (le processus « c-commerce »), les consultations avec les comités parlementaires (p. ex., le Comité permanent des affaires étrangères et du commerce international), la diffusion de renseignements et de demandes de commentaires sur les sites Web, ainsi que d'autres consultations pancanadiennes avec les personnes intéressées. Nous encourageons les parties prenantes à nous transmettre leurs points de vue en tout temps. On trouvera sur le site Web de l'AGCS 2000 les noms et les coordonnées des intermédiaires à contacter sur divers sujets :

- [http://strategis.ic.gc.ca/sc\\_mrkti/services/frndoc/homepage.html](http://strategis.ic.gc.ca/sc_mrkti/services/frndoc/homepage.html).

*Durant les ateliers sur le commerce électronique, plusieurs participants ont fait des commentaires sur les enjeux qui entourent les consultations avec la population canadienne visant à formuler les positions et les stratégies du Canada et posé des questions au sujet du processus de consultation.*

- Certains participants ont déclaré qu'avec leurs ressources supérieures, les représentants de l'industrie étaient mieux à même d'avoir « l'oreille » du gouvernement que les représentants de l'intérêt public général. Le gouvernement devrait fournir les ressources nécessaires pour que les intérêts de ces parties soient bien représentés, dans la même mesure que ceux des entreprises. Il faut faire participer à tous les niveaux des représentants autres que ceux des entreprises.
- Certains participants ont déclaré que les consultations doivent atteindre un échantillon vaste et représentatif de la population canadienne, et que le gouvernement doit veiller à ce que les intérêts des Canadiens et ceux du public soient représentés, et non seulement ceux de l'entreprise privé.
- Certains participants ont dit craindre que les consultations ne soient menées que pour la forme, et que les véritables positions soient d'ores et déjà établies en faveur de la libéralisation du commerce.



## ANNEXE

### Participants aux ateliers

#### Ottawa, le 15 mai 2000

David Aaron	MAECI	Ottawa
Jonathan Andresen	Téloglobe	Ottawa
Mara Bakich	Association des banquiers canadiens	Toronto
Tom Brandy	Price Waterhouse Coopers	Ottawa
Ramesh Chaitoo	Université Carleton	Ottawa
Jennifer Chandler	MAECI	Ottawa
Rick Clayton	Price Waterhouse Coopers	Ottawa
Bruce Couchman	Industrie Canada	Ottawa
Barrie Crampton	Valley Heartland Community Development	Smiths Falls
William Crosbie	MAECI	Ottawa
Luise Czernenko Reid	IPIC	Ottawa
Richard Dearden	Gowling, Strathy & Henderson	Ottawa
Jennifer Drysdale	Patrimoine canadien	Ottawa
Kirsten Embree	Osler, Hoskin & Harcourt	Ottawa
Peter Ferguson	Industrie Canada	Ottawa
Lynn Fortin	Ministère des Finances Canada	Ottawa
Michael Geist	Université d'Ottawa	Ottawa
Sara Gelgor	Association des banquiers canadiens	Toronto
Shirley-Ann George	IBM Canada	Ottawa
Randall Hofley	Stikeman, Elliott	Ottawa
Rafiq Khan	CANARIE Inc.	Ottawa
Laura Lane	AOL	Washington
Robert Leitch	Lanark Communications Network	Perth
Jim Lowe	Electronic Commerce Canada	Ottawa
Doug MacEwen	Industrie Canada	Ottawa
David McLellan	MAECI	Ottawa
Yasir Naqvi	Flavell, Kubrick & Lalonde	Ottawa
Tom Oommen	MAECI	Ottawa
Lynne Pajot	Syndicat des travailleurs et travailleuses des postes	Ottawa
Dave Paterson	CATA	Ottawa
Margot Patterson	Association canadienne des radiodiffuseurs	Ottawa
Quan Pham	Industrie Canada	Ottawa
Stéphane Roberge	Industrie Canada	Ottawa
Daniel Roseman	Roseman Associates	Ottawa
Irving Silver	IRSA	Ottawa

Clifford Sosnow	Lang Michener	Ottawa
Cathy Steinhoff	Syndicat des travailleurs et travailleuses des postes	Ottawa
Roger Tassé	Gowling, Strathy & Henderson	Ottawa
Robert Tritt	Bell Canada	Ottawa
Garth Whyte	La Fédération canadienne de l'entreprise indépendante	Ottawa
Matthew Wilson	Alliance des manufacturiers et des exportateurs du Canada	Ottawa

**Vancouver, le 13 juin 2000**

David Aaron	MAECI	Ottawa
Richard Bourassa	Industrie Canada	Ottawa
Michelle Brazeau	Vancouver Board of Trade	Vancouver
Jennifer Chandler	MAECI	Ottawa
Paul Coronado	SmartSources.com Inc.	Vancouver
Bob Donnelly	DMR Consulting	Vancouver
Jennifer Drysdale	Patrimoine canadien	Ottawa
Sandy Fleischer	Stratford Internet Technologies Inc.	Vancouver
Tony Fogarassy	University of British Columbia	Surrey
Jane Green	New Media BC	Vancouver
Burt Harris	Pacific Music Industry Association	Vancouver
George Hunter	BC Technology Industries Association	Vancouver
Gareth Jones	Paradata Systems Inc.	Whistler
Marc Lafrance	Pacific Music Industry Association	Vancouver
Marc Lee	Centre canadien de politiques alternatives	Vancouver
Gordon Locke	DMR Consulting	Vancouver
Patricia MacDonald	BC Public Interest Advocacy Centre	Vancouver
Ramona Materi	Ingenia Training	Vancouver
Tom Oommen	MAECI	Ottawa
Xiaohui Peng	University of BC (Faculté de droit)	Vancouver
Johanne Provençal	BC Association of Magazine Publishers	Vancouver
Gary Russell	Pacific Music Industry Association	Vancouver
Guy Seeklus	SMG Services Ltd.	Burnaby
Sid Shniad	Telecommunications Workers' Union	Burnaby
Richard Simpson	Industrie Canada	Ottawa
Norm Trenaman	Ministère du Développement économique de la Colombie-Britannique	Victoria
Patrick Whelan	Tantalus Communications Inc.	Vancouver

**Edmonton, le 14 juin 2000**

David Aaron	MAECI	Ottawa
Bill Agamah	Ministère du Développement économique de l'Alberta	Edmonton
Richard Bourassa	Industrie Canada	Ottawa
Lisa Bowes	Bureau du Dirigeant principal de l'information de l'Alberta	Edmonton
Jennifer Chandler	MAECI	Ottawa
Jennifer Drysdale	Patrimoine canadien	Ottawa
John Ellis	Industrie Canada	Edmonton
Randy Goebel	University of Alberta	Edmonton
Royston Greenwood	University of Alberta (Faculté des affaires)	Edmonton
Daryl Hanak	Ministère des Relations internationales et intergouvernementales de l'Alberta	Edmonton
Craig McMahon	Ministère de l'Innovation et des Sciences de l'Alberta	Edmonton
Tom Oommen	MAECI	Ottawa
Robert Perrin	Ministère des Affaires intergouvernementales et autochtones de la Saskatchewan	Regina
Larry Phillips	Consumers' Association of Edmonton	Edmonton
Bob Reczka	TELUS Corporation	Calgary
Justin Riemer	Ministère du Développement économique de l'Alberta	Edmonton
Greg Rudolf	Ministère des Travaux publics et des Approvisionnementnements et services de l'Alberta	Edmonton
Garry Russ	Ministère du Développement économique de l'Alberta	Edmonton
Keith Scott	Ministère de l'Innovation et des Sciences de l'Alberta	Edmonton
Richard Simpson	Industrie Canada	Ottawa
Tara Stevens	TRLabs	Edmonton
James Swanson	Swanson Streitmeier	Edmonton
Graham Walker	Industrie Canada	Edmonton
Neil Warner	Ministère des Travaux publics et des Approvisionnementnements et services de l'Alberta	Edmonton
Erin Wilkinson	CCI/Industrie Canada	Edmonton

## Montréal, le 20 juin 2000

Marcel Achard	Digits 'n arts Software Inc.	Montréal
Josée Beaudoin	CEFRIO	Montréal
Pierre Beaulieu	Groupement des chefs d'entreprise	Montréal
Suzie Bélanger	Consortium Multimédia CESAM	Montréal
F. Bertrand-Venne	Société professionnelle des auteurs et des compositeurs du Québec	Montréal
Richard Bourassa	Industrie Canada	Ottawa
Chantal Carbonneau	COPIBEC	Montréal
Robert Delorme	Industrie Canada	Montréal
Jannick Desforges	Option consommateurs	Montréal
André Dubois	Industrie Canada	Ottawa
Jennifer Drysdale	Patrimoine canadien	Ottawa
Pierre Langelier	Institut du commerce électronique	Montréal
Loris Mirella	Patrimoine canadien	Ottawa
Tom Oommen	MAECI	Ottawa
Martin Pagé	BCE Emergis Inc.	Montréal
Gaston Poirier	Ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec	Québec
André Préfontaine	Groupe transcontinental	Montréal
Stéphane Roberge	Industrie Canada	Ottawa
Louis Roquet	Investissement Québec	Montréal
Brenda Swick	Ogilvy Renault	Montréal
Jacques Véronneau	Francomédia	Montréal

## St. John's (N.-B.), le 27 juin 2000

David Aaron	MAECI	Ottawa
Barrie Black	Aliant Inc.	St. John's
Richard Bourassa	Industrie Canada	Ottawa
Jennifer Chandler	MAECI	Ottawa
Brad Chapman	Global Advanced Technology Corporation	St. John's
Jana Comeau	Electronic Commerce Centre, UNB	St. John's
Kelly Cuddihy	Innovatia Inc.	St. John's
Dan DeMatteis	DMR Consulting	St. John's
Herb Duncan	Fundy Computer Services	St. John's
Michael Dunn	Association de l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick	Fredericton
Tim Ellis	Grant Thornton LLP	St. John's
Marc Maurice	Coastal Internet International	Moncton
Conrad Melanson	Coastal Internet International	Moncton

Brad Mitchell	Cansupply.com	St. John's
Don Mitchener	Deloitte & Touche LLP	St. John's
Keith Murray	Division de l'autoroute informatique, gouvernement du Nouveau-Brunswick	Fredericton
Tom Oommen	MAECI	Ottawa
Cathy Pirre	BrunNet Inc.	Fredericton
Harry Quinlan	Développement économique et tourisme, gouvernement du Nouveau-Brunswick	Fredericton
Shelley Rinehart	Electronic Commerce Centre, UNB	St. John's
Ray Wilson	Film New Brunswick	Fredericton

**Toronto, le 28 juin 2000**

David Aaron	MAECI	Ottawa
L. Assheton-Smith	Association canadienne de télévision par câble	Toronto
Vincent Beaulieu	MAECI	Ottawa
Barry Bernstein	Oasis Technology Ltd.	Toronto
Richard Bourassa	Industrie Canada	Ottawa
Bill Cameron	Identrus Project	Toronto
Duncan Card	Davies, Ward & Beck	Toronto
Jennifer Chandler	MAECI	Ottawa
Bruce Creighton	Southam Inc. (Magazine & Info Products)	Don Mills
Paul Davidson	Stoddart Publishing Co.	Toronto
John Degen	Cdn Magazine Publishers Association	Toronto
Jennifer Drysdale	Patrimoine canadien	Ottawa
Deborah Dugan	L'Association canadienne de cadeaux et d'accessoires de table	Toronto
Peter Ferguson	Industrie Canada	Ottawa
Brian Gordon	Ministère de l'Énergie, des Sciences et de la Technologie de l'Ontario	Toronto
Barry Grills	Writers' Union of Canada	Toronto
L. Haggerty-Minor	PBB Global Logistics	Fort Erie
Rob Harper	Ministère de la Consommation et des Relations commerciales de l'Ontario	Toronto
Eric Hutton	Ministère des Finances de l'Ontario	Toronto
Jennifer King	Ministère du Développement économique de l'Ontario	Toronto
Jean Herold Laval	Banque Scotia	Toronto
T. On Lee	T.O. Lee Consultants	Richmond Hill
Carole Machtinger	Insurance Information Centre of Canada	Toronto
Sharon Maloney	Conseil canadien du commerce de détail	Toronto
Doug Mander	Ministère de la Consommation et des	Toronto

	Relations commerciales de l'Ontario	
James McIlroy	McIlroy & McIlroy Inc.	Toronto
Thomas McKaig	Thomas McKaig Intl. Inc.	Toronto
Bob McKellar	PBB Global Logistics	Fort Erie
Susan Mok	Banque Scotia	Toronto
Bill Munson	ITAC	Mississauga
Tom Oommen	MAECI	Ottawa
James Perttula	Ministère du Développement économique de l'Ontario	Toronto
Richard Simpson	Industrie Canada	Ottawa
William Skilton	Hewlett-Packard (Canada) Ltée	Toronto
Art Smith	Conseil canadien du commerce électronique	Toronto
Walied Soliman	EDS Canada Inc.	Toronto
Bill Tam	AT & T Canada Corp.	Toronto
Ken Thompson	L'Association de l'industrie canadienne de l'enregistrement	Toronto
Margaret Vokes	Ontario Chamber of Commerce	Toronto
Todd Weiler	University of Toronto (Faculté de droit)	Toronto
Ann Whitehead	Mississauga Technology Association	Mississauga
David Wolfe	University of Toronto	Toronto