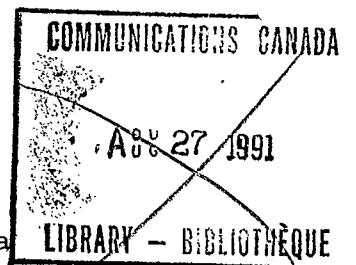


Soutien à la Promotion, l'Innovation et la Recherche sur
l'Information et les Technologies (SPIRIT)

PROPOSITION

présentée par
le ministère des Communications, Canada
Juin, 1991



«Il s'agit donc...d'élaborer une stratégie nationale qui assure l'essor d'une industrie canadienne des bases de données dynamique» Livre vert de 1987 sur les «Communications au 21^e siècle».

Partie I : Raison d'être

Objet

Le présent document a pour but de présenter une nouvelle version de la proposition sur la portée, l'organisation, le financement et la gestion d'une proposition intitulée «Soutien à la Promotion, l'Innovation et la Recherche sur l'Information et les Technologies.»(SPIRIT). Le programme est destiné à regrouper les efforts et les ressources pour stimuler l'utilisation de l'information électronique et de la technologie de l'information. La stratégie à consiste à mettre sur pied des projets pilotes régionaux, et un bureau national dont les objectifs sont généraux et less services divers. Une fois que les projets pilotes seront interrelies, ils formeront une alliance nationale pour échanger de l'information et leurs expériences de développement.

Contexte

La première version de la proposition a été mise au point dans le cadre d'une étude de faisabilité achevée en septembre 1990 par IGW de Calgary (Alberta). Elle fut présentée comme l'Initiative canadienne de promotion des bases de données à un atelier national sur les bases de données tenu à Winnipeg (Manitoba).. Après l'atelier, le ministère des Communications a entrepris des consultations supplémentaires et mis de l'avant une proposition reformulée. En ce qui concerne la présente proposition, le mot «base de données» désigne l'information électronique accessible aux utilisateurs en ligne ou sur disque compact ROM et d'autres modes de diffusion de l'information électronique reflétant les multiples facettes de l'industrie. Les services de communications désignent les services de télécommunications articulés sur réseau, par exemple le courrier électronique.

Robertson Nickerson Ltd d'Ottawa a achevé en 1990 une étude de fond intitulée : «L'industrie canadienne des bases de données : l'incidence des services étrangers et la compétitivité des Canadiens.» L'étude a permis de constater la taille relativement modeste de l'industrie canadienne des bases de données et le fait qu'à ses débuts, elle a surtout été tributaire de la technologie. L'étude a révélé que l'industrie canadienne des bases de données est peu dynamique étant donné qu'elle ne génère suffisamment de ventes ni de revenus qui lui permettraient de maintenir un niveau de croissance à peu près égal à celui des autres pays. Selon un rapport de l'OCDE, la part du Canada sur le marché international subit une érosion et on en est venu à la conclusion, dans d'autres études, que non seulement les producteurs canadiens sont-ils de taille modeste, mais encore leurs entreprises sont moins rentables que celles de leurs équivalents étrangers.

Depuis 1980, un certain nombre d'autres pays, notamment le Japon, l'Angleterre et la Communauté économique européenne (CEE) se sont lancés dans des initiatives à long terme pour stimuler le marché des services d'information électronique. Citons notamment le Centre japonais de promotion des bases de données, le Centre de ressources en informations du Royaume-Uni et le Programme IMPACT de la CEE. Ces pays ont lancé les initiatives en question comme plaque tournante de la collaboration entre les intervenants-clés afin de renforcer leur industrie des services d'information électronique. Ils ont reconnu l'importance de ces services et des communications et la nécessité d'agir collectivement pour surmonter les obstacles à leur croissance.

L'expansion des nouveaux services électroniques, par exemple les bases de données, est handicapé par un problème faisant songer à celui de «la poule et l'oeuf», car le développement de l'industrie a été fragmenté en raison de l'absence de soutien essentiel à l'infrastructure. L'industrie canadienne des bases de données, en particulier, a à surmonter de graves obstacles à la croissance du côté de la demande. Même s'il y a suffisamment d'information canadienne disponible sur le marché, l'étude de Robertson Nickerson a fait ressortir ces obstacles majeurs à la croissance de l'industrie canadienne, à savoir : les lacunes sur le plan de la sensibilisation et de la formation, la promotion générale, le coût, la taille et les attitudes.

Technologie de l'information et compétitivité

Grâce à l'étude de faisabilité d'une Initiative canadienne de promotion des bases de données, on sait comment et pourquoi les ressources en base de données sont de plus en plus considérées comme une ressource stratégique à la fois pour le pays dans son entier et pour les entreprises qui doivent être compétitives dans une économie mondiale. Le renforcement de la concurrence mondiale est en partie tributaire de la technologie de l'informatique et des communications. Au fur et à mesure des progrès de la mondialisation et de la concurrence, qui apparaissent inéluctables, le besoin d'information stratégique se développera et il faudra, pour le satisfaire, recourir aux mêmes technologies de l'information. Le bien entre les objectifs commerciaux et les applications des technologies de valorisation doit être constamment révisé.

Le succès des entreprises dépendra ultimement de l'information étant donné qu'elles ont besoin d'être informées régulièrement au sujet des marchés

et de la concurrence. L'information interne de la compagnie devient de moins en moins adéquate, tandis que la nécessité de recourir à des données provenant de l'intérieur augmente. En conséquence, le traitement électronique de l'information se trouvera davantage au coeur de la planification stratégique globale de l'entreprise. L'ordinateur personnel permet d'avoir accès à l'information et au pouvoir qu'elle représente, permettant ainsi à l'employé de bénéficier des applications avancées de la technologie à son bureau. La demande de «travailleurs de l'information» possédant des compétences dans l'extraction de données sur supports électroniques augmentera de façon exponentielle avec la concurrence.

Technologie de l'information et utilisateurs commerciaux

Si la technologie de l'information et la disponibilité de l'information électronique dans l'entreprise n'ont pas suscité un intérêt répandu auparavant, c'est parce que les entreprises géraient leurs ressources en informations en utilisant un ordinateur central. Or, ce modèle axé sur le recours à une unité centrale pour l'information sur ordinateur entraînait la conséquence suivante : l'ordinateur central devait répartir son temps entre plusieurs centaines de tâches complexes. Avec la diminution du coût des ordinateurs pour une puissance donnée, et les progrès en technologie des circuits intégrés et de réseau, et dans le domaine du logiciel, l'ordinateur de bureau est devenu presque omniprésent dans l'entreprise. En répartissant la puissance et les fonctions normalement captives dans un ordinateur central, les ordinateurs de bureau et les postes de travail peuvent s'adapter au mieux à des tâches particulières, par exemple la gestion de base de données, l'impression, les systèmes de courrier électronique et l'édition. Une fois tous ces appareils reliés en réseau, l'information peut être stockée, traitée et diffusée au besoin aux postes de travail à l'usine, à l'entrepôt, au service de la recherche et au bureau de direction. L'ordinateur de bureau ou le poste de travail ouvre donc la voie à un éventail presque illimité de services d'information électronique et de communications. Les modèles de réseaux d'information intégrés sont les conditions sous-jacentes au développement technologique. Ils fournissent l'infrastructure requise pour le développement de nouvelles stratégies commerciales et de nouveaux canaux de communication et d'échange d'information. Les réseaux informatiques peuvent être mis en place entre le quartier général et les succursales, entre les compagnies, au niveau national ou mondial, diminuant les contraintes de temps et d'espace.

Le rôle de l'information électronique aujourd'hui est par conséquent défini par son contenu et son potentiel de développement de technologies sous-jacentes. On s'est aperçu que les bases de données présentaient des avantages particulièrement importants dans des conditions de marché caractérisées par une vive concurrence et par l'étalement géographique, où la qualité des décisions dépend de la qualité et de l'actualité de l'information. Or, l'information structurée et diffusée sous forme électronique conjugue les qualités suivantes : actualité des données, mobilité, possibilité de recherche, possibilité de traitement, rapidité et actualité. Toutes ces caractéristiques aident à développer des compétences essentielles en matière de prise de décisions et peuvent aussi aider l'entreprise à bien cerner son marché et à optimiser son avantage concurrentiel. Les données du marché et des données techniques de plus en plus précises déterminent de plus en plus les décisions stratégiques.

L'information accessible électroniquement permet à une entreprise d'être plus efficace et productive. Le flux des données relie entre elles les diverses sphères d'activités et les fonctions de l'entreprise et devient le réseau qui unit la technologie à la productivité, la disponibilité et le marché.

Même s'il y a des différences entre les entreprises canadiennes quant à leur façon de gérer l'utilisation de l'information, elles n'ont généralement pas le savoir-faire requis pour faire face aux nombreux choix qui s'offrent à elles. Bien des entreprises préféreraient ne pas avoir à s'occuper de gérer leurs besoins de communications et d'information. La façon de décider des nouveaux types de produits, de services et de fonctions nécessaires varie d'une entreprise à l'autre, à partir des sociétés où l'utilisation de la technologie de l'information est très avancée jusqu'aux entreprises qui se contentent d'utiliser de puissants ordinateurs de bureau pour le traitement de textes ou de données. Dans les deux cas, on ne tire pas profit des systèmes de communications et des technologies d'information pour maximiser leur potentiel technologique global afin d'assurer à l'entreprise des avantages «supplémentaires». Selon une étude réalisée en 1988 pour le ministère des Communications par l'International Data Corporation (IDC), 70 % des 100 entreprises étudiées parmi les 500 plus grandes entreprises canadiennes ignoraient la nature précise de leurs besoins d'information, ne prenaient pas de mesures pour y mettre de l'ordre et ne disposaient pas d'installations d'information centralisées.

Selon une enquête de Statistique Canada menée en 1989 pour le ministère fédéral des Communications (MDC) et le ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie (ISTC), 89 % des établissements du secteur privé ont recours à des ordinateurs personnels alors que seulement 22 % ont recours à des bases de données externes. Des 78 % qui n'utilisent pas ces dernières, seulement 8 % prévoient commencer à le faire au cours des trois prochaines années, ce qui représente pour le secteur canadien des services un taux de croissance annuel de l'utilisation de bases de données commerciales d'environ 2,6 %. Par comparaison, 40 % utilisent déjà des réseaux locaux et 17 % de plus prévoient commencer à le faire d'ici trois ans, ce qui représente un niveau de pénétration de 57 % d'ici 1993. On s'attend que l'utilisation du courrier électronique «privé» passe à 44 % au cours des trois prochaines années, alors que le recours au courrier électronique «public» devrait doubler pour atteindre 19 % au cours de la même période. Même si l'utilisation d'information «électronique» constitue un complément naturel aux progrès réalisés en bureautique et dans les systèmes informatiques à l'intention des cadres, on constate un retard en matière d'utilisation de bases de données par rapport à presque toutes les autres formes de technologie de l'information.

Les entreprises ne tirent pas profit de toutes les possibilités des bases de données commerciales, même les sociétés qui investissent beaucoup dans la technologie de l'information. La possibilité de combiner l'accès à l'information interne, les services commerciaux disponibles en direct et les possibilités de communications comme le courrier électronique et les panneaux d'affichage, n'a pas été exploitée à fond par les entreprises. Aux États-Unis par exemple, Coopers & Lybrand conjuguent leurs besoins d'information et de communication en un Knowledge Network (réseau de connaissances) utilisé présentement par 1 700 entreprises participantes pour l'envoi de courrier électronique, la surveillance de télénouvelle, des services en direct et l'accès

à l'information interne. Les entreprises devraient faire un usage constructif similaire de services et produits courants, sur une base journalière, pour atteindre leurs objectifs commerciaux.

Technologie de l'information et secteur de l'éducation

L'utilisation de bases de données électroniques constitue aussi un précieux outil d'apprentissage dans le milieu de l'enseignement. Certains ministères provinciaux de l'éducation favorisent le recours par les étudiants et les professeurs aux bases de données dans le cadre d'une stratégie pédagogique destinée à tenir compte de la transformation de la société canadienne en une économie de l'information. La réussite d'une entreprise dépendra du recours à la technologie de l'information et à l'échange électronique d'information qui joueront un rôle-clé dans la nouvelle économie axée sur l'exploitation optimale des connaissances. Selon un document de travail de l'Education Technology Centre de Colombie-Britannique, intitulé «Education Reforms and Tools for Change», à titre de futurs «travailleurs de l'information», les étudiants doivent être formés et avoir accès aux sources d'information électronique pertinentes et courantes, de même que posséder les connaissances nécessaires pour évaluer et synthétiser l'information. Le programme de maîtrise en administration des affaires (MBA) à l'intention des cadres, donné par l'université Simon Fraser, découlait aussi du désir de sensibiliser les élèves à l'importance des compétences en technologies de l'information et en disponibilité de l'information en dehors des cours officiels. L'université aimerait voir la création de didacticiels utilisables par d'autres programmes de MBA.

Dans certaines provinces, les écoles ont recours à des fournisseurs de base de données des États-Unis faute de pouvoir obtenir un tarif préférentiel d'utilisation auprès des prestataires de services d'information électronique canadiens. L'un des objectifs du Programme SPIRIT pourrait être d'aider l'industrie à se concerter pour intéresser davantage de fournisseurs canadiens de base de données à offrir des tarifs préférentiels aux écoles pour répondre aux besoins des programmes d'études canadiens.

Aperçu stratégique

L'industrie canadienne des bases de données est bien placée pour satisfaire à toute croissance de la demande d'information canadienne. L'offre du marché de l'information sous forme électronique est très forte. Le développement de l'industrie devra toutefois nécessairement passer par la conversion d'un plus grand nombre de Canadiens à l'usage de l'information électronique en vue de créer la masse critique d'utilisateurs essentielle à la viabilité commerciale des services d'information électronique au pays. Comme les Canadiens seront les principaux et souvent les seuls utilisateurs des bases de données canadiennes à contenu commercial, une campagne destinée à les sensibiliser davantage à la valeur de l'information électronique, conjuguée à un accroissement de l'offre de bases de données et de la valeur de celles-ci, ainsi qu'à la lutte contre les attitudes négatives, peuvent s'avérer avantageuses sur le plan économique pour les secteurs des télécommunications et du matériel informatique et pour l'industrie canadienne de l'information électronique dans

son ensemble. Productivité et compétitivité accrues sont les avantages stratégiques qui peuvent être offerts au milieu des affaires.

Dans l'étude de faisabilité de l'Initiative canadienne de promotion des bases de données, on a constaté que bien des problèmes de développement à long terme rencontrés par l'industrie des bases de données découlent soit d'un manque d'attention aux besoins des utilisateurs, soit de lacunes sur le plan des ventes, deux éléments relatifs à la demande. Aussi, les efforts destinés à renforcer l'industrie au Canada doivent-ils se concentrer sur l'élément particulier le plus important, l'industrie et le milieu des utilisateurs éventuels. L'industrie canadienne des bases de données et les utilisateurs ont besoin d'un point de ralliement permettant aux intervenants de se concerter pour stimuler l'utilisation des services d'information électronique au Canada. Une initiative appuyée à la fois par le secteur privé et par le secteur public, comme le programme SPIRIT, peut servir d'intermédiaire, d'outil de promotion et d'éducation en vue d'accroître l'utilisation commerciale de l'information électronique. Le programme SPIRIT peut stimuler le marché sans problème pour lui permettre d'atteindre la masse critique d'utilisateurs d'information électronique au Canada intéressés par une vaste gamme de produits et de services.

Partie II : Organisation

Approche générale

Au Canada, les intervenants doivent aborder la question du soutien de l'infrastructure. Le secteur privé, pris collectivement, peut jouer un rôle considérable dans le renforcement du marché de l'information électronique au Canada. La suite de récentes fusions au Canada et aux États-Unis, des industries de l'information et des industries technologiques se sont associées pour former ce qu'on pourrait appeler essentiellement le «commerce de l'information». Parmi les organismes canadiens qui ont des intérêts dans l'avenir des services d'information électroniques, il y a les producteurs et les prestataires de services du secteur de l'information électronique, les télécommunicateurs, les constructeurs de matériels, les créateurs de logiciel et leurs associations industrielles respectives. L'utilisation peu répandue des bases de données en direct et des nouvelles formes de communication électroniques vient diminuer les possibilités de revenus actuelles et futures pour les télécommunicateurs. Elle fait aussi obstacle à l'apparition de nouvelles offres de services sur les passerelles de réseau de télécommunications.

-La collaboration s'impose au Canada si l'on veut surmonter les obstacles à l'adoption de la technologie de l'information dans l'économie canadienne. Les intervenants agissant à titre individuel au Canada n'ont pas réussi à créer une «masse critique» d'utilisateurs capables de soutenir une industrie de base de données commercialement viable. En faisant front commun, toutefois, ils pourront contribuer au renforcement de l'infrastructure en réalisant des projets pilotes interreliés, en vue de former une alliance nationale et de constituer un point central pour l'industrie de l'information électronique et d'autres intervenants et le milieu des utilisateurs.

Comme suivi à l'étude de faisabilité d'une Initiative canadienne de données, le ministère des Communications a reçu des suggestions visant à amender la proposition originale, notamment en vue d'y intégrer la collaboration «avec les associations existantes» pour lancer cette Initiative. On a aussi proposé d'examiner la possibilité de commencer par des projets pilotes. L'organisation et la mise en oeuvre du programme SPIRIT peuvent donc, par conséquent, s'appuyer sur les bases déjà existantes, à partir de la détermination des associations et des régions intéressées.

Projets pilotes régionaux

Le programme SPIRIT peut débiter par une série de projets pilotes régionaux d'une durée de deux ans. Ces projets peuvent être financés grâce à la mise en commun des ressources d'intervenants engagés au niveau local et régional qui sont en mesure de repérer et de servir facilement une population d'utilisateurs éventuels de l'information électronique. La réalisation de projets pilotes au niveau des régions tient aussi compte des points faibles constatés actuellement dans la répartition géographique de l'utilisation de la technologie de l'information au Canada. L'enquête menée par Statistique Canada pour le MDC et ISTC en 1989 a montré que la région de l'Atlantique et les provinces des Prairies sont généralement les plus lentes à adopter la nouvelle technologie, suivies en cela par le Québec et la Colombie-Britannique.

Leadership

Le leadership propre à stimuler l'intérêt et l'engagement des gens devrait émaner des intervenants locaux du secteur privé, par exemple un télécommunicateur, un fournisseur de services d'information électronique ou un «courtier» en information. Dans certaines parties du Canada, il pourra être confié à des organismes gouvernementaux jouant un rôle dans le développement industriel local ou régional et ayant des relations de travail suivies avec le secteur privé. L'organisme directeur aura pour rôle de donner forme à l'intérêt collectif du secteur public et du secteur privé en vue de créer un noyau de partisans du projet. Il pourra en outre servir de point central au projet pilote ou encore lui fournir son siège social.

Organismes cadres

Les projets pilotes seront commandités par l'organisme directeur et des intervenants dans la région, par exemple des télécommunicateurs, des producteurs de bases de données électroniques et d'autres organismes à caractère régional. Le ministère des Communications va conclure des ententes de partenariat avec d'autres organismes du secteur privé et du secteur public afin de soutenir des projets pilotes régionaux. La signature d'un protocole d'entente est une des façons possibles d'établir un organisme cadre.

Mise en commun des ressources

La responsabilité du financement du projet pilote régional sera partagée entre les membres de l'organisme cadre. Le ministère des Communications assumera une partie des coûts de fonctionnement du projet pilote par l'intermédiaire de ses bureaux régionaux. Dans certains cas, l'aide des gouvernements

provinciaux et des agences gouvernemental de développement économique pourra jouer un rôle dans la réduction du coût total. Les ententes de partenariat relatives à l'économie de l'Ouest conclues entre les gouvernements provinciaux et le ministère des Communications pourraient aussi servir à financer des projets pilotes. Les entreprises locales peuvent participer à la mise en commun des ressources en mettant des ressources humaines et matérielles à la disposition des responsables du projet. Les entreprises spécialisées en bases de données situées à l'extérieur de la région peuvent faire leur part en offrant leurs services à rabais à des fins de formation et d'instruction. Les entreprises de télécommunications pourraient elles aussi, si cela est réalisable, offrir des rabais pour l'accès à iNet 2000 aux mêmes fins.

Fonctions

Conformément aux recommandations de l'étude de faisabilité d'une Initiative canadienne de promotion des bases de données, les projets pilotes régionaux peuvent porter sur un certain nombre de fonctions destinées à favoriser et à promouvoir l'utilisation de services d'information électronique. Les organismes cadres peuvent définir les fonctions et s'entendre sur celles-ci à partir des «critères locaux et régionaux». Etant donné que les entreprises n'utilisent pas la technologie de l'information de façon homogène, un projet pilote peut être lancé pour répondre aux besoins spécifiques d'entreprises selon leur niveau d'informatisation et leur utilisation des réseaux de communication. Les fonctions de chaque projet pilote régional peuvent, par conséquent, être différentes de celles de projets mis sur pied dans d'autres régions. Le but primordial d'un projet pourra être, par exemple, de fournir un ou plusieurs des produits ou services suivants :

- une fonction de service centralisé d'information, appelé à faire le lien entre les fournisseurs et les utilisateurs;
- un travail de collaboration par rapport à un produit précis, par exemple une nouvelle interface conçue pour l'utilisateur non spécialisé, ou un didacticiel;
- des fonds pour l'établissement de nouvelles bases de données régionales ou locales;
- du soutien sur place pour intégrer les bases de données et les systèmes informatiques à l'intention des cadres;
- un ensemble de services divers destinés à un groupe d'utilisateurs restreint ou élargi;
- soutien et promotion des services d'information géographique.

Les projets pilotes peuvent servir d'outils dans la réalisation des objectifs du programme SPIRIT au niveau local en transférant au milieu local les compétences et concepts sur la disponibilité de l'information et en technologie de l'information. La réponse aux besoins des usagers éventuels constitue toutefois le principal objectif des projets pilotes d'ordre régionaux. Un projet pilote peut par conséquent être destiné au milieu des affaires et à celui de l'enseignement ou constituer une combinaison de mesures destinées à répondre aux besoins des utilisateurs des deux collectivités.

Comme les obstacles à l'utilisation des services d'information électronique, du côté de la demande, sont très répandus et de nature générale,

la prestation d'un ensemble varié de services constitue probablement la méthode la plus efficace pour sensibiliser la collectivité aux possibilités et aux avantages présentés par les services d'information électronique et autres services de communication. Ces services mixtes pourraient comprendre les activités suivantes :

- activités d'instruction et de formation (c'est-à-dire séminaires et démonstrations sur place centrées sur les utilisateurs d'un secteur de l'industrie);
- promotion des services d'information électronique et sensibilisation à ceux-ci (campagnes axées sur des entreprises ou des secteurs précis);
- accès à des services commerciaux de communication et d'information électronique à des fins de démonstration;
- accès à des outils logiciels de planification de gestion;
- services centraux et services de diffusion de l'information aux utilisateurs (c'est-à-dire répertoires et catalogues sur les fournisseurs indiquant qui donne une formation et quels sont les fournisseurs de base de données, de courrier électronique et de réseau, etc.).

Le projet pilote permettra de former des alliances avec des organismes de développement commercial, économique et éducatif afin d'aider à déterminer son marché cible. Les organismes visés peuvent comprendre la Chambre de commerce locale, des associations de développement commercial et des associations d'affaires locales, des collèges et des universités.

Les technologies qui seront utilisées et promues par les projets pilotes devront avoir fait leurs preuves et s'harmoniser avec les produits et services d'information et de communications disponibles dans le commerce. Les technologies en question sont le disque compact ROM et les communications par modem pour l'accès à l'information et autres services DATAPAC, par exemple le courrier électronique. Les projets pilotes ne sont pas destinés à mettre au point une nouvelle technologie, mais doivent constituer un moyen de sensibiliser le milieu à la valeur des technologies établies.

En outre, les fonctions et services remplis et fournis par les projets pilotes ne doivent pas être en compétition avec les produits offerts par le secteur privé. Par exemple, les fonctions de services centraux doivent faire appel à des répertoires disponibles dans le commerce et à d'autres publications professionnelles. On ne devrait préparer une publication dans le cadre d'un projet pilote qu'en l'absence d'un produit disponible dans le commerce.

Endroits envisagés

La réalisation de projets pilotes fait maintenant l'objet d'un examen attentif dans les régions suivantes :

- Colombie-Britannique
- Alberta
- Saskatchewan
- Nord de l'Ontario
- Québec
- Région de l'Atlantique

L'annexe A contient la liste des personnes-ressources chargées de jouer un rôle directeur et d'entreprendre des consultations préliminaires. Le nom des personnes-ressources dans les bureaux régionaux du ministère des Communications figure aussi à l'annexe.

Un réseau électronique assurera la liaison entre les projets pilotes qui seront également reliés à un bureau national, servant de point central pour les projets pilotes et les industries du matériel, des télécommunications et des services d'information électronique.

Bureau national

Rôles et responsabilités

Le bureau national devra développer des liens très étroits avec les associations industrielles qui son les chefs de file au Canada dans les secteurs des services de technologies d'information et de communications électroniques. Le bureau national du programme SPIRIT pourrait comprendre un gestionnaire et un ou deux employés de soutien. Son rôle consisterait à servir de point central pour la participation de l'industrie aux efforts nationaux afin d'accroître l'utilisation de services d'information électronique au Canada. Il établira une alliance nationale regroupant les projets pilotes existant dans les régions du Canada afin de faciliter l'échange d'information et de connaissances sur l'évolution des projets pilotes dans l'ensemble du pays. Il pourra servir de ressources en information pour les intervenants dans l'industrie de l'information électronique. Le bureau national peut aussi servir de plate-forme pour l'examen des projets et des propositions requérant l'appui de plus d'un intervenant faisant partie du «commerce de l'information électronique», y compris les entreprises de télécommunication, les prestataires d'information électronique et les frabricants de matériel.

Il y a plusieurs rôles qu'un bureau national peut remplir. Son rôle le plus fondamental, toutefois, consiste à servir de catalyseur, de promoteur et d'éducateur pour mieux faire connaître les avantages du recours aux services d'information électronique dans toutes les régions du pays. Voici la liste des fonctions particulières à prendre en considération par les parties intéressées.

Fonctions

1. Jouer le rôle de service central/d'intermédiaire en vue de la diffusion et du partage de l'information, par exemple, sur :
 - la recherche sur les bases de données, nationales et internationales (études commerciales) sur la technologie, les questions juridiques et l'expansion du marché à clientèle multiple, c'est-à-dire Ovum, Frost et Sullivan, Evans Research, etc.;
 - les fournisseurs de communications et d'information électronique au Canada, c'est-à-dire des répertoires, un catalogue des cours de formation sur les bases de données fournis dans toutes les régions du pays, mis à jour mensuellement;
 - les établissements de formation au Canada qui donnent des cours sur l'accès à l'information électronique sur CD-ROM et à partir de SERVICES EN LIGNE et sur l'utilisation de communications électroniques, par exemple le courrier électronique;
 - l'expertise acquise au cours des projets pilotes fournie aux représentants de l'industrie des bases de données;
 - les ressources documentaires du gouvernement fédéral destinées à la commercialisation.

2. Gérer un fonds de promotion générique et de sensibilisation à l'utilisation de «l'information électronique» pouvant comprendre :
 - une campagne de publicité dans les publications sectorielles de l'industrie;
 - le parrainage d'ateliers, de séminaires et de conférences sur les bases de données à l'occasion des réunions d'associations industrielles et autres manifestations portant sur les postes de travail informatisés ainsi que les avantages de l'information et des communications électroniques;
 - appuyer les conférences sur l'information et les communications électroniques existantes et potentielles au Canada axées sur le marché de l'utilisateur final avec la participation d'un secteur précis de l'industrie, c'est-à-dire:

Réseaux et bases de données	1992 concernant	l'agriculture
	1993	les exportations
	1994	les écoles
	1995	la foresterie
 - un service téléphonique 800 pour la diffusion de l'information à l'échelle nationale sur les services centraux et les projets pilotes régionaux;

- une campagne publicitaire dans les médias électroniques sur les avantages de l'information électronique et des services DATAPAC inspirée de la campagne de Telecom Canada sur le télémarketing, les appels-conférences et les services interurbains.
3. Tenir lieu d'agence de coordination des projets pilotes régionaux à l'intention de l'industrie afin de faciliter les échanges nationaux d'information et les expériences du type iNet 2000.

Parties intéressées et mise en commun des ressources

Le bureau national devrait recevoir l'appui des intervenants dans le commerce de l'information électronique, par exemple les fournisseurs et fabricants de bases de données, les entreprises de télécommunications et les fabricants de matériel. Cet appui sera obtenu grâce à la mise en commun des ressources du secteur privé et du secteur public. Une association industrielle nationale peut jouer un rôle important en canalisant les efforts de développement des entreprises individuelles. Les entreprises de télécommunications peuvent aussi apporter leur contribution en interconnectant les projets pilotes avec le bureau national sur le plan opérationnel et fonctionnel.

Partie III : Structure de gestion

Projets pilotes régionaux

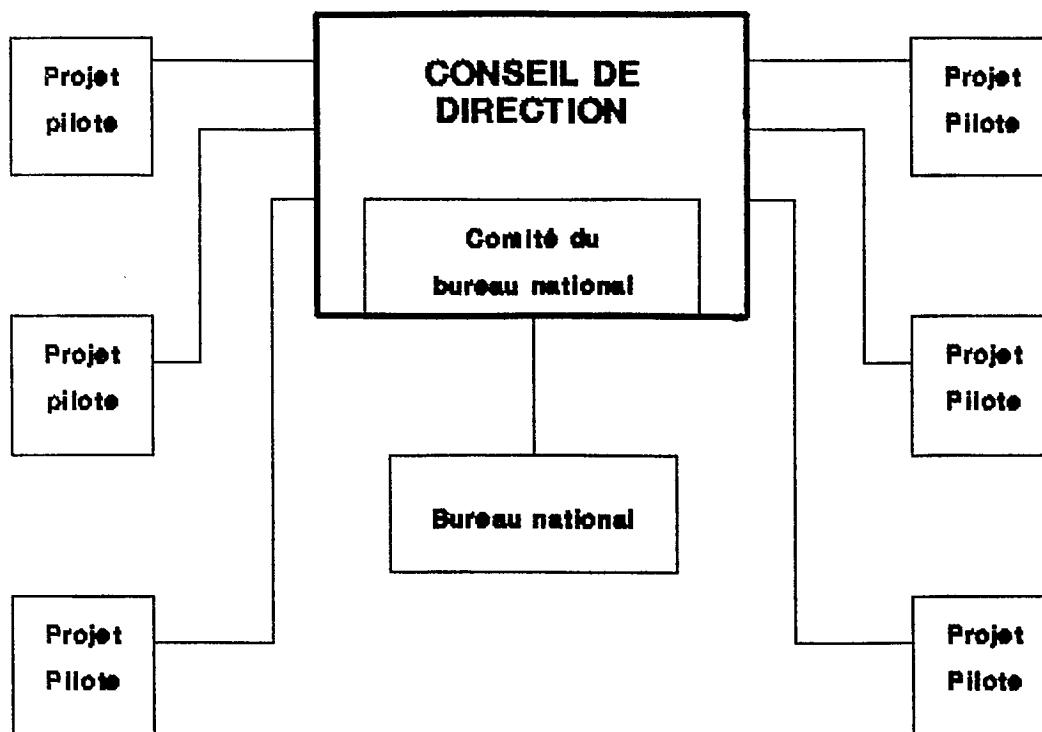
La gestion des projets pilotes régionaux relèvera d'un comité de gestion, d'un comité consultatif ou d'un organe semblable, formé de représentants d'organismes cadres participant au financement du projet pilote de deux ans.

Conseil de direction et comité du bureau national

Le Conseil de direction supervisera la gestion et les opérations globales des opérations du programme SPIRIT. Il servira de point central de coordination des résultats des projets pilotes régionaux avec les fonctions du bureau national. Le Conseil évaluera aussi régulièrement l'efficacité du programme SPIRIT par rapport à la réalisation de ses objectifs stratégiques (revue trimestrielle).

Le Conseil de direction comprendra des représentants de chacun des comités de gestion des projets pilotes régionaux. Le Conseil comprendra aussi des membres du Comité du bureau national. Ce dernier est composé des partenaires appuyant le financement, l'orientation et le fonctionnement du bureau national. Le tableau ci-dessous constitue l'organigramme du programme SPIRIT.

ORGANIGRAMME (SPIRIT)



Partie IV : Plan d'action

Calendrier et mise en oeuvre

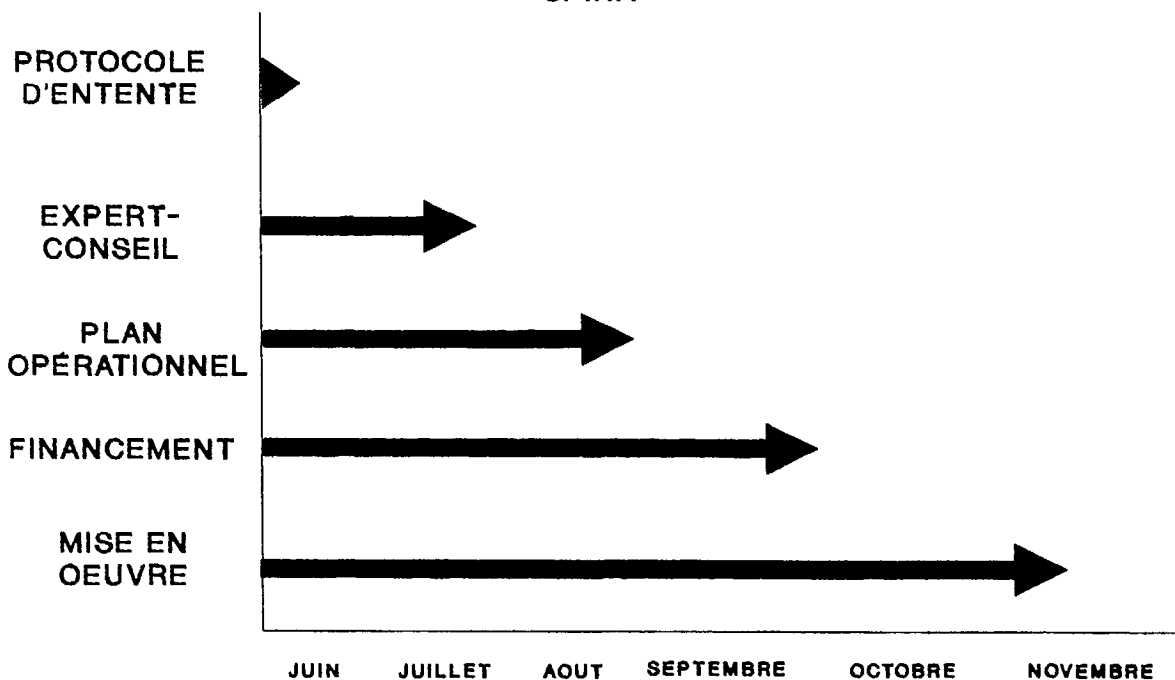
La réalisation des projets pilotes constitue la première phase de la création du programme SPIRIT. L'organigramme ci-dessous illustre les étapes à suivre au cours des prochains mois pour mettre en branle les projets pilotes. La mise sur pied du bureau national pourra s'effectuer simultanément. La signature d'un protocole d'entente par les organismes cadres et les parties intéressées pourrait constituer la première étape de la création des projets pilotes et du bureau national. Les partenaires peuvent par conséquent engager collectivement un expert-conseil local pour établir un plan d'entreprise relatif au projet pilote et au bureau national ou s'entendre pour attribuer le travail à l'interne à un partenaire particulier. Une fois le plan d'entreprise établi et le financement assuré, la mise en oeuvre des projets pilotes pourra se poursuivre.

Il sera avantageux pour la réussite globale de l'infrastructure nationale de lancer les projets pilotes régionaux simultanément avec la planification du bureau national.

PLAN D'ACTION POUR LES PROJETS PILOTES RÉGIONAUX

CALENDRIER DE MISE EN OEUVRE

SPIRIT



ANNEXE

Projet pilote régionalPersonne-ressourcePersonne-ressource au
ministère des
Communications

Colombie-Britannique

M. Marcis Esmits
604-844-1950
Business Network de
la C.-B.

M^{me} Jocelyne Schulzer
604-666-5424

Alberta

Mme. Judith Carrie
403-289-3336
IGW Canada Inc.

Mme. Nancy Desormeau
204-983-0261

Saskatchewan

M. Gordon Pierce
M. Cliff Hansen
306-933-5413
Saskatchewan
Research Council

M^{me} Nancy Desormeau
204-983-0261

Nord de l'Ontario

M. Peter Sheppard
705-474-7600
North Bay Centre of
Entrepreneurship

M. Mitch St. Jacques
416-973-1203

Québec

M. Claude Fleury
418-646-3571
Ministère des
Communications

M. André Martin
514-496-5365

Région de l'Atlantique

M. Richard Fuchs
M. George Smith
709-729-7000
Enterprise
Network

M. Martin MacLellan
506-851-6512