



Pour une progression rapide 4.0

**Croissance de l'économie
numérique au Canada**

Mai 2003



Initiative canadienne pour le commerce électronique

Productivité, leadership et innovation pour le commerce canadien

PRÉFACE

Lorsqu'on nous a demandé, il y a un peu plus d'un an, d'être coprésidents de l'*Initiative canadienne pour le commerce électronique* (ICCe), nous ne pouvions prévoir le succès qu'obtiendrait cette initiative en seulement 12 mois. Dans ce court laps de temps, nous avons rassemblé des personnes parmi les plus douées et les plus innovatrices du secteur privé, des universités et de la fonction publique pour créer un des partenariats les plus impressionnants entre les secteurs privé et public au Canada.

L'ICCe est née de la nécessité de continuer à promouvoir l'application et l'adoption de solutions d'affaires sur Internet, particulièrement dans les petites et moyennes entreprises (PME). Nous n'y arriverons pas du jour au lendemain, même si le processus est déjà enclenché. L'ICCe a hérité de l'énorme travail préparatoire de l'initiative qui l'a précédée, la *Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes* (1999-2002).

En lisant ce rapport, vous vous rendrez compte que la propagation des réseaux d'entreprises sur Internet dans tous les secteurs de l'économie a contribué aux niveaux élevés de croissance économique soutenue et à l'accroissement de la productivité qu'enregistre le Canada depuis quelques années. Cependant, vous comprendrez aussi que même si les moyennes et les grandes entreprises œuvrant dans des secteurs précis ont réalisé certains progrès, les petites entreprises accusent un retard par rapport aux États-Unis, le principal partenaire commercial du Canada, au chapitre de l'adoption et de l'utilisation des affaires électroniques. La situation pose un défi de taille aux PME, qui sont non seulement de grands exportateurs, mais qui font aussi face à une concurrence accrue au Canada. Les affaires électroniques leur permettront d'accroître leur compétitivité à l'échelle mondiale.

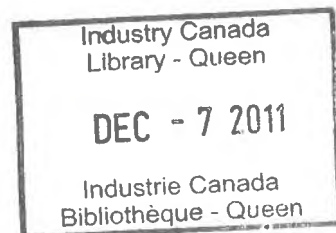
L'équipe de l'ICCe s'est efforcée de comprendre l'ampleur du défi et trouver des solutions efficaces. Le rapport intitulé *Pour une progression rapide 4.0* montre l'effort et la pensée créatrice des personnes qui ont consacré leur temps, leur talent et leur enthousiasme à cette Initiative. Leurs idées n'auront de conséquences durables que si les recommandations contenues dans ce rapport à l'intention du gouvernement, des entreprises et des universités sont mises en œuvre. Nous tenons à remercier Joe Greene et Michael O'Neil d'IDC Canada, Richard Simpson, Sheila Smail et André Leduc d'Industrie Canada pour leurs contributions. Enfin, nous voulons remercier toutes les personnes, les entreprises et les institutions qui ont contribué au présent rapport.



Pierre-Paul Allard, coprésident
Président-directeur général
Cisco Systems Canada



Nancy Hughes Anthony, coprésidente
Présidente-directrice générale
La Chambre de commerce du Canada



ICCe – MEMBRES

Pierre-Paul Allard, Coprésident
Président et chef de la direction
Cisco Systems Canada

Nancy Hughes Anthony, Coprésidente
Présidente et chef de la direction
Chambre de commerce du Canada

Dan Bader, Sous-ministre, Alberta Innovation and Science
Perrin Beatty, Président et chef de la direction, Manufacturiers et Exportateurs du Canada
Andrew Bjerring, Président, CANARIE
Diane Brisebois, Présidente et chef de la direction, Conseil canadien du commerce de détail
Leonard J. Brody, Président, Ipreo
Anya Colussi, Présidente, YFactor
Bob Crow, Relations avec les universités et les gouvernements, Research in Motion Limited
Jacques Dubé, Sous-ministre, eNB.ca
Roch Dubé, Président, Aliant
Gaylen Duncan, Président et chef de la direction, ACTI
John F. Eckert, Associé directeur, McLean Watson Capital
Anne Golden, Présidente et chef de la direction, Conference Board du Canada
V. Peter Harder, Sous-ministre, Industrie Canada
Matt Holland, Vice-président et associé directeur, Boston Consulting Group
Dean Hopkins, Président, CYBERplex
Garth Issett, Vice-président, IBM Global Services Canada
Robert Johnson, Président et chef de la direction, Purolator Courier
David Johnston, Président, University of Waterloo
Lucille Joseph, Présidente, CareerEdge
Pierre Langelier, Président-directeur général, Institut du commerce électronique
John Maduri, Président, Solutions d'affaires Telus
Guy Marier, Président, Bell Quebec
Lorna Marsden, Présidente et vice-chancelière, Université York
Robert R. McEwen, Président et chef de la direction, Goldcorp
Barbara Miller, Sous-ministre, Ministère de l'Entreprise des Débouchés et de l'Innovation
Colleen Moorehead, Présidente, e-Trade Canada
Richard Nathan, Directeur general, Goodmans Venture Group
Kelvin Ogilvie, Président, Acadia University
David Pecaut, Président, iFormation Group
Art Price, Chef de la direction, Axia Net Media Corp
Ray Protti, Président, Canadian Bankers Association
John Reid, Président, CATAAlliance
Gerri Sinclair, Directeur general, MSN.ca Microsoft
Arthur Smith, Président et chef de la direction, Conseil canadien du commerce électr.
Jean-Pierre Soublière, Président et chef de la direction, Anderson Soublière
Catherine Swift, présidente et chef de la direction, Fédération canadienne de l'entreprise indépendante
Tom Thompson, Président, Collège Olds
John Tory, Président et chef de la direction, Rogers Cable
Albert Wahbe, Vice-président exécutif, Banque électr. La Banque de Nouvelle-Écosse

Conseillers spéciaux

Michael O'Neil, Directeur general, IDC Canada
Scott Wilkie, Associé principal, Osler, Hoskin & Harcourt LLP



TABLE DES MATIÈRES

CROISSANCE DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE AU CANADA	5
Évaluation de l'état de préparation au commerce électronique	6
Évaluation de la croissance et de l'accélération	6
Évaluation de l'investissement et de l'image	7
RAPPORT ÉLECTRONIQUE DU CANADA : 2002	8
Entreprises branchées	8
Consommateurs branchés	9
Sensibilisation et engagement des PME envers la protection des renseignements personnels et la sécurité	10
Gens de talent en commerce électronique	11
Adoption du commerce électronique	12
Offre en matière d'affaires électronique	13
Capital de risque	14
Environnement fiscal et réglementaire	15
Image internationale du Canada au chapitre du commerce électronique : faire correspondre perceptions et rendement	16
Économie numérique : débouchés et menaces	17
ÉLARGIR LA VISION DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE DU CANADA	18
Les composants de base de l'économie numérique	18
Réseau à large bande	19
Des stratégies sectorielles pour bâtir l'économie numérique	19
Internet, une plate-forme efficace	19
Les pouvoirs publics, un utilisateur modèle	20
Résultats de l'investissement dans l'économie numérique	21
RECOMMANDATIONS	22
é-QUIPE MISE À JOUR	23
é-QUIPE MEMBRES	24



CROISSANCE DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE AU CANADA

La révolution économique, qui a commencé au milieu des années 90 par l'utilisation généralisée d'Internet par les entreprises, a gagné autant en vitesse qu'en intensité à l'aube du XXI^e siècle. Internet a fondamentalement modifié la façon dont les gens et les entreprises communiquent, échangent des renseignements et font des affaires au Canada et partout ailleurs dans le monde. L'évolution mouvementée et l'éclatement des entreprises point com et le repli consécutif du secteur de la technologie ont masqué un changement profond dans l'économie dans son ensemble résultant de l'intégration à grande échelle des processus opérationnels dans le cours de l'activité industrielle par le biais d'Internet.

Que le résultat soit appelé nouvelle économie, cyberéconomie ou économie numérique, l'essor des technologies de l'information et des communications (TIC) a profondément transformé le paysage industriel. Comme l'écrivait, il y a un an, la Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes, « les affaires électroniques compte plus que jamais parce que la nouvelle économie est devenue l'économie tout entière »¹. Des preuves récentes montrent clairement que, depuis près d'un demi-siècle, les plus hauts niveaux de croissance économique durable et d'amélioration de la productivité, constatée en Amérique du nord, sont en grande partie attribuables à la propagation des réseaux commerciaux par Internet dans toutes les sphères de l'économie. L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), entre autres, note que : « croissance importante et continue » de la productivité² par suite de la mise en place de réseaux et d'applications des technologies de l'information.

Toutefois, des changements aussi marquants amènent habituellement leur lot de gagnants et de perdants – les sociétés, les secteurs ou les pays qui réagissent avec dynamisme et efficacité à la nécessité d'accroître leur compétitivité en investissant dans l'innovation technologique et ceux qui ne le font pas. Les entreprises canadiennes sont souvent des chefs de file dans le domaine du développement technologique et adoptent avec enthousiasme les nouvelles applications, comme le confirment les niveaux très élevés de connectivité à Internet, elles n'ont pas encore tiré pleinement profit de l'avantage concurrentiel qu'offre les affaires électroniques. Le rapport intitulé *International e-Economy Benchmarking Report*, préparé par l'Institut européen d'administration des affaires (INSEAD), concluait qu'« en dépit des changements apportés aux méthodes de travail et des avantages éventuels reconnus des TIC et des affaires électroniques, les entreprises canadiennes ne s'adonnent au commerce électronique que dans une faible mesure »³.

Afin de comprendre la disparité entre le niveau de connectivité des entreprises et l'utilisation des affaires électroniques, l'initiative canadienne pour le commerce électronique a tenté de savoir pourquoi les firmes canadiennes n'adoptent pas les solutions d'affaires Internet (SAI) afin d'améliorer leurs processus commerciaux.

L'une des principales raisons de cette différence est la diffusion inégale des SAI d'un secteur et d'une région à l'autre et surtout au sein de la communauté commerciale. Alors que les firmes qui ont entre 50-101 employés, ont montré des forts taux d'adoption,⁴ un peu plus du quart des PME ont indiqué qu'ils n'avaient pas l'intention d'adopter les affaires électroniques. De plus, les taux d'adoption continue d'être lent parmi les entreprises de moins de 50 employés⁵.

Les PME jouent un rôle essentiel dans l'économie canadienne. Elles sont à l'origine de 60 p. 100 de la production économique du Canada, embauchent 80 p. 100 de sa main-d'œuvre et créent 85 p. 100 des nouveaux emplois⁶. « Les PME plus que tout autre secteur de l'économie, ont toutes les chances de réaliser des gains de productivité grâce aux solutions d'affaires électroniques », énonce l'*Étude canadienne de l'impact d'Internet* de 2002⁷. Bien que le Canada possède un climat d'investissement relativement bon, une infrastructure développée et une main-d'œuvre très instruite et au fait des TI qui peuvent permettre à l'économie numérique de prospérer, les PME accusent un certain retard par rapport à celles des États-Unis, le principal partenaire commercial du Canada, pour ce qui est de l'adoption et de l'utilisation du commerce électronique⁸.

L'objectif de l'Initiative canadienne pour le commerce électronique (ICCe), établie en septembre 2002 par plus de 40 chefs de file du monde des affaires, des milieux gouvernementaux et des milieux universitaires des quatre coins du pays, est de faire progresser les affaires électroniques au sein des petites et moyennes entreprises canadiennes. L'ICCe croit qu'à long terme, le retard des PME à adopter le commerce électronique minera sérieusement les efforts du Canada visant à créer une économie nationale plus compétitive et novatrice. L'ICCe poursuit le travail amorcé par un ancien groupe de chefs de file du secteur privé, la Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes.

¹ Pour une progression rapide 3.0 – Continuer sur notre lancée, www.tableronde.ca, mars 2002.

² Une nouvelle économie? Société de l'information, OCDE, Paris, mars 2000.

³ INSEAD, *International E-Economy Benchmarking Report*, novembre 2002.

⁴ *Étude canadienne de l'impact d'Internet : L'expérience internationale*, Initiative canadienne pour le commerce électronique www.icce.ca, mai 2003.

⁵ Enquête de Statistique Canada sur le commerce électronique et la technologie, Ottawa, avril 2002.

⁶ Enquête de Statistique Canada (EERH) et d'Industrie Canada.

⁷ *Étude canadienne de l'impact d'Internet : L'expérience des PME*, Initiative canadienne pour le commerce électronique www.icce.ca, novembre 2002.

⁸ INSEAD, op. cit.

Progression rapide 4.0 est une continuité des travaux de la table ronde sur l'étalonnage et le suivi des progrès de la cyberéconomie au Canada. L'ICCE a préparé un rapport électronique qui évalue le rendement global du Canada depuis la publication de Progression rapide 3.0 en 2002 pour ce qui est de la promotion de la croissance du commerce électronique et de l'économie numérique et met en relief les domaines qui nécessiteront l'attention prioritaire des pouvoirs publics et du secteur privé dans un proche avenir.

Le *rapport électronique* de l'ICCe se penche sur trois domaines essentiels pour que le Canada devienne l'une des économies numériques les plus progressives du monde⁹.

- **État de préparation au commerce électronique**

- Les entreprises et les consommateurs canadiens sont-ils prêts à tirer avantage de l'économie numérique?

- **Croissance et accélération**

- Dans quelle mesure les entreprises canadiennes ont-elles adopté les applications perfectionnées du commerce électronique sur le plan de l'infrastructure et de l'éducation?

- **Investissement et image**

- Que fait-on pour attirer le capital de risque, en matière notamment de fiscalité et de réglementation, et est-ce que la perception mondiale du Canada correspond à son excellent rendement?

ÉVALUATION DE L'ÉTAT DE PRÉPARATION AU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

L'état de préparation aux affaires électronique permet de mesurer notre capacité de passer à la prochaine étape du processus de transition vers les affaires électroniques. L'état de préparation aux affaires électroniques détermine si un nombre suffisant d'entreprises et de consommateurs canadiens communiquent en ligne et si le niveau de sécurité et de conformité aux exigences relatives à la protection des renseignements personnels en ligne permet de protéger ces interactions.

C'est avec enthousiasme que les citoyens canadiens ont adopté Internet, car plus de 60 p. 100 des foyers sont branchés et passent proportionnellement le plus de temps en ligne par habitant¹⁰. Dans un même ordre d'idées, Internet est répandu au sein des sociétés qui utilisent des applications perfectionnées; 76 p. 100 des sociétés canadiennes utilisaient Internet en 2002, contre 63 p. 100 en 2000. Presque toutes les entreprises (soit 93 p. 100) qui comptent 20 employés ou plus utilisaient Internet en 2002¹¹. Cet état de préparation est grandement attribuable à l'exposition aux TIC dans les milieux scolaires et de travail au cours des deux dernières décennies.

Malgré un environnement juridique et politique qui favorise la sécurité et la protection des renseignements personnels, l'engagement de la plupart des sociétés en cette matière demeure toutefois faible. Plus de 81 p. 100 des sociétés canadiennes qui ont participé aux séminaires sur la sécurité et la protection des renseignements personnels de l'Association des banquiers canadiens (voir la figure 1) n'étaient pas au courant des règles ou des exigences en matière de protection des renseignements personnels. Qui plus est, seulement 6 p. 100 des participants se sont dits très convaincus de leur propre sécurité en ligne¹².

ÉVALUATION DE LA CROISSANCE ET DE L'ACCÉLÉRATION

La croissance et l'accélération permettent de mesurer à quel point les sociétés canadiennes ont adopté les affaires électroniques et notre capacité de leur fournir des employés qualifiés et des solutions d'affaires Internet (SAI).

Jusqu'à présent, les PME canadiennes n'ont pas adopté ni mis en œuvre de façon très dynamique les processus des affaires électroniques. Selon *l'Étude canadienne de l'impact d'Internet*, seulement la moitié des entreprises ont adopté les SAI sous une forme ou une autre. En outre, la pénurie de cybertalents nuit à la capacité des PME de s'orienter vers la cyberéconomie. Vingt-deux pour cent des PME qui ont adopté les SAI et 23 p. 100 de celles qui ne les ont pas mises en œuvre ne peuvent trouver les personnes qui possèdent les compétences techniques nécessaires pour les aider; 40 p. 100 des entreprises qui ont adopté les SAI et 45 p. 100 de celles qui ne les ont pas adoptées ont indiqué que la formation du personnel constituait un obstacle aux affaires électroniques¹³.

Outre les contraintes imposées par le manque de temps et d'argent, de nombreuses PME doivent faire face à une pénurie de solutions d'affaires Internet évolutives et adaptées à leurs besoins.

⁹ Voir les rapports de la Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes *progression rapide 1.0, 2.0 et 3.0*. www.tableronde.ca

¹⁰ INSEAD, op. cit.

¹¹ Enquête de Statistique Canada sur le commerce électronique et la technologie, Ottawa, le 2 avril 2003.

¹² *Mêlez-vous de vos affaires électroniques*, l'association des banquiers canadiens, Toronto, juillet 2002.

¹³ *Étude canadienne de l'impact d'Internet*, op. cit.



ÉVALUATION DE L'INVESTISSEMENT ET DE L'IMAGE

L'accès au capital et à la main-d'œuvre qualifiée, les atouts les plus précieux de l'économie numérique, est un autre élément important du succès économique continu du Canada. Le pays doit promouvoir et préserver un climat concurrentiel à l'échelle internationale s'il veut attirer les investissements dans les entreprises nouvelles et existantes et attirer et garder des travailleurs qualifiés. Pareil climat doit prévoir des politiques fiscales et une réglementation qui non seulement encouragent, mais stimulent l'investissement et l'innovation.

Le marché canadien du capital de risque a continué à se développer au cours de la dernière année. La vigueur de ce marché et l'amélioration du régime fiscal visant les entreprises et l'investissement ont servi de catalyseur aux investissements dans le commerce électronique¹⁴. Afin de rencontrer les attentes d'un rendement adéquat sur les investissements en technologies émergentes, il faut encourager un environnement fiscal et réglementaire compétitif.

L'économie canadienne a montré des signes évidents de souplesse et de croissance au cours de la dernière année, malgré le repli actuel de l'économie mondiale. Cependant, la performance vigoureuse du Canada sur le plan économique n'est pas bien comprise à l'échelle internationale. Les études menées auprès d'entreprises américaines indiquent que les investisseurs et le grand public croient que l'économie canadienne est essentiellement fondée sur l'exploitation des ressources et que le Canada fait peu d'efforts en matière d'innovation¹⁵. Cette image et cette perception, plutôt que le rendement, constituent donc des obstacles importants qui empêchent le marché canadien d'attirer des capitaux et des compétences supplémentaires.



¹⁴ INSEAD, op. cit.

¹⁵ Ticknor, 2002.

RAPPORT ÉLECTRONIQUE DU CANADA : 2002

» Progression rapide	> Progression	Pause	< En retard
État de préparation	Croissance et accélération	Investissement et image	
> Entreprises branchées » Consommateurs branchés Protection des renseignements personnels et sécurité	Gens de talent en affaires électroniques > Adoption des SAI < Produits et services des affaires électroniques	> Capital de risque > Environnement fiscal et réglementaire Image des affaires électroniques	

> ENTREPRISES BRANCHÉES

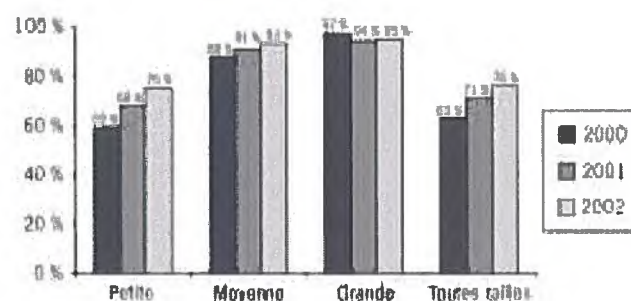
« Bien que plus des deux tiers des entreprises canadiennes soient branchées à Internet, il y a une différence perceptible des taux de connectivité à Internet entre les PME et les grandes entreprises.¹⁶ »

Pour participer à la cyberéconomie, les entreprises doivent d'abord être branchées à des réseaux de télécommunication et à Internet. Ce branchement peut alors servir de plate-forme pour établir sa présence sur le Web et intégrer les SAI à ses activités commerciales. Plus des trois quarts (ou 75 p. 100) des entreprises canadiennes avaient accès à Internet en 2002, contre 63 p. 100 en 2000. Cependant, les petites entreprises tirent considérablement de l'arrière, comme le montre le graphique ci-dessous.

Dans son rapport intitulé *Mesurer l'économie de l'information*¹⁷, l'OCDE a classé le Canada au 12^e rang des pays membres de l'OCDE quant au niveau de connectivité des entreprises ayant 10 employés ou plus. Malgré le fait que le Canada compte un pourcentage important d'entreprises branchées à Internet, il est évident qu'il y a encore place à l'amélioration lorsqu'on le compare à d'autres pays membres de l'OCDE.

Il faut déployer beaucoup plus d'efforts pour encourager les PME à se brancher et à se convertir au commerce électronique. Sinon, le Canada risque d'être perdant au chapitre des gains de productivité découlant de l'adoption du commerce électronique et, en bout de ligne, de ne plus être concurrentiel sur les marchés mondiaux¹⁸.

Figure 1 : Adoption d'Internet par les entreprises canadiennes selon la taille de l'entreprise, 2000-2002



Source : Enquête sur le commerce électronique et la technologie, Statistique Canada, 2002.

¹⁶ Adoption des affaires électroniques : La taille importe-t-elle?, Division des sciences, de l'innovation et de l'information électronique, Statistique Canada, juin 2002.

¹⁷ Mesurer l'économie de l'information, OCDE, op. cit.

¹⁸ Étude canadienne de l'impact d'Internet, op. cit.

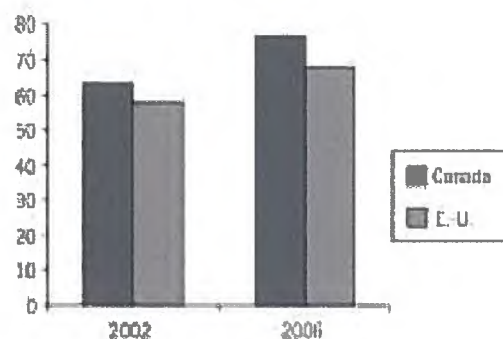
» CONSOMMATEURS BRANCHÉS

Les consommateurs canadiens continuent de se brancher à Internet, même si le taux de croissance ralentit. Près des deux tiers (soit 60 p. 100) des foyers canadiens étaient branchés à Internet en 2001, comparativement à 51 p. 100 en 2000¹⁹. Selon IDC, 63 p. 100 de la population canadienne avait accès à Internet à la fin de 2002 et 77 p. 100 y auront accès en 2006. La connectivité du Canada se compare favorablement à celle des États-Unis puisque seulement 58 p. 100 des Américains avaient accès à Internet en 2002 (voir la figure 2)²⁰.

Même si plus de Canadiens ont accès à Internet, ce sont les Américains qui sont le plus portés à acheter en ligne. En 2002, 21 p. 100 des Canadiens magasinaient en ligne comparativement à 29 p. 100 des Américains. En 2006, cet écart devrait s'élargir légèrement puisqu'on s'attend à ce que 36 p. 100 des Canadiens comparativement à 45 p. 100 des Américains achètent en ligne²¹. De plus, selon un sondage Ipsos-Reid, les consommateurs canadiens dépensent toujours près du tiers (28 p. 100) de leurs dollars en ligne sur des sites établis aux États-Unis²².

Les inquiétudes concernant la sécurité et la protection des renseignements personnels constituent des obstacles importants à la pleine participation des consommateurs canadiens qui évitent de commander et de s'inscrire en ligne par crainte de la façon dont leurs renseignements personnels seront gérés. Ces préoccupations ont été si importantes l'an dernier que les trois quarts des cyberacheteurs canadiens ont décidé de ne faire aucun achat en ligne²³. Du reste, selon un récent sondage d'Ipsos-Reid, 59 p. 100 des Canadiens qui ont accès à Internet n'ont encore fait aucun achat en ligne et 69 p. 100 de ceux qui achètent souvent en ligne, s'inquiètent toujours de la sécurité et de la protection des renseignements personnels²⁴. Tant que les Canadiens s'enthousiasmeront à l'idée d'acheter en ligne, mais auront peur d'en payer le prix, le commerce électronique ne progressera pas.

Figure 2 : Accès à Internet des consommateurs canadiens et américains, 2002-2006



Source : IDC, Internet Commerce Market Model V8.3, 2002.

SERVICES MARINE SECUNDA LTÉE

Secunda Marine Services Limited, de Dartmouth (Nouvelle-Écosse), fondée en 1983, possède et exploite 17 navires qui fournissent des services à d'autres entreprises partout dans le monde. Au cours des deux dernières années et demie, la société a fait des investissements considérables dans le commerce électronique interentreprises qui lui permettent de traiter par voie électronique tant avec ses fournisseurs qu'avec ses clients. Par l'intermédiaire d'Internet, elle est raccordée à ses navires par satellite, peu importe où ils se trouvent dans le monde.

Secunda se spécialise dans les services à l'industrie d'exploration pétrolière et gazière en mer, y compris des services d'approvisionnement, de plongée et de sauvetage, ainsi que l'installation de câbles à fibres optiques transatlantiques. Elle utilise le commerce électronique pour trouver des sources d'approvisionnement en composants et en matériel, pour gérer les stocks et pour préparer et présenter des propositions.

La société a mis en œuvre un système entièrement informatisé qui sert à l'organisation du travail avec les clients partout dans le monde, à la gestion des ressources humaines, à la planification et à l'exécution des travaux d'entretien préventif et à la surveillance du système de gestion de l'assurance de la qualité de la société.

Le système a nécessité un investissement important, que la société s'attend à récupérer à long terme. Secunda est convaincue que le commerce électronique interentreprises est là pour rester. « Le commerce électronique vous procure un avantage. Il vous aide à planifier, à rendre votre entreprise plus efficace et plus efficiente. Il vous aide donc, manifestement, à soutenir la concurrence. »

www.secunda.com

¹⁹ Statistique Canada, *Enquête sur l'utilisation d'Internet à la maison (2001)*, Ottawa.

²⁰ IDC, *Internet Commerce Market Model V8.3*, 2002.

²¹ IDC, *ibid.*

²² Ipsos-Reid, *Rapport canadien Inter@ctif Reid*, mars 2002.

²³ IDC Canada, *Keen to Surf but Scared to Pay: Canadian Internet Privacy Attitudes*, Toronto.

²⁴ Rapport Reid, *op. cit.*



SENSIBILISATION ET ENGAGEMENT DES PME ENVERS LA PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS ET LA SÉCURITÉ

« Ce que l'on ne sait pas *peut* nuire à notre entreprise²⁵. »

Les préoccupations concernant la sécurité et la protection des renseignements personnels constituent des obstacles de premier ordre à l'expansion de l'économie numérique, tant pour les entreprises que pour les consommateurs. Les sociétés s'inquiètent du prix à payer pour assurer le caractère confidentiel des données sur les consommateurs, contrer le vol de renseignements commerciaux de nature exclusive, se protéger contre les virus informatiques, les dommages causés par le piratage informatique et les attaques entraînant un refus de service. Cela explique pourquoi les fournisseurs, les commerçants et les consommateurs demandent maintenant que des mesures soient mises en place pour protéger leurs renseignements avant qu'ils n'effectuent des opérations en ligne.

Outre ces pressions, des exigences de nature juridique ont fait surface en raison des délais imminents de conformité à la *Loi fédérale sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE). Les renseignements personnels de tous les Canadiens seront protégés par la LPRPDE ou par des lois provinciales « essentiellement similaires » d'ici le 1^{er} janvier 2004. La LPRPDE établit des règles à l'égard de la collecte, de l'utilisation et de la communication de renseignements personnels dans le cours des activités commerciales.

Malgré les attentes des consommateurs et des entreprises à l'égard de la sécurité et de la protection des renseignements personnels et l'entrée en vigueur prochaine des exigences juridiques, on constate qu'un nombre impressionnant de PME ne sont pas conscientes de l'importance d'agir. Jusqu'à 81 p. 100 des PME ne sont pas au courant du délai de conformité aux dispositions en matière de protection des renseignements personnels²⁶. Toute atteinte à la protection des renseignements personnels et à la sécurité, qu'elle soit délibérée ou non, aura une incidence négative sur l'entreprise, ses clients et ses employés et entraînera des répercussions économiques de toutes sortes. Les prévisions du Conseil canadien des bureaux d'éthique commerciale évaluent à 2,5 milliards de dollars canadiens ce que coûte annuellement à l'économie le vol d'identité²⁷.

Pour en atténuer l'incidence négative sur la croissance du commerce électronique au Canada et notre compétitivité au sein de l'économie numérique mondiale, de plus grands efforts doivent être déployés pour sensibiliser davantage les entreprises aux questions relatives à la protection des renseignements personnels et à la sécurité.

1. L'ICCe recommande que les pouvoirs publics et le monde des affaires sensibilisent davantage les PME à leurs obligations en matière de protection des renseignements personnels et de sécurité.
2. L'ICCe appuie fortement les efforts en cours d'application de la loi dans le domaine du vol d'identité et autres activités illicites associées à Internet et encourage les pouvoirs publics à prendre les mesures législatives nécessaires.



COMBLER LE FOSSÉ EN MATIÈRE DE PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS ET DE SÉCURITÉ

Les PME doivent apprendre à gérer les risques associés à la sécurité et à la protection des renseignements personnels dans le domaine du commerce électronique. C'est le message que transmet le séminaire gratuit *Mêlez-vous de vos affaires électroniques – La sécurité et la protection des renseignements personnels : un enjeu important*, offert dans les collectivités canadiennes. Traitant de sujets tels que l'évaluation du risque, les politiques en matière de sécurité ou la compréhension des normes imminentes de protection des renseignements personnels, ce séminaire fournit aux chefs d'entreprises les renseignements fondamentaux dont ils ont besoin pour protéger leur entreprise, les consommateurs et toute la chaîne d'approvisionnement.

L'Association des banquiers canadiens est le fer de lance de cette initiative nationale, en collaboration avec la Chambre de commerce du Canada, les chambres de commerce locales et l'Institut canadien des comptables agréés (ICCA).

Pour en savoir davantage, consultez le site Web de l'ABC à l'adresse : www.cba.ca

²⁵ *Mêlez-vous de vos affaires électroniques*, Association des banquiers canadiens, Toronto, juillet 2002.

²⁶ Ibid.

²⁷ <http://www.canadiancouncilbbb.ca>

II GENS DE TALENT EN COMMERCE ÉLECTRONIQUE

La croissance rapide de la technologie de l'information a changé la façon dont nous vivons, travaillons et communiquons. Il en est résulté une demande importante de gens en mesure de concevoir, de construire, d'installer, d'entretenir et de créer des applications informatiques. Même si le secteur technologique a connu un repli en 2001, la demande de ce type de compétences continue de dépasser largement l'offre. Des estimations récentes donnent à penser qu'un million supplémentaire de Nord-Américains pourraient trouver immédiatement un emploi intéressant et bien rémunéré en technologie de l'information s'ils possédaient les compétences nécessaires²⁸.

Même si la main-d'œuvre canadienne est très scolarisée, un grand nombre de diplômés de niveau collégial ou universitaire qui entrent sur le marché du travail ne possèdent pas les compétences en TI requises par la plupart des entreprises. Ces lacunes au Canada sont plus évidentes dans les grandes disciplines comme les sciences informatiques, la conception de systèmes microélectroniques, photoniques et sans fil, la conception de logiciels et l'analyse de systèmes. En outre, il se peut fort bien que le financement des programmes universitaires par le secteur privé soit sur son déclin dans ces domaines. En effet, pour faire face à une croissance en perte de vitesse, les entreprises technologiques – les partisans traditionnels de ces grandes disciplines – pourraient commencer à réduire les fonds qu'ils versent directement aux collèges et aux universités dans le cadre de leurs tentatives de réduction des coûts. La croissance économique future du Canada pourrait être durement perturbée si on ne fait rien de concret pour renverser la vapeur.

Le manque de compétences à la fois techniques et commerciales dont les PME canadiennes ont besoin pour élaborer des modèles de commerce électronique et des SAI constitue également un obstacle. Il existe environ 1 million de PME au Canada. Plus de 20 p. 100 des PME, soit 200 000, ne peuvent trouver les employés qualifiés qu'il leur faut pour mettre en œuvre leurs activités de commerce électronique. Le Canada doit instaurer une stratégie globale pour établir un lien entre la formation professionnelle et les besoins des PME.

3. L'ICCe recommande que les pouvoirs publics et le secteur privé aident les collèges, les universités et les instituts de technologie canadiens à élaborer et à offrir des cours aux étudiants et des programmes de perfectionnement abordables aux PME sur les SAI.
4. L'ICCe recommande que le gouvernement fédéral et le secteur privé s'engagent à répondre aux besoins en ressources humaines des PME en élargissant l'accès aux programmes comme eCorps et la formation en cours d'emploi.

LE PROJET PILOTE eCorps – PROFIL D'UNE PME D'ACCUEIL

Grâce à l'initiative de l'ICCe, eCorps, programme de stages en technologie de l'information (TI), a été lancé à l'automne 2002 en tant que projet pilote. Industrie Canada a fourni des fonds de démarrage pour jumeler 50 diplômés provenant d'universités ou de collèges canadiens et possédant des compétences en technologie de l'information et des communications (TIC) avec des PME pour une période de quatre mois. Les derniers stages se sont terminés à la fin de mars 2003 et ont donné des résultats importants à deux niveaux. D'abord, l'employabilité des diplômés en TI a augmenté de façon remarquable : près de la moitié des stagiaires sont demeurés au service de leur PME d'accueil ou ont trouvé des postes en TI dans d'autres entreprises. De plus, les PME ont tiré partie des compétences des diplômés, ce qui leur a permis d'améliorer considérablement leurs rendements dans le domaine du commerce électronique suite à ces projets d'une durée de quatre mois.

Située à Edmonton (Alberta), l'entreprise Redengine Inc. a, depuis 1996, élaboré des solutions Internet gagnantes pour ses clients. L'entreprise désire créer un intranet qui intégrerait son programme comptable ainsi que ses systèmes de gestion de projets et de contenu pour permettre aux employés d'avoir rapidement accès à des renseignements importants.

Le programme eCorps a permis à Redengine de compléter la première phase de sa stratégie d'intégration : la conception de l'intégration interne. Au cours du projet de quatre mois, le stagiaire eCorps a conçu les systèmes principaux nécessaires à la création de l'intranet de l'entreprise. L'intranet contribuera à améliorer la productivité de Redengine en offrant aux employés un meilleur accès aux renseignements et en leur permettant de travailler dans des endroits éloignés.

L'entreprise Redengine a été très satisfaite du programme eCorps, du processus et du stagiaire. Ce dernier s'est d'ailleurs vu offrir un poste à temps plein au sein de l'entreprise.

« Mon stage eCorps m'a donné l'occasion de mettre en pratique mes connaissances des technologies Internet. Ces connaissances m'ont permis d'intégrer les services et les communications au sein de l'entreprise. J'ai appris à interagir et à collaborer étroitement avec mes collègues. »

– Stagiaire

Pour des plus amples renseignements sur eCorps, visitez le www.ecorpscanda.ca

²⁸ www.itac.ca (voir la section sur les compétences en TI).

ADOPTION DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

« [...] les entreprises connectées, et plus particulièrement les petites entreprises, étaient lentes à adopter des solutions plus sophistiquées de type « commerce électronique²⁹. »

Les affaires électronique peut valoriser les activités commerciales en réduisant les coûts, en augmentant les ventes et en instaurant des éléments de rendement qui permettent aux entreprises d'être plus productives et concurrentielles. À ce jour, pratiquement toutes les entreprises qui ont adopté les SAI en ont retiré des avantages financiers : augmentation des revenus et réduction du coût des marchandises vendues, des frais commerciaux et des frais généraux et administratifs³⁰. Or les PME canadiennes, l'âme même de l'économie, n'adoptent pas le commerce électronique ni ne mettent en œuvre des SAI assez rapidement. Un peu plus de la moitié des PME canadiennes ont adopté au moins une SAI, mais 28 % d'entre elles déclarent qu'elles n'ont pas l'intention d'adopter ces solutions³¹.

Il existe un certain nombre d'obstacles qui semblent freiner de nombreuses PME, y compris les inquiétudes concernant la sécurité et la protection des renseignements personnels, l'incertitude qui plane sur le rendement du capital investi (RCI), les coûts élevés de la mise en œuvre et de maintenance, le manque de gens de talent et le fait que les fournisseurs ou les clients ne sont pas prêts. Au cours de l'année dernière, l'ICCe s'est penchée sur ces obstacles et s'est efforcée de fournir aux PME des renseignements et des outils pertinents, reconnaissant que les entreprises canadiennes devront compter sur la productivité accrue qui découle du commerce électronique pour réussir dans l'économie numérique.

Les derniers résultats indiquent que la « lenteur d'adoption » diffère selon le secteur et la taille de l'entreprise. D'après l'*Étude canadienne de l'impact d'Internet : l'expérience internationale*, les entreprises moyennes qui comptent entre 50 et 100 employés ont réalisé d'étonnants progrès, rejoignant ou même surpassant leurs homologues de l'Union européenne ou des États-Unis au chapitre de l'adoption de SAI précises. Par exemple, ces entreprises ont été les premières à adopter des solutions en matière de finances, de comptabilité et de service à la clientèle, mais elles ont été plus lentes à utiliser les outils de gestion de la chaîne d'approvisionnement et d'automatisation de la force de vente. Ces résultats ne font qu'intensifier la nécessité d'élaborer des stratégies sectorielles concertées afin que les PME adoptent des technologies plus sophistiquées³².

Les PME canadiennes doivent abandonner leur mentalité conservatrice traditionnelle et devenir plus proactives et dynamiques en se renseignant sur les enjeux et les occasions associés à l'économie numérique. Sinon, elles risquent d'être marginalisées en tant que fournisseurs sur les marchés mondiaux de plus en plus concurrentiels.

5. À la lumière du succès remporté par la conférence nationale Partenariat aux affaires électroniques, l'ICCe recommande que les associations sectorielles et les pouvoirs publics travaillent en partenariat pour élaborer des évaluations et des plans d'action sectoriels adaptés aux besoins des divers secteurs.

Figure 3 : Impact financier des SAI



Source : Étude canadienne de l'impact d'Internet : l'expérience des PME, nov. 2002

²⁹ Statistique Canada, *Le Quotidien*, Ottawa, 3 mars 2003.

³⁰ *Étude canadienne de l'impact d'Internet : L'expérience des PME*, op. cit.

³¹ Ibid.

³² *Étude canadienne de l'impact d'Internet : L'expérience internationale*, op. cit.



S'ATTAQUER AU PROBLÈME DE RCI

Étude canadienne de l'impact d'Internet : l'adoption est synonyme d'avantage concurrentiel

« Le commerce électronique est un instrument novateur qui a pour effet d'améliorer la productivité des petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes et d'accroître la compétitivité de l'économie canadienne.³³ »

Les résultats de l'*Étude canadienne de l'impact d'Internet*, l'expérience des PME indiquent que les entreprises qui ont adopté les SAI ont vu leurs ventes augmenter, leurs coûts diminuer et leur compétitivité s'accroître. En moyenne, les revenus ont progressé de 7 % et les coûts ont reculé de 9,5 % (coût des marchandises vendues) et de 7,5 % (frais commerciaux, généraux et administratifs). De plus, la satisfaction envers les SAI est élevée parmi les entreprises qui les ont adoptées³⁴.

À titre d'exemple, une entreprise ayant des revenus de 10 millions de dollars, une marge brute de 20 % et une marge nette de 10 % peut accroître son profit net de 154 % dans le cas du « meilleur » scénario fondé sur ces variations de revenus et de coûts.

OFFRE EN MATIÈRE D'AFFAIRES ÉLECTRONIQUE

Le manque de produits et de services abordables et évolutifs du domaine d'affaires électronique fait obstacle à l'adoption généralisée des SAI par les PME. La marge bénéficiaire revêt une grande importance lorsqu'il s'agit de cibler les PME. Par leur nature, les PME représentent un marché peu rémunérateur pour les fournisseurs de TI parce qu'elles sont dispersées sur les plans sectoriel et géographique et qu'elles dépensent peu sur le TI. En outre, les PME ont mis un certain temps à adopter les SAI et les fournisseurs font remarquer que cette faible demande constitue un obstacle à leur capacité de leur fournir des outils de commerce électronique tout en réalisant un bénéfice. Dans le cas de nombreux produits de commerce électronique ciblant les PME, la marge bénéficiaire est en grande partie utilisée pour former les petites entreprises et leur apporter un soutien. Cela constitue un facteur dissuasif pour de nombreux fournisseurs.

Certaines tentatives commerciales ont été faites pour inciter les PME à adopter les affaires électronique commerce électronique par l'entremise des cybermarchés ou de systèmes d'échanges numériques, tels que Procuron Inc.³⁵, mais elles n'ont obtenu que des résultats mitigés. Toutefois, la coopération entre les fournisseurs de SAI, les associations sectorielles et les chefs de file de l'industrie peut faciliter l'élaboration de normes industrielles sur les systèmes d'échanges numériques qui aideront les PME à adopter les affaires électronique.

Une étude récente menée auprès de chefs d'entreprises canadiens et de directeurs de l'approvisionnement indique que le manque de ressources spécialisées est un obstacle important à la mise en œuvre de systèmes d'approvisionnement en ligne. Il convient plus particulièrement de noter que les PME sous-estiment le coût de la mise en œuvre et du soutien technique de ces systèmes et que seulement 4 % d'entre elles ont reçu une formation suffisante de leur fournisseur de solutions³⁶. Pour régler ce problème, certaines grandes entreprises, comme Pratt & Whitney Canada, offrent de la formation à leurs petits et moyens fournisseurs sur leurs propres applications de commerce électronique, dans le cadre d'une stratégie explicite visant à établir des chaînes d'approvisionnement en ligne³⁷.

DaimlerChrysler, Ford Motor Company et General Motors ont annoncé conjointement leur intention de collaborer pour créer une place de marché internationale business-to-business destinée aux fournisseurs. Chaque entreprise a fourni sa propre solution e-business pour éviter aux fournisseurs de travailler avec différents systèmes redondants. Cette décision d'intégration et de collaboration avait pour objectif de réduire les coûts, faciliter les pratiques commerciales et augmenter de manière significative l'efficacité de tout le secteur.

www.covisint.com

³³ *Étude canadienne de l'impact d'Internet*, op. cit.

³⁴ Ibid.

³⁵ Procuron était une place d'affaires conçue pour permettre aux entreprises canadiennes d'acheter des biens et des services en ligne, notamment des logiciels, des services de voyage et des fournitures de bureau, en combinant le pouvoir d'achat de ses actionnaires – Bell Canada, CIBC, la Banque Scotia et le Mouvement des caisses Desjardins – et de leurs clients de façon à réduire la complexité du processus pour les fournisseurs et les coûts de la chaîne d'approvisionnement. Procuron Inc. a mis fin aux activités de sa place d'affaires électronique le 13 septembre 2002 en raison de complications avec la plate-forme et d'un faible achalandage.

³⁶ Association canadienne de gestion des achats (ACGA), communiqué de presse : « Soubresaut sur la route de l'approvisionnement électronique au Canada » (fondé sur deux études sur l'approvisionnement électronique menées par le Conference Board du Canada), mai 2002.

³⁷ Conference Board du Canada; délibérations du Council on e-Business Innovation, 2002-2003.

Covisint est un bon exemple de ce genre de coopération dans le secteur de l'automobile. En unissant leurs efforts et en éliminant trois systèmes exclusifs, les membres de Covisint ont permis aux PME du monde de l'automobile d'établir des pratiques de commerce électronique (voir l'encadré ci-haut). L'industrie de l'automobile peut servir de modèle d'adoption précoce aux autres secteurs qui devraient être encouragés à élaborer des systèmes tenant compte des PME.

6. L'ICCe recommande que les fournisseurs de SAI coopèrent avec les associations sectorielles et les chefs de file de l'industrie pour mettre au point des systèmes d'échanges numériques sectoriels normalisés et évolutifs qui peuvent être utilisés par les PME.

> CAPITAL DE RISQUE

Le capital de risque continuera d'être essentiel au monde des affaires canadien. Bien que le financement en capital de risque ait chuté au Canada en 2002, ce recul a été moins prononcé que celui qu'a connu le marché du capital de risque des États-Unis. Les débours ont baissé de 35 % au Canada, passant de 3,8 milliards de dollars canadiens en 2001 à 2,5 milliards en 2002. Sur les marchés américains, ils ont plongé d'environ 51 %, se chiffrant à 21,2 milliards de dollars canadiens en 2002 comparativement à 41,3 milliards en 2001³⁸.

Toutefois, en pourcentage du PIB, le marché du capital de risque du Canada est en croissance, se classant au deuxième rang des pays membres de l'OCDE.³⁹ « Alors que les marchés ont été marqués cette année par la correction des cours et la prudence des investisseurs, l'industrie du capital de risque du Canada a malgré tout donné des signes de vigueur, tout particulièrement dans les derniers mois de 2002. Les flux de capitaux ont totalisé 2,5 milliards de dollars en 2002, en partie attribuables à l'explosion des activités des sociétés technologiques au quatrième trimestre, alors que les débours se sont élevés à 754 millions de dollars, en augmentation de 51 p. 100 comparativement à 500 millions de dollars au troisième trimestre⁴⁰. »

Malgré une baisse réelle de l'investissement, le capital étranger s'est maintenu au même niveau relatif qu'en 2001, représentant le quart de tous les investissements en capital de risque au Canada en 2002. Cette donnée indique toutefois que, même si les résultats ont été excellents au quatrième trimestre, l'investissement au Canada est toujours tributaire d'un climat d'incertitude et d'un secteur de la haute technologie apathique. En raison de l'incertitude des marchés, les fonds ont été stratégiquement réservés pour des opérations à venir qui ont, tout compte fait, représenté 74 p. 100 des flux de capitaux, contre 63 p. 100 il y a deux ans⁴¹.

Répartition du capital de risque 2002

Ontario – 1,3 milliard \$ (un peu plus de 50 p. 100)

Ottawa : 735 millions \$

RGT : 449 millions \$

Québec – 722 millions \$

Le Québec a aussi dominé au Canada dans le nombre d'entreprises bénéficiaires de capital de risque qui s'élevait à 344 ou 51 p. 100 du total.

Montréal : 527 millions \$

C.-B. – 251 millions \$ répartis entre 64 sociétés

Source: MacDonald & Associates

STONG'S MARKET

Si vous habitez à Vancouver et avez accès à Internet, vous pouvez maintenant faire vos courses en ligne, chez Stong's Market, et les faire livrer à votre domicile. Stong's Market est une épicerie familiale qui s'est lancée dans le cyberspace en mai 1998.

Le processus est simple. D'abord le client s'inscrit, puis il peut ensuite acheter des produits du magasin en ligne, qui est organisé comme un véritable magasin, avec des rayons de fruits et de légumes frais, de produits laitiers, de boucherie, etc. Stong's a déjà 600 clients réguliers en ligne. Les commandes peuvent aussi être passées par téléphone, télécopieur ou courriel. Actuellement, Stong's reçoit environ 130 commandes par semaine, dont 90 à 100 en ligne.

Stong's a ajouté des éléments à son système pour rendre cette expérience encore plus facile pour les clients en ligne. Une des options donne le coût total des articles choisis par l'acheteur, alors qu'une autre lui permet de mettre en évidence les produits qu'il achète souvent afin de ne pas avoir à les chercher à l'avenir. Ces options servent à rendre le magasinage en ligne facile et rapide pour le client. C'est un outil idéal pour les gens d'affaires occupés du centre-ville et pour les mères de famille qui restent à la maison et qui n'ont ni le temps ni la volonté de faire des courses. C'est une solution parfaite pour quiconque veut économiser du temps.

www.stongs.com

³⁸ Association canadienne du capital de risque, www.cvca.ca.

³⁹ Günseli Baygan, *Venture Capital Policy Review: Canada*, DSTI de l'OCDE, document de travail 2003.

⁴⁰ MacDonald & Assoc., op. cit.

⁴¹ MacDonald & Assoc., ibid.

Dans le climat actuel de réduction du capital disponible, il est plus important que jamais d'attirer de nouveaux investissements. Si on modifie le régime fiscal, qu'on continue à mettre la priorité sur la satisfaction des besoins des PME en matière de compétences et qu'on fait savoir que le Canada est un milieu favorable au commerce électronique, on ne pourra que faciliter grandement la réalisation de cet objectif.

> ENVIRONNEMENT FISCAL ET RÉGLEMENTAIRE

« Les modifications fiscales adoptées en 2000 et 2001 ont continué d'améliorer le climat pour le commerce électronique et l'innovation au Canada⁴². »

Les politiques en matière de fiscalité et de réglementation influent énormément sur les décisions d'investissement des entreprises. Le Canada doit continuer à créer un climat qui encourage les PME à innover et à adopter les nouvelles technologies en répondant à leurs besoins financiers. Il ne peut compenser l'avantage inhérent du marché américain qu'en établissant des distinctions importantes – des taux d'imposition vraiment inférieurs – qui inciteront les personnes éminentes à en tenir compte et à songer sérieusement à implanter leur prochaine entreprise ou à investir dans ce pays.

Les modifications fiscales annoncées dans le budget fédéral de 2003 nous rapprochent davantage de ce climat commercial favorable. Le gouvernement fédéral respecte en outre ses engagements en matière de réglementation. Le premier ministre a nommé Hugh MacDiarmid à la présidence du Comité consultatif externe sur la réglementation intelligente le 11 février 2003; le budget de 2003 prévoit d'ailleurs une somme de 4 millions de dollars sur deux ans pour appuyer les travaux de ce comité.

Le budget a annoncé que des modifications seraient apportées aux règlements touchant les sociétés en commandite. Le régime fiscal canadien comporte un certain nombre d'entraves structurelles qui dissuadent les grandes institutions, telles que les caisses de retraite, à investir dans le secteur du capital de risque. Des entraves similaires minent la capacité des investisseurs étrangers, tels que les grands consortiums de capital institutionnel établis aux États-Unis, d'investir directement dans un fonds de capital de risque canadien. Après avoir consulté le milieu du capital de risque du Canada, le gouvernement fédéral, dans son budget de 2003, a annoncé son intention de régler nombre de ces questions. Si ces entraves sont éliminées, le secteur canadien du capital de risque aura la possibilité sans précédent d'attirer les principaux investisseurs institutionnels du Canada et des États-Unis. L'ICCe a hâte de prendre connaissance des détails de ces propositions et de voir leur mise en œuvre dans un très proche avenir.

L'un des principaux domaines où des changements s'imposent concerne les dispositions régissant le roulement des gains en capital. Le budget fédéral de 2003 annonçait l'élargissement des mesures relatives au roulement des gains en capital en éliminant le plafond de 2 millions de dollars pour deux types de transaction. Le roulement ne s'applique toutefois qu'aux particuliers, un groupe dont les possibilités d'investissement sont relativement faibles. On ne peut établir avec certitude si ces investisseurs ont en fait recours au roulement des gains en capital. La mesure en question devrait donc être élargie pour s'appliquer aux investisseurs institutionnels. Le budget de 2003 prévoit également une réduction du taux d'imposition des petites entreprises qui passera à 12 p. 100 pour la première tranche de 200 000 \$ de revenu admissible. Ce plafond sera porté à 300 000 \$ sur quatre ans.

Parmi les autres mesures qui seront mises en place pour améliorer le climat des affaires, notons l'élimination progressive de l'impôt sur le capital sur une période de cinq ans à partir de janvier 2004, impôt dont seront totalement exemptées les moyennes entreprises dès 2004. En outre, les dispositions relatives au roulement des gains en capital ont été élargies afin d'éliminer le plafond de 2 millions de dollars applicable au placement initial à l'égard duquel le report est autorisé et le plafond de 2 millions de dollars applicable au montant qui peut être réinvesti dans des actions d'une petite entreprise admissible. Le budget prévoit aussi des crédits d'impôt pour les dépenses consacrées à la recherche scientifique et au développement expérimental et d'autres programmes importants qui offrent un soutien financier et des mesures incitatives aux PME qui se lancent dans la recherche.

7. L'ICCe recommande que le gouvernement fédéral élargisse les dispositions relatives au roulement des gains en capital en cas de réinvestissement pour qu'elles s'appliquent aux investisseurs institutionnels, ce qui aura une plus grande incidence sur l'économie.
8. L'ICCe recommande que le gouvernement fédéral mette en œuvre immédiatement les changements annoncés touchant les règles régissant les sociétés en commandite admissibles.

⁴² Pour une progression rapide 3.0, op. cit.

II IMAGE INTERNATIONALE DU CANADA AU CHAPITRE DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE : FAIRE CORRESPONDRE PERCEPTIONS ET RENDEMENT

Le Canada est l'une des économies les plus avancées au monde sur le plan technologique. Il est le chef de file mondial en matière de connectivité Internet des ménages et son taux de pénétration du service à large bande est le deuxième, après celui de la Corée du Sud⁴³. Le Canada se classe troisième derrière les États-Unis et le Japon pour la valeur du commerce électronique par habitant⁴⁴ et a un taux élevé d'entreprises branchées, soit 76 p. 100⁴⁵. Il peut aussi s'enorgueillir d'avoir l'un des taux les plus élevés au monde de scolarité postsecondaire et une main-d'œuvre possédant de grandes compétences en TI.

Ce sont des Canadiens qui ont inventé Java, le courriel sans fil et qui ont défini le langage XML. Selon la revue *Wired Magazine*, plus de 80 p. 100 des logiciels d'animation et d'effets spéciaux sont d'origine canadienne. Dans le rapport intitulé *Global Information Technology Report 2002-2003 – Readiness for the Networked World*, récemment publié par le Forum économique mondial, le Canada est passé du 12^e au 6^e rang dans le classement général des pays.

Pourtant, le fait que le Canada est l'une des économies numériques les plus avancées dans le monde est encore peu reconnu. Selon une étude de Burson-Marsteller sur les perceptions qu'ont les Américains du Canada, les Canadiens sont d'abord reconnus pour leur amabilité, leur charme et leur calme. Passent aux derniers rangs la performance, l'innovation et le fait d'être à la page (voir Figure 4).

Une étude menée auprès de 80 chefs d'entreprise britanniques sur leurs perceptions du Canada comme endroit où implanter éventuellement une entreprise montre que seulement 15 p. 100 d'entre eux croient que nous possédons une main-d'œuvre qualifiée. De plus, 55 p. 100 ont indiqué qu'ils avaient l'impression que la conjoncture économique canadienne du Canada pourrait se détériorer à l'avenir⁴⁶.

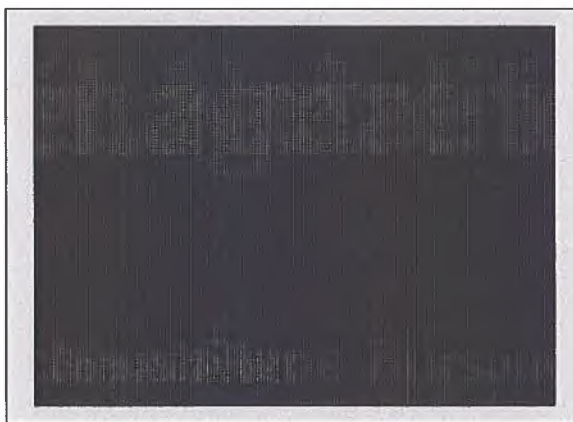
L'image et les perceptions, plutôt que le rendement, constituent la principale raison qui nous empêche d'attirer plus d'investissements et de gens compétents sur le marché canadien. Les perceptions se fondent souvent sur notre passé qui nous présente comme une économie fondée sur les ressources et fortement imposée. Ces perceptions sont à maintes reprises renforcées par la mise en évidence de facteurs liés à la qualité de vie et d'images traditionnelles (police montée et orignaux) dont se servent ceux qui font la promotion du commerce et de l'investissement au Canada. La campagne de promotion du Canada la mieux coordonnée se fait probablement sous les auspices de la Commission canadienne du tourisme qui met en évidence la beauté naturelle du pays et ses grands espaces.

Pour modifier ces perceptions mondiales, il faut déployer des efforts systématiques visant à redorer l'image du Canada. Nous devons élaborer de nouveaux concepts de promotion du commerce et de l'investissement. Nos consulats et nos missions commerciales doivent recentrer leurs efforts afin de faire connaître le Canada comme une économie numérique dynamique et novatrice. Enfin, les chefs de file du secteur privé qui font office d'ambassadeurs du commerce électronique pourraient aider à communiquer ce message et à le renforcer.

De nos jours, les TIC sont une force dominante parce qu'elles permettent aux sociétés d'exploiter de nouveaux réseaux de distribution, de créer de nouveaux produits et d'offrir aux consommateurs des services différenciés à valeur ajoutée. Les TIC sont également un important catalyseur de la transformation sociale et du progrès national. Des disparités sur le plan des niveaux d'état de préparation aux TIC de leur utilisation pourraient entraîner des disparités dans les niveaux de productivité et donc avoir une incidence sur le taux de croissance économique d'un pays.

Source : Forum économique mondial, *Global Information Technology Report 2002-2003 – Readiness for the Network World*, 2003.

Figure 4



⁴³ OCDE, op. cit.

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Statistique Canada, *Enquête sur le commerce électronique et la technologie*, op. cit.

⁴⁶ Mori, 2002.

9. L'ICCe recommande de faire connaître l'économie numérique du Canada, au reste du monde, de façon dynamique et coordonnée en mettant en valeur le niveau de connectivité, le niveau d'instruction et les capacités technologiques du Canada.



REDORER L'IMAGE DU CANADA

Innovation Nation, révélation de l'image du Canada au monde entier

Ce livre révèle ce que d'aucuns considèrent comme un secret bien gardé. Ce secret est devenu un élément essentiel de la compétitivité et de la rentabilité de nombreuses sociétés. Il peut permettre à des créateurs d'entreprises d'être plus prospères, à des investisseurs d'être plus riches, à des décideurs de favoriser davantage la croissance économique, voire même enhardir des personnes à se lancer sur la voie de l'entrepreneuriat. Ce secret est le suivant : le Canada est un chef de file mondial dans le domaine de la technologie; c'est une *nation novatrice*.

De l'invention de Java à la création du logiciel d'animation tridimensionnelle utilisé pour la réalisation du film *Le Parc jurassique* (qui a énormément modifié la façon dont les films sont faits à Hollywood), les Canadiens se sont lentement placés en position de tête dans l'économie technologique. Les Canadiens Jim Balsillie et Mike Lazaridis se sont faits les champions du courriel sans fil et ont créé Research in Motion; Jeff Skoll, un Montréalais, est le cofondateur d'eBay et le Vancouverois Tim Bray travaille aux côtés du créateur du Web Tim Berners-Lee au sein du World Wide Web Consortium. Dans tous les domaines de la technologie, des Canadiens ont soit collaboré aux innovations les plus importantes de notre époque ou en ont été les instigateurs.

La notion voulant que les Canadiens soient des technologistes de calibre international n'est pas particulièrement présente dans l'esprit des gens lorsqu'ils définissent l'identité des Canadiens. Pour ceux qui habitent à l'extérieur du Canada, surtout les Canadiens qui ont quitté le pays il y a longtemps parce qu'il grevait les citoyens d'impôts punitifs et que son économie ne valorisait pas la création de la richesse, l'idée d'un Canada novateur semble encore plus étrange. Les choses ont pourtant changé.

Réimprimer avec la permission de John Wiley & Fils, Canada.

ÉCONOMIE NUMÉRIQUE : DÉBOUCHÉS ET MENACES

Les progrès de l'économie numérique au Canada ont été constants dans les domaines du capital de risque et des régimes fiscaux et réglementaires, et ont été rapides en matière de connectivité des consommateurs. Par contre, pour ce qui est de l'accélération de l'adoption du commerce électronique par les PME, de l'élaboration de pratiques en matière de protection des renseignements personnels et de sécurité et de la promotion efficace de l'image du Canada, le chemin parcouru n'est pas suffisant. Tel que noté dans l'Étude canadienne de l'impact d'Internet 1 et 2, bien que des PME dans des secteurs spécifiques progresse, la plupart des PME canadiennes, en particulier les plus petites PME, tirent de l'arrière par rapport à nos partenaires commerciaux mondiaux quant à leurs capacités d'offrir des services d'affaires électroniques. Les gouvernements et les entreprises doivent considérer cette diffusion inégale parmi les secteurs comme une menace possible non seulement pour les entreprises, mais également pour la santé de l'économie canadienne.

Le Canada doit intensifier ses efforts en vue de participer pleinement à l'économie numérique du XXI^e siècle. Nous devons saisir les occasions que nous offrent notre main-d'œuvre très instruite et nos niveaux élevés de connectivité pour mettre au point des applications plus perfectionnées et atteindre un niveau d'adoption des affaires électroniques qui nous conduiront à une économie numérique plus productive. Pour ce faire, les différents paliers de gouvernement, les établissements d'enseignement et l'industrie ont tous un rôle à jouer.

ÉLARGIR LA VISION DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE DU CANADA

Il y a un an, le rapport intitulé *Pour une progression rapide 3.0* indiquait que le Canada se trouvait dans une bonne position pour tirer parti des occasions qu'offre l'économie numérique. Certains progrès ont été enregistrés, mais le Canada doit toujours faire en sorte que ses hauts niveaux de connectivité Internet favorisent une utilisation plus poussée du commerce électronique pour, en bout de ligne, obtenir une productivité accrue pour l'économie dans son ensemble.

L'*Étude canadienne de l'impact d'Internet* montrait clairement que les entreprises qui mettent en œuvre une certaine forme de SAI accroissent leurs revenus et réduisent leurs coûts, et sont même chef de file à l'échelle mondiale, pourtant de nombreuses entreprises n'en sont pas encore convaincues. Certaines ont été arrêtées par l'hécatombe des sociétés point com et les questions de sécurité, alors que d'autres ne sont pas encore au courant des possibilités d'amélioration des procédés opérationnels qu'offre les affaires électroniques, notamment pour la question des relations avec la clientèle.

Le commerce électronique n'a pas perdu en importance au cours de la dernière année; bien au contraire, sa présence *s'intensifie* et devient même de plus en plus cruciale au fil du temps. Des groupes ont élaboré divers programmes et outils d'information pour régler le problème de l'adoption du commerce électronique par les PME, mais nous devons élaborer des méthodes plus convaincantes pour renforcer notre exceptionnelle infrastructure de télécommunication, y compris le réseau à large bande, et les niveaux élevés de connectivité des consommateurs et des entreprises.

LES CORPOSANTS DE BASE DE L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

Les parties intéressées doivent faire certains investissements-clés afin de permettre au Canada d'exploiter pleinement les avantages de l'économie numérique. Le Canada doit investir davantage dans le déploiement de l'infrastructure de large bande, supporter le développement des affaires électroniques dans tous les secteurs, créer un Internet sécuritaire et fiable et le gouvernement, de tous les paliers, doivent agir en utilisateurs-modèles.





RÉSEAU À LARGE BANDE

Le service à large bande permet, bien plus que d'accélérer la vitesse d'accès à Internet : l'OCDE reconnaît que l'accès à des réseaux de communication à large bande est important pour la croissance et le développement économique⁴⁷. Ce type d'infrastructure est non seulement crucial pour les entreprises, mais également essentiel pour le développement de nos collectivités et la distribution de services aussi divers que les services bancaires, l'éducation et les soins de santé.

Le Canada est un chef de file du déploiement de l'accès Internet haute vitesse. Selon un rapport de l'OCDE, le Canada se classe au deuxième rang, après la Corée du sud, pour ce qui est des taux de pénétration des modems câbles et des services Internet haute vitesse par ligne d'accès numérique. Le service à large bande jouera un rôle extrêmement important dans le développement futur des affaires électroniques et sera l'un des facteurs habilitants clés de l'adoption des SAI par les PME.

Un accès omniprésent et abordable aux réseaux à large bande assurera une utilisation plus efficace du temps passé en ligne et permettra aux entreprises de mettre au point des applications commerciales plus novatrices et perfectionnées. L'infrastructure de télécommunication à large bande doit devenir la plate-forme universelle que les consommateurs et les entreprises utilisent pour accéder à Internet. Dans ce contexte, les stratégies d'adoption des affaires électroniques par les PME constituent un aspect crucial du déploiement d'un réseau à large bande viable sur le plan économique.

DES STRATÉGIES SECTORIELLES POUR BÂTIR L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

Il y a des limites à ce que l'infrastructure peut faire. Ce sont les utilisateurs, particulièrement les entreprises, qui se serviront du réseau pour attirer de l'argent neuf dans leur collectivité et qui en feront un outil précieux et durable. Si l'on encourage l'adoption et l'utilisation généralisées des affaires électroniques, on ne peut qu'augmenter les avantages nets du réseau. C'est la façon la plus directe d'améliorer la productivité au Canada et de devenir plus compétitif dans l'économie mondiale.

Certains secteurs de l'économie servent de modèles pour la loi de Metcalfe, qui énonce que la valeur d'un réseau croît de façon exponentielle avec le nombre d'utilisateurs⁴⁸. À titre d'exemple, citons l'industrie des pièces et accessoires d'automobile et l'utilisation des réseaux de télécommunication qui prennent de la valeur au fur et à mesure que s'ajoutent de nouveaux utilisateurs. Les grandes entreprises peuvent jouer un rôle essentiel pour le développement de l'économie numérique au Canada en créant des systèmes d'échange et en élaborant des réseaux sectoriels spécifiques. Les entreprises qui adoptent la nouvelle technologie font partie de l'avant-garde qui peut encourager les fournisseurs plus petits et les clients de leur secteur à suivre la voie de l'économie numérique.

Les associations sectorielles peuvent aussi jouer un rôle important en permettant d'identifier les chefs de file et en collaborant avec eux pour cerner les obstacles propres au secteur et élaborer des normes et des systèmes d'échange. Les stratégies sectorielles à l'échelle de l'économie représentent un investissement clé du cercle vertueux de développement de l'économie numérique au Canada.

INTERNET, UNE PLATE-FORME EFFICACE

Le piratage sur Internet, l'usurpation d'identité et autres recours abusifs au réseau, y compris le pourriel, ont miné l'efficacité d'Internet en tant qu'outil destiné aux citoyens et aux entreprises. Au cours des dernières années, le volume de pourriels a augmenté de façon exponentielle, engorgeant les réseaux et coûtant des milliards de dollars aux fournisseurs de services et aux entreprises en perte d'utilisation du service à large bande et de productivité. Le Gartner Group Inc. estime que près de la moitié de tous les courriels reçus par une entreprise sont des courriels⁴⁹. La peur qu'engendre l'utilisation illicite d'Internet, telle que l'usurpation d'identité et le piratage, incite les consommateurs et les entreprises à ne pas faire d'opérations en ligne.

Pour créer une plate-forme sur laquelle les Canadiens puissent effectuer des opérations de façon plus efficace, plus sûre et plus fiable, les pouvoirs publics et les entreprises doivent, de concert, tant sur le plan national qu'international, s'attaquer aux problèmes de piratage et de cybercriminalité. Par exemple, le Canada est signataire de la *Convention sur la cybercriminalité* du Conseil de l'Europe qui est le premier traité international sur les infractions criminelles, y compris l'usurpation d'identité, la contrefaçon, la fraude et la pornographie infantile, commises par l'entremise d'Internet et autres réseaux informatiques. L'objet principal de cette convention est d'instaurer une politique criminelle commune visant à protéger la société contre la cybercriminalité, en adoptant des lois appropriées et en encourageant la coopération internationale. Cette convention vise, en bout de ligne, à harmoniser les lois criminelles associées aux délits informatiques et à rehausser la coopération internationale au moyen de mécanismes communs d'assistance judiciaire.

⁴⁷ Accès large bande pour entreprise, OCDE, DSTI/ICCP/TISP(2002)3/Final.

⁴⁸ <http://www.mgt.smu.edu/mgt487/mgtissue/newstrat/metcalfe.htm>

⁴⁹ « Putting a lid on e-mail spam », *National Post*, 19 mars 2003.



LES POUVOIRS PUBLICS, UN UTILISATEUR MODÈLE

Les pouvoirs publics peuvent jouer un rôle précieux en tant qu'utilisateur modèle, pour un certain nombre de raisons. Les stratégies de Gouvernement en direct peuvent permettre d'accroître l'efficacité en appliquant les affaires électroniques à des procédés qui ont cours au sein des administrations, entre les paliers de gouvernement et avec les entreprises et les citoyens, améliorant ainsi la rapidité et l'accès aux services publics. Cela peut aussi encourager le développement de l'infrastructure nationale. L'effet d'implantation ascendante possible et les répercussions économiques subséquentes d'une stratégie intégrée de Gouvernement en direct pourraient être importants.

Le gouvernement fédéral a accompli d'importants progrès pour ce qui est du Gouvernement en direct et est reconnu dans ce domaine à l'échelle internationale. Pendant trois ans, le Canada s'est hissé au premier rang de l'étude comparative annuelle sur les cybergouvernements internationaux d'Accenture intitulée *eGovernment Leadership*⁵⁰. En dépit des progrès accomplis, tous les paliers de gouvernement doivent participer à l'économie numérique en offrant des services publics sur Internet. Le Groupe conseil sur le Gouvernement en direct, qui a présenté récemment les recommandations qui suivent à la présidente du Conseil du Trésor, partage cette conclusion.

Le gouvernement fédéral doit :

- entreprendre une transformation fondamentale pour créer un réseau intégré de prestation de services et adopter une démarche axée sur les utilisateurs;
- faire en sorte que l'initiative Gouvernement en direct redevienne une priorité pangouvernementale pouvant servir de catalyseur à la transformation des administrations par la mise en place d'un réseau de prestation multimodale de services⁵¹.

Assiniboia Livestock Auction

L'entreprise de vente de bétail aux enchères la plus prospère de la Saskatchewan diffuse maintenant la plupart de ses ventes en direct sur Internet et permet ainsi aux acheteurs préalablement inscrits de soumettre une enchère d'un simple clic de souris. Ce concept entièrement nouveau pour l'industrie est une idée personnelle de Roy Rutledge, propriétaire, gérant et commissaire-priseur de la société Assiniboia Livestock Auction (ALA).

La société a commencé à diffuser ses ventes aux enchères sur Internet en octobre 2000, sans aucune photo, mais à l'aide d'un système audio en direct. Elle y a par la suite intégré la vidéo et a ajouté l'accès haute vitesse à son arsenal technologique. En d'autres mots, ALA offre maintenant un service complet sur son site Web. M. Rutledge entend diffuser sur Internet, devant un auditoire international imposant, des dizaines de ventes aux enchères.

M. Rutledge a adopté le commerce électronique pour augmenter son réseau d'acheteurs et de vendeurs. Ce commissaire-priseur d'expérience sait aussi que les enchères monteront inévitablement si le nombre d'acheteurs est plus élevé. Il admet toutefois que la recherche, le développement et la mise en œuvre de ce projet novateur lui ont coûté très cher, « surtout si je compte mon temps, précise-t-il, mais j'ai confiance de récupérer mon investissement d'ici la fin de l'année ».

www.assiniboiaauction.com

⁵⁰ Accenture, *eGovernment Leadership*, 3^e étude annuelle sur les cybergouvernements, mars 2002.

⁵¹ Rapport du Groupe conseil sur le Gouvernement en direct, *Transformer le gouvernement pour mieux servir les Canadiens et les Canadiennes*, 11 décembre 2002.

RÉSULTATS DE L'INVESTISSEMENT DANS L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

Les investissements que feront toutes les parties intéressées dans l'économie numérique auront des retombées très tangibles et très stimulantes. Une durabilité, une convivialité et un climat de confiance accrus feront augmenter le nombre d'utilisateurs et d'interactions. Une économie numérique vigoureuse et populeuse renforcera la position commerciale du Canada et attirera des investissements étrangers, si bien que l'économie s'en trouvera plus forte et plus productive. « La vraie décennie numérique ne fait que commencer », déclarait Bill Gates, président du Conseil et cofondateur de Microsoft, au début de 2002⁵².

Le Canada doit agir maintenant pour assurer l'avenir de son économie numérique. Lorsque tous les bons éléments seront en place, l'économie numérique du Canada pourra alors vraiment s'épanouir. La porte qui permet au monde entier d'entrer dans l'ère numérique est toujours ouverte.

Les sculpteurs de Sanikiluaq

Sanikiluaq est une petite collectivité de 700 habitants située à la pointe sud du Nunavut. Malgré son isolement, elle est connue dans le monde entier grâce à ses magnifiques sculptures en pierre de savon qui sont maintenant vendues en ligne.

En créant le site Soapstone Artists Sanikiluaq.com, les artistes cherchaient à offrir leurs sculptures directement au consommateur sur Internet afin d'éliminer la marge bénéficiaire des commerçants. Robert McLean a conçu et lancé le site Web en 1998 et décida, un an plus tard, de moderniser le site pour faire du commerce électronique. Les affaires ont augmenté progressivement. Soapstone Artists of Sanikiluaq.com expédie des sculptures à des acheteurs des quatre coins du monde. Il vend actuellement 325 œuvres en moyenne par mois.

L'augmentation des ventes a apporté un afflux d'argent accru à cette collectivité et surtout aux sculpteurs, souvent dans l'embarras financier. Il y a place pour une croissance continue. Les artistes peuvent produire davantage et le matériau ne manque pas. Il leur suffit seulement de trouver le marché sur lequel vendre leurs produits.

« J'ai rencontré plusieurs entraves et j'ai surmonté bien des obstacles, admet M. Mc Lean. Si vous avez une idée et un rêve, il faut y croire jusqu'au bout. Si vous croyez en votre rêve, alors vous irez très loin! »

www.soapstoneartists.com

⁵² *Innovation Nation*, novembre 2002.

RECOMMANDATIONS

État de préparation au commerce électronique – améliorer l'environnement

1. L'ICCe recommande que les pouvoirs publics et le monde des affaires sensibilisent davantage les PME à leurs obligations en matière de protection des renseignements personnels et de sécurité.
2. L'ICCe appuie fortement les efforts en cours d'application de la loi dans le domaine du vol d'identité et autres activités illicites associées à Internet et encourage les pouvoirs publics à prendre les mesures législatives nécessaires.

Croissance et accélération – accélérer la vitesse d'adoption dans les PME

3. L'ICCe recommande que les pouvoirs publics et le secteur privé aident les collèges, les universités et les instituts de technologie canadiens à élaborer et à offrir des cours aux étudiants et des programmes de perfectionnement abordables aux PME sur les SAI.
4. L'ICCe recommande que le gouvernement fédéral et le secteur privé s'engagent à répondre aux besoins en ressources humaines des PME en élargissant l'accès aux programmes comme eCorps et la formation en cours d'emploi.
5. L'ICCe recommande que les associations sectorielles et les pouvoirs publics travaillent en partenariat pour élaborer des évaluations et des plans d'action sectoriels adaptés aux besoins spécifiques des divers secteurs.
6. L'ICCe recommande que les fournisseurs de SAI coopèrent avec les associations sectorielles et les chefs de file de l'industrie pour mettre au point des systèmes d'échanges numériques sectoriels normalisés et évolutifs qui peuvent être utilisés par les PME.

Investissement et image – faire connaître le Canada dans le monde

7. L'ICCe recommande que le gouvernement fédéral élargisse les dispositions relatives au roulement des gains en capital en cas de réinvestissement pour qu'elles s'appliquent aux investisseurs institutionnels, ce qui aura une plus grande incidence sur l'économie.
8. L'ICCe recommande que le gouvernement fédéral mette en œuvre immédiatement les changements annoncés en ce qui concerne les règles régissant les sociétés en commandite admissibles.
9. L'ICCe recommande de faire connaître l'économie numérique du Canada au reste du monde de façon dynamique et coordonnée en mettant en valeur le niveau de connectivité, le niveau d'instruction et les capacités technologiques du Canada.

É-QUIPE MISE À JOUR

É-Quipe de l'ICCe	Mandat de l'é-Quipe	Activités
Analyse comparative	Évaluer le rendement du Canada comme cyberéconomie dynamique et innovatrice et en rendre compte	• <i>Étude canadienne de l'impact d'Internet</i>, volumes I et II* • <i>Pour une progression rapide 4.0*</i> • Outil en ligne à l'intention des PME : Autoévaluation – Web • Outil en ligne à l'intention des PME : Autoévaluation – Feuille de paie • <i>Étude canadienne de l'impact d'Internet</i>, volume III
Image de marque	Rehausser la reconnaissance de l'image de marque du Canada comme chef de file innovateur en matière de commerce électronique, sur la scène internationale	• Lancement du livre <i>Innovation Nation*</i> • Élaborer une stratégie d'image de marque en matière de commerce électronique et un système de traitement des messages pour le Canada* • Inciter les ambassadeurs du commerce électronique à faire état des succès obtenus par le Canada dans ce domaine • Communiquer le message de l'ICCe à l'occasion des événements internationaux stratégiques traitant du commerce électronique • Travailler de concert avec les pouvoirs publics à l'élaboration de programmes d'image de marque
Promotion des affaires électroniques	Favoriser l'adoption du commerce électronique par les PME canadiennes en faisant appel à la sensibilisation et à l'éducation	• Outil en ligne à l'intention des PME : Évaluation du RCI dans le domaine du commerce électronique* • Faire connaître les cas de PME qui ont réussi dans le commerce électronique • Trouver des moyens efficaces pour inciter les PME à adopter le commerce électronique • Élaborer un outil Internet permettant de renseigner les PME et de les inciter à adopter le commerce électronique
Ressources et compétences en affaires électroniques pour les PME	Accroître l'accès des PME à des ressources technologiques et commerciales adéquates	• En se fondant sur le modèle <i>e-Corps</i>, élaborer un concept de programme collégial complet pour produire les compétences dont les PME ont besoin en matière de commerce électronique
Conversion électronique	Promouvoir la transformation des processus opérationnels au sein des PME du Canada	• Trouver les obstacles à la transformation de la chaîne d'approvisionnement et à l'approvisionnement électronique* • Études de cas d'approvisionnement en ligne • Élaborer une carte technologique pour faciliter la transformation de la chaîne d'approvisionnement • Guide d'approvisionnement électronique destiné aux PME
Climat d'investissement	Créer un « avantage canadien » distinct en faisant valoir le Canada comme l'endroit le plus attrayant pour l'investissement dans l'innovation et le commerce électronique	• Préparer une proposition prébudgétaire pour le ministre des Finances • Présentation budgétaire officielle pour 2003* • Évaluation continue des politiques et programmes fiscaux canadiens quant aux possibilités d'investissement
Protection des renseignements personnels et sécurité en ligne	Offrir des outils pratiques qui aideront les PME à résoudre les problèmes relatifs à la sécurité et à la protection des renseignements personnels	• Séminaires à l'échelle nationale à l'intention des PME : <i>Mêlez-vous de vos affaires électroniques*</i> • Rapport sur les résultats du séminaire – évaluation du degré de sensibilisation et de compréhension des PME* • Trousse d'outils sur le commerce électronique à l'intention des comptables agréés* • Vérification des lois sur la protection des renseignements personnels et des normes en matière de sécurité* • 2^e série de séminaires <i>Mêlez-vous de vos affaires électroniques</i>, printemps 2003 • Examen de la façon dont les autres gouvernements gèrent les questions liées au commerce électronique • Examen des questions relatives à la protection des renseignements personnels et à la sécurité

* Activité terminée

é-QUIPE MEMBRES

L'é-Quipe d'analyse comparative

Lorna Marsden, York University

Ron McClean, Schulich School of Business, York University

Pierre Langelier, Institut du commerce électronique

David Johnston, University of Waterloo

Matt Holland, Boston Consulting Group

Brian Guthrie, Conference Board of Canada

Joe Greene, IDC Canada

Irene Fezza, York University

Diane Brisebois, Retail Council of Canada

Hugues Boisvert, HEC

Willa Black, Cisco Systems Canada

L'é-Quipe de la promotion de l'image de marque

Colleen Moorehead, E*TRADE Canada

Jamie McClelland, E*TRADE Canada

Mark Stein, Straticom Group Inc.

Elizabeth Moyer, Microsoft Canada

Grad Conn, Grey Interactive

Leonard J. Brody, Ipreo

Willa Black, Cisco Systems Canada

Barry Avrich, Echo Advertising & Marketing Inc.

Pam Aung Thin, Hill and Knowlton

L'é-Quipe de la conversion électronique

Robert Johnson, Purolator Courier Ltd.

Robert Swanborough, Purolator

Craig Smith, Royal Bank

Gerri Sinclair, Microsoft Network Canada

Jack Radford, Canadian Manufacturers and Exporters

Don Neilson, PMAC

Albert Motz, Gartner

Daivd Long, J.D. Long & Associates

Frank Juhasz, Purolator

Victor Hayes, PMAC

Brian Guthrie, Conference Board of Canada

Jim Eckler, Progistix

Clifford A. Booth, BEA Systems Inc.

Mary Aylesworth, (PMAC) Purchasing Management

Association of Canada

Norman Archer, McMaster University

Larry Achtemichuk, Canarie

L'é-Quipe responsable de la promotion

des affaires électroniques

John Maduri, TELUS Business Solutions

Christina Turner, TELUS Business Solutions

Michael Wade, Schulich School of Business, York University

Michael O'Neil, IDC Canada

Gary Miller, Qunara Inc.

Kasia Majewski, Canadian Chamber of Commerce

Joe Greene, IDC Canada

Michael Geist, University of Ottawa

William Fields, Qunara Inc.

Lucien Bradet, Industry Canada

L'é-Quipe des ressources et compétences en affaires électroniques pour les PME

Tom Thompson, Olds College

Doug MacRae, Alberta Association of Colleges & Technical Institutes

Astrid Prud'Homme, Industry Canada

Art Price, Axia Net Media Corp.

Kelvin Ogilvie, Acadia University

Anne Miller, Cisco Systems Canada

Ron McClean, Schulich School of Business, York University

Lucille Joseph, CareerEdge

Doug Hull, CANARIE

John Fallows, TurnKey Management Consulting

Paul Brennan, Association of Canadian Community Colleges

Andrew Bjerring, CANARIE

L'é-Quipe du climat d'investissement

Richard Nathan, Goodmans Venture Group

Bob Crow, Research in Motion Limited

Scott Wilkie, Osler, Hoskin & Harcourt LLP

David Pecaut, iFormation Group

Mike Murphy, Canadian Chamber of Commerce

John F. Eckert, McLean Watson Capital Inc.

L'é-Quipe de la protection des renseignements personnels et de la sécurité en ligne

Albert Wahbe, Scotiabank

Anne Wettlaufer, The Canadian Bankers Association

Cairine Wilson, Canadian Institute of Chartered Accountants

Jeff Van Duynhoven, e.Bank, TD Canada Trust

Robert Parker, Deloitte & Touche LLP

Caroline Hubberstey, Canadian Bankers Association

Phil J. Griffiths, Scotiabank

Michael de Rosenroll, Treasury Board of Canada, Secretariat

Glen Bruce, Deloitte & Touche LLP

Ruth Belcher, Scotiabank



Initiative canadienne pour le commerce électronique

www.icce.ca