

Industrie Canada

Groupe de travail sur le
pourriel :

Table ronde des
intervenants clés

Ottawa (Ontario)

Le 3 décembre 2004

Table des matières

Propos d'ouverture et vue d'ensemble.....	1
Propos du président.....	1
Michael Binder, sous-ministre adjoint, Secteur du spectre, des technologies de l'information et des télécommunications (SSTIT), Industrie Canada	1
Propos de l'animateur	2
Andrew Bjerring, président-directeur général, CANARIE Inc.	2
Discours liminaire par Peter Coroneos	2
Éducation et sensibilisation du public : De la sensibilisation à l'action	4
Opinions du Groupe de travail.....	4
Suzanne Morin, chef adjoint du service juridique, droit et politique réglementaire, Bell Canada.....	4
Bernard Courtois, président, Association canadienne de la technologie de l'information.....	5
Opinions des intervenants	5
Anne Taylor, directrice du Marketing, Réseau Éducation-Médias.....	5
Bill Huzar, secrétaire, Le Conseil des consommateurs du Canada.....	6
Michael Murphy, vice-président principal, La Chambre de commerce du Canada ...	6
Jannick Desforges, avocate responsable du Service juridique, Option Consommateurs.....	7
Discussion.....	7
Législation et application : Le Canada a-t-il besoin d'une nouvelle législation?.....	10
L'Honorable Donald H. Oliver, c.r., sénateur.....	10
Opinions du Groupe de travail.....	11
Roger Tassé, associé, Gowling Lafleur Henderson LLP.....	11
Michael Geist, chaire de recherche du Canada en droit d'Internet et du commerce électronique, Université d'Ottawa.....	12
Opinions des intervenants.....	13
Heather Black, commissaire adjointe à la vie privée, Commissariat à la protection de la vie privée du Canada.....	13
Ray Pierce, sous-commissaire de la concurrence, Bureau de la concurrence, Industrie Canada	14
Philippa Lawson, directrice exécutive, Clinique d'intérêt public et de politique d'Internet du Canada	14
Michael Eisen, directeur, affaires juridiques et corporatives, Microsoft Canada.....	15
Paul Misener, vice-président, politique publique globale, Amazon.com	15
Gary Funderlich, vice-président et avocat général, AOL Canada Inc.	16
Jay Thomson, vice-président adjoint, politique en matière de large bande, Telus ...	16
Discussion.....	17
Discours liminaire par Joseph Alhadef, vice-président du Comité consultatif économique et industriel (CCEI) auprès de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), président du Groupe de travail du CCEI sur la Sécurité de l'information.....	21
Discussion.....	23
Validation du courriel commercial : Le Canada en tant que chef de file de la certification	

.....	23
Opinions du Groupe de travail.....	23
Amanda Maltby, première vice-présidente, Association canadienne du marketing.	23
Neil Schwartzman, Canadian Coalition Against Unsolicited Commercial E-mail (CAUCE.ca).....	24
Opinions des intervenants.....	24
John Levine, co-président, Anti-Spam Research Group (ASRG) de l'Internet Research Task Force (IRTF).....	25
Mitchell Wolfe, vice-président principal, avocat général et secrétaire, Visa Canada	25
Sylvain Carle, président, Groupe Interstructure	26
Bernard Brun, avocat principal, Commercial et technologie Desjardins Sécurité financière.....	26
Jay Aber, président, 24/7 Canada Inc.	27
Discussion.....	27
Groupe de travail sur les réseaux et la technologie : Au-delà des pratiques exemplaires	29
Opinions du Groupe de travail.....	29
Lori Assheton-Smith, première vice-présidente et avocate générale, Association canadienne de télévision par câble.....	29
Tom Copeland, président, Association canadienne des fournisseurs Internet.....	29
Opinions des intervenants.....	30
Gerry Miller, directeur exécutif, Université du Manitoba	30
Alex Leslie, vice-président, Technologie, AOL Canada Inc.	30
Mary Carman, Agente principale de l'information, Industrie Canada	31
Glenn Ward, vice-président, Assurance du service à la clientèle, Bell Canada	31
Discussion.....	32
Résumé et prochaines étapes	35

Propos d'ouverture et vue d'ensemble

Propos du président

Michael Binder, sous-ministre adjoint, Secteur du spectre, des technologies de l'information et des télécommunications (SSTIT), Industrie Canada

Michael Binder, président du Groupe de travail sur le pourriel du Canada, souhaite la bienvenue aux participants de la table ronde ainsi qu'aux personnes qui écoutent une diffusion audio sur le Web.

« Cette réunion représente un jalon important dans l'évolution d'Internet au Canada. » M. Binder mentionne qu'il a promu la mise en œuvre du courriel il y a 14 ou 15 ans. L'usage de cette technologie a connu un essor extraordinaire depuis ce temps, mais il y a également eu une prolifération énorme du pourriel. En quelques années seulement, le pourriel est devenu, d'un ennui mineur qu'il était, un problème social et économique important. Il entrave l'utilisation efficace du courriel aux fins de communications personnelles ou commerciales et menace la croissance du commerce électronique. « Le moment est venu d'unir nos efforts pour lutter contre le pourriel », affirme M. Binder.

Le 11 mai 2004, la ministre de l'Industrie a annoncé la création du Groupe de travail sur le pourriel. Ce dernier a adopté une démarche consultative, regroupant des intervenants pour s'attaquer à cet important enjeu. Le Groupe de travail a créé cinq groupes de travail chargés d'examiner des questions précises touchant le pourriel (les membres du Groupe de travail et des groupes de travail connexes représentent plus de 50 organismes) :

- La législation et son application
- Les pratiques exemplaires de gestion de réseaux
- La validation du courriel commercial
- L'éducation et la sensibilisation du public
- La collaboration internationale

Le Groupe de travail s'est également adressé aux Canadiens par le truchement d'un forum en ligne et de la *Gazette du Canada*.

Cette table ronde, affirme M. Binder, vise à permettre aux participants de constater les travaux effectués jusqu'à présent, d'exprimer leur opinion et de parler d'orientations futures. Il mentionne qu'il souhaite également entendre parler des initiatives en cours dans d'autres organismes.

Au nom du ministre de l'Industrie, M. Binder remercie tous les participants du travail qu'ils ont accompli jusqu'à présent, ajoutant que le ministre envisage avec enthousiasme de lire le rapport que le Groupe de travail soumettra au printemps.

Propos de l'animateur

Andrew Bjerring, président-directeur général, CANARIE Inc.

Andrew Bjerring affirme qu'il jouera le rôle de « police de la circulation » lors de la table ronde, c'est-à-dire qu'il dirigera la discussion pour s'assurer que tous les points importants sont traités. M. Bjerring déclare que le programme portera sur les travaux de quatre des cinq groupes de travail. En effet, la collaboration internationale ne sera pas explicitement abordée, bien que ce thème se rattache aux discussions sur les sujets traités par les quatre autres groupes de travail.

Discours liminaire par Peter Coroneos

Chef de la direction, Internet Industry Association of Australia

Bernard Courtois, président de l'Association canadienne de la technologie de l'information, présente Peter Coroneos, expliquant qu'ils se sont rencontrés à une réunion anti-pourriel de l'Organisation pour la coopération et le développement économiques (OCDE) tenue en Corée. « Bien que nos pays soient situés aux antipodes, nous avons beaucoup de choses en commun », affirme-t-il. M. Courtois ajoute que l'organisme de M. Coroneos traite un éventail de questions relatives aux technologies de l'information et des communications (TIC), notamment le pourriel et le cybercrime.

Le pourriel est un problème d'envergure mondiale qui transcende les activités dans les pays individuels, déclare M. Coroneos. Jusqu'à présent, l'Australie s'est efforcée de régler le problème à l'aide de mesures législatives et d'activités menées par l'industrie.

L'Internet Industry Association of Australia a vu le jour en 1995 et ses membres représentent tous les niveaux d'activité économique et commerciale. L'Association est également affiliée aux associations de l'industrie d'autres pays, y compris le Canada, avec lequel l'Australie a forgé des liens étroits. « Nous pouvons beaucoup apprendre l'un de l'autre. »

La mission de l'Association consiste à conseiller au gouvernement des démarches stratégiques visant à faire d'Internet un outil plus sûr, rapide et fiable. Le pourriel est un problème de taille. M. Coroneos ajoute que les programmes de Troie aggravent le problème du pourriel. Un représentant de la Banque mondiale lui a mentionné que ceux-ci se sont infiltrés dans 30 p. 100 des ordinateurs. Ces ordinateurs peuvent ensuite être utilisés pour distribuer du pourriel clandestinement dans le monde entier. En fait, ces appareils contrôlés font maintenant l'objet de guerres intestines.

L'hameçonnage est également un problème croissant. Il consiste à détourner l'argent des utilisateurs et à usurper la marque des institutions. L'usurpation d'identité est un de ses sous-produits.

Pour venir à bout du pourriel, l'Australie a adopté une démarche à quatre volets axées sur des mesures législatives, des démarches de l'industrie, l'habilitation de l'utilisateur et la coopération internationale.

Les mesures législatives sont efficaces parce qu'elles obligent les entreprises à modifier leurs pratiques. Elles peuvent également forcer les polluposteurs à déménager, entravant ainsi le côté financier du pourriel.

La *Spam Act* a été adoptée en 2003 et est entrée en vigueur le 10 avril 2004, suite à une période de mise en œuvre de 120 jours. La loi traite de tous les types de messages électroniques commerciaux. Son objet est de ne pas freiner l'activité commerciale légitime en réglementant les messages purement informatifs, et elle autorise les emercarticiens à envoyer des messages électroniques commerciaux non sollicités pourvu qu'ils renferment les données suivantes :

- un mécanisme de refus (la société doit répondre à une demande de désabonnement en cinq jours ouvrables ou moins)
- une adresse de courriel de retour fonctionnelle (active pour 30 jours)
- une ligne de mention objet valide indiquant qu'il s'agit d'une publicité
- l'adresse de l'emplacement légitime de l'expéditeur.

La loi interdit également l'utilisation et la fourniture de logiciels servant à recueillir des adresses.

De plus, la loi n'impose aucune exigence d'envoi en masse; par conséquent, un seul courriel peut constituer du pourriel. L'accent est mis non pas sur le volume, mais sur le contenu du message.

La loi prévoit des amendes sévères, les contrevenants étant assujettis à une amende civile de 1,1 million de dollars australiens par jour, ainsi qu'à des injonctions. On a décidé d'assortir la loi d'amendes civiles plutôt que criminelles parce que le fardeau de la preuve est inférieur dans le cas des poursuites civiles. Plusieurs amendes ont été imposées au cours des derniers mois. En vertu de la loi, les organismes de réglementation peuvent obtenir un engagement exécutoire d'une société (p. ex. la société convient de ce qu'elle peut et ne peut pas faire et, à défaut de se conformer, est susceptible de poursuites judiciaires). Depuis avril, on a enregistré 70 000 rapports, 1 000 plaintes officielles, 800 demandes de renseignements et 150 000 visites au site Web.

En vertu d'une disposition prévoyant des amendes croissantes, on a averti 200 entreprises de modifier leurs pratiques. Reconnaissant que la majorité des entreprises acceptent de respecter la loi, on a mis en œuvre cette disposition d'accroissement pour permettre à celles qui ont enfreint la loi par inadvertance de réintégrer le droit chemin avant d'émettre une amende formelle. Cette mesure a modifié la façon dont les entreprises utilisent le courriel pour communiquer.

On a également élaboré deux codes de pratique – un pour les fournisseurs de services Internet (FSI) et l'autre pour les emercarticiens. Ces codes sont exécutoires en vertu de la

loi et contribuent à préciser les concepts enchâssés dans celle-ci.

Depuis avril, quelques expéditeurs de pourriel ont déménagé leurs activités à l'extérieur du pays et l'Australie ne figure plus sur la liste des dix principales nations sources de pourriel. Pour sensibiliser les utilisateurs au pourriel et aux mesures anti-pourriel, les fournisseurs de services Internet australiens ont lancé un projet axé sur la prestation de filtres anti-pourriel aux utilisateurs. Une campagne de sensibilisation intitulée « Don't Try, Don't Buy, Don't Reply » ciblant le comportement des consommateurs a également été lancée.

Éducation et sensibilisation du public : De la sensibilisation à l'action

Opinions du Groupe de travail

Suzanne Morin, chef adjoint du service juridique, droit et politique réglementaire, Bell Canada

Suzanne Morin mentionne que la co-présidente de son groupe de travail, Geneviève Reed, chef de la recherche et de la représentation, Option Consommateurs, a été dans l'impossibilité d'assister à la table ronde. Le Groupe de travail sur l'éducation et la sensibilisation du public compte des représentants de groupes de consommateurs, de groupes d'intérêts, de l'industrie et d'organismes publics. Il a deux objectifs :

- déterminer et favoriser chez les utilisateurs des pratiques et des comportements qui peuvent efficacement contrôler et restreindre le pourriel;
- favoriser et soutenir la mise au point d'une campagne d'information et de sensibilisation du public par de multiples intervenants pour favoriser l'adoption accrue de pratiques et de comportements anti-pourriel chez les utilisateurs finals au Canada.

Les membres conviennent que les utilisateurs ont un rôle à jouer dans la lutte contre le pourriel et que la meilleure façon de les sensibiliser à leur rôle est d'élaborer et de diffuser des conseils clairs, concis et réalistes. Ces conseils s'articulent sur trois thèmes : protéger son ordinateur, protéger son adresse de courriel et se protéger soi-même.

M^{me} Morin affirme qu'elle est ravie d'annoncer que le lancement de la phase 1 de la campagne a eu lieu le 3 décembre 2004, coïncidant avec le début des achats de Noël sur Internet. Depuis que le site hôte (www.stopspamhere.ca) est entré en activité le vendredi précédent, on a enregistré 5 000 visites, dont 1 200 la veille. Des douzaines de sites ont accepté d'afficher l'icône de la campagne et de créer un lien vers le site principal, notamment Industrie Canada, Carrefour des consommateurs, Strategis, le Bureau de la concurrence, l'Association canadienne du marketing et Réseau Éducation-Médias. En outre, de nombreux sites Web du secteur privé, y compris Telus et Magma, affichent

l'icône, ainsi que quelques universités et ministères provinciaux.

Bernard Courtois, président, Association canadienne de la technologie de l'information

Différents groupes d'intervenants et d'intérêts ont participé à l'élaboration de la phase 1 de la campagne et le processus a été ardu mais satisfaisant, affirme M. Courtois. Plusieurs sociétés (p. ex. Rogers, Microsoft, Telus et Bell) ont contribué au financement de la campagne. M. Courtois déclare que le soutien accordé à la campagne prend de l'ampleur; d'autres sociétés envoient des courriels annonçant qu'elles veulent afficher l'icône sur leur site Web.

M. Courtois a demandé aux participants ce qu'ils pensaient de la campagne jusqu'à présent et de proposer des idées pour les prochaines étapes. « Que devons-nous faire pour atteindre d'autres gens, notamment les utilisateurs finals et les petites entreprises? »

Opinions des intervenants

Anne Taylor, directrice du Marketing, Réseau Éducation-Médias

Anne Taylor explique que le Réseau Éducation-Médias est un organisme privé, national, sans but lucratif créé en 1996. Sa mission est de fournir aux adultes l'information et les outils nécessaires pour aider les jeunes à comprendre comment les médias fonctionnent et affectent leur mode de vie et dans quelle mesure ils sont bien informés en tant que consommateurs et citoyens. Le Réseau fournit également des documents de référence sur les questions médiatiques aux adultes et aux jeunes. Il s'attache à faire de l'éducation aux médias une pierre angulaire pour les consommateurs.

Les jeunes Canadiens sont des consommateurs de médias globaux, de dire M^{me} Taylor. Dans le monde entier, on devient de plus en plus conscient des avantages des médias ainsi que des enjeux et des risques potentiels.

En 2000, le Réseau a mené une enquête appelée *Jeunes Canadiens dans un monde branché*. L'enquête a révélé que 53 p. 100 des répondants avaient reçu du pourriel parfois ou souvent; cependant, moins de 20 p. 100 de ces répondants en avaient parlé à un adulte. L'enquête a également démontré que 84 p. 100 des jeunes sont seuls tout le temps ou une partie du temps lorsqu'ils naviguent sur Internet. De plus, bon nombre de jeunes donnent leur adresse de courriel lorsqu'ils désirent participer à un concours. Ils ne savent pas qu'une réponse à un pourriel sert à confirmer leur adresse de courriel.

M^{me} Taylor a ajouté que 97 p. 100 des écoles canadiennes sont branchées à Internet et que 86 p.100 d'entre elles utilisent les services à très large bande.

Il importe, poursuit-elle, d'encourager le désir d'apprendre et l'apprentissage de la pensée critique chez les enfants, compétences dont ils auront besoin pour gérer les risques

auxquels ils seront confrontés. Il faut également donner aux jeunes enfants des conseils et des ressources qui les aideront à prendre de bonnes décisions. Au bout du compte, ces jeunes doivent devenir des consommateurs avertis.

Bill Huzar, secrétaire, Le Conseil des consommateurs du Canada

Le Conseil des consommateurs du Canada a été constitué en organisme sans but lucratif en 1994. Il s'attache à améliorer le marché pour l'industrie et les consommateurs.

M. Huzar affirme que le site Web et ses conseils sont un important premier pas vers la sensibilisation accrue des consommateurs, mais un premier pas seulement; il reste à déterminer la meilleure façon d'en faire la promotion. Le groupe de travail doit aller au-delà d'Internet pour engager tous les intervenants. À cette fin, le Conseil a envoyé une invitation à ses membres, leur demandant de se joindre à la campagne. (M. Huzar ajoute qu'il a récemment présenté un exposé au comité consultatif du Conseil et que les membres de ce dernier sont ravis que l'on déploie des efforts pour régler le problème du pourriel.)

Le Conseil a demandé à ses membres de contribuer à éliminer le pourriel, ajoutant que celui-ci agace les consommateurs, peut occasionner des coûts pour les entreprises et entraver la productivité. Au bout du compte, c'est le consommateur qui en assume les frais. Le Conseil espère continuer de travailler avec ses membres et le groupe de travail pour aider celui-ci à atteindre ses objectifs, conclut M.Huzar.

Michael Murphy, vice-président principal, La Chambre de commerce du Canada

Michael Murphy mentionne qu'il est heureux de participer à la table ronde et d'avoir la possibilité de présenter des commentaires. Il déclare qu'il faut reconnaître que le problème du pourriel va au-delà des courriels agaçants. En effet, le pourriel entrave l'utilisation efficace du courriel, sert à distribuer des virus et facilite l'usurpation d'identité. Les consommateurs doivent pouvoir se fier au marché; or, le pourriel mine leur confiance. Il gêne les réseaux des petits fournisseurs de services Internet et accapare du temps et des ressources.

M. Murphy affirme que la législation n'est pas nécessairement le secteur d'intervention approprié à ce moment-ci. L'examen des capacités actuelles est un bon premier pas, mais la lutte anti-pourriel exige diverses approches – une boîte à outils qui devrait comprendre une étude de la législation actuelle, un examen des nouvelles technologies, des discussions avec les partenaires et l'élaboration de renseignements et de conseils pour les consommateurs.

L'information ne doit pas cibler uniquement les consommateurs, mais également porter sur les besoins uniques des petites entreprises. En effet, celles-ci ont parfois de la

difficulté à suivre les conseils diffusés au grand public car les pratiques commerciales varient et sont difficiles à changer. L'enjeu consiste à répondre aux besoins des petites entreprises et à veiller à ce qu'elles puissent avoir accès aux renseignements fiables dont elles ont besoin pour exercer leurs activités.

Jannick Desforges, avocate responsable du Service juridique, Option Consommateurs

La résolution du problème du pourriel exigera une série de démarches, notamment la diffusion de renseignements et des initiatives de sensibilisation, affirme Jannick Desforges. Cependant, il faut varier le message car le pourriel n'affecte pas tout le monde de la même manière.

M^{me} Desforges mentionne que son groupe a organisé quelques groupes de discussion et mené des sondages l'année dernière. Il a découvert que le groupe des 18 à 30 ans reçoit plus de pourriel que les autres groupes d'âge. Ce groupe est également plus apte à utiliser des logiciels de protection et pourrait tirer parti de renseignements sur la protection des adresses de courriel. Les aînés, les personnes à faible revenu et les francophones sont les moins portés à utiliser un logiciel anti-pourriel. Le message destiné à ces groupes devrait insister sur la nécessité d'utiliser les filtres anti-pourriel.

Les FSI doivent mettre leurs utilisateurs au courant des mesures de protection qui sont à leur disposition. Ils pourraient, notamment, leur fournir ce genre d'information au moment de l'inscription ou l'envoyer avec les factures. En fait, la trousse de démarrage des utilisateurs pourrait inclure des logiciels anti-pourriel ainsi que des brochures sur les mesures de protection. La documentation devrait accentuer l'impact et les dangers du pourriel, les coûts pour les consommateurs, la menace engendrée par les virus et l'usurpation d'identité et la perte d'espace dans les serveurs. Il faudrait aussi encourager une démarche proactive de la part des consommateurs et les inciter à s'unir pour lutter contre le pourriel. Un point de contact centralisé pour les plaintes relatives au pourriel devrait être mis sur pied. « Les consommateurs doivent assumer leurs responsabilités et se joindre à l'industrie, aux instances gouvernementales et aux FSI pour lutter contre le pourriel », de dire M^{me} Desforges.

Discussion

Le D^r Bjerring remercie les conférenciers de leurs contributions et pose les questions suivantes aux participants :

- Quelles démarches ou activités pourrait-on entreprendre?
- Quel est le rôle des FSI dans la diffusion de ces messages?
- Quels outils doit-on fournir?
- Quels sont les méthodes les plus efficaces pour rejoindre différents groupes cibles?

Un participant suggère de structurer la campagne anti-pourriel comme une campagne « white label ». Chaque groupe pourrait ainsi utiliser sa marque dans le cadre de la promotion et s'identifier comme un champion de la cause anti-pourriel. Cette façon de procéder favoriserait l'engagement de l'industrie ainsi que l'établissement de partenariats plus efficaces.

M. Coroneos mentionne que la création d'une coalition a exigé des envois de courriels pendant dix jours. Dans son courriel, il décrivait le problème, demandait au répondant s'il était d'accord, puis demandait à ce dernier s'il acceptait de diffuser le message anti-pourriel. La réponse a été très favorable. Un message bien pensé et réaliste a contribué à ce niveau d'avalisation, précise-t-il.

M. Courtois demande à M^{me} Taylor comment elle a attiré l'attention sur le site Web et le message du Réseau Éducation-Médias. M^{me} Taylor répond que son organisme a créé un modèle de formation des instructeurs pour diffuser son message. Le Réseau a réussi à rejoindre la majorité des provinces et territoires, dit-elle, et a récemment lancé une nouvelle ressource appelée « Au-delà des faits » qui apprend aux utilisateurs comment devenir des utilisateurs Internet avisés. Le groupe emploie également une personne qui appelle les conseils scolaires et vend l'outil interactif du Réseau. Enfin, le groupe est un point de contact pour un grand nombre de médias et son personnel est souvent appelé à donner des entrevues.

En réponse à une question de M. Huzar concernant la meilleure façon d'habiliter les utilisateurs finaux, M. Coroneos affirme qu'il importe d'offrir à ces derniers la technologie et l'information nécessaire. Les fournisseurs de services australiens ont été très efficaces à cet égard. Il ajoute qu'il est impressionné par la campagne de sensibilisation du public du Canada.

M^{me} Morin affirme que le site Web anti-pourriel du Canada a adopté certains slogans, notamment celui de l'Australie « Don't Try, Don't Buy, Don't Reply ». Au cours des cinq derniers jours, le site a accueilli des visiteurs provenant de plus de 12 pays. Le groupe de travail envisage d'ailleurs d'élargir le contenu du site Web dans le cadre des activités de la phase 2.

Un participant félicite le groupe de travail d'avoir préparé les conseils, ajoutant qu'il ne faut pas oublier que ceux-ci compléteront les initiatives de sensibilisation mises en œuvre par de nombreux FSI canadiens.

Un autre participant demande au groupe de travail s'il a envisagé un moyen de fournir aux consommateurs l'information dont ils ont besoin pour déterminer la légitimité d'un courriel. Il s'inquiète des retombées éventuelles de cette campagne pour les mercaticiens légitimes.

M. Coroneos répond que le message australien « Don't Try, Don't Buy, Don't Reply » est suivi de la phrase suivante : « si vous ne savez pas qui est l'auteur du courriel ou que vous doutez de la légitimité de celui-ci. » Le slogan ne constitue pas la totalité du

message.

Un participant affirme qu'il faut insister sur la nécessité de se protéger soi-même. Les consommateurs doivent savoir que le pourriel n'est pas inévitable et qu'ils ont du pouvoir.

À propos du nombre de plaintes reçues, un participant mentionne qu'il a entendu dire que les gens ne se plaignent pas, mais se contentent d'effacer le message. Quelqu'un demande à M. Coroneos comment l'Australie a publicisé le processus de plaintes concernant le pourriel et celui-ci répond que le dépôt de la loi a suscité beaucoup d'intérêt dans les médias. « Le gouvernement a tiré parti de la colère du public », dit-il. « Les gens se plaignent. » Un autre participant à la table ronde mentionne à ses collègues que les consommateurs canadiens sont furieux. Ils ont maintenant la gâchette facile et effacent le courriel légitime. Par conséquent les polluposteurs nuisent aux expéditeurs de courriels légitimes.

Un autre participant souligne l'importance de communiquer avec les membres de la société multiculturelle du Canada. Les nouveaux immigrants sont le groupe d'internautes qui croît le plus rapidement, dit-il. Il importe que les messages tiennent compte de leurs besoins.

Maneesha Mithal, une représentante des États-Unis, affirme que la Federal Trade Commission (FTC) possède un bureau d'éducation des consommateurs extraordinaire (son site Web est www.ftc.gov). La FTC a reconnu qu'il fallait transmettre les messages en langues autres que l'anglais et a lancé une initiative en espagnol. Il importe de tirer parti de l'intérêt des médias envers le pourriel et M^{me} Mithal croit qu'il faut publier des rapports, témoigner et promulguer de nouvelles lois.

Un autre participant déclare qu'il aimerait voir le Canada élaborer un « réfrigérateur » semblable à celui de la FTC. Il propose de nommer celui du Canada un « congélateur ». Les Canadiens auraient un endroit où envoyer leurs courriels non sollicités. À l'heure actuelle, la majorité des Canadiens ne savent pas à qui se plaindre. Faisant écho à ce sentiment, un autre participant mentionne que même lorsque les gens se plaignent, leurs plaintes ne mènent nulle part. Les gens cessent alors de se plaindre, dit-il.

En Australie, le code de pratique des fournisseurs de service Internet oblige ces derniers à fournir aux utilisateurs finals des renseignements sur le dépôt d'une plainte concernant le pourriel.

Les jeunes sont très cultivés en informatique et bon nombre d'entre eux croient que le pourriel est une chose normale, affirme un participant. Tout programme éducatif doit tenir compte des différences entre les générations.

Étant donné la nature interactive d'Internet, un autre participant suggère au groupe de travail de créer un outil interactif qui mesurerait les connaissances de l'utilisateur en matière de pourriel. Ce genre d'outil pourrait facilement montrer à l'utilisateur ce qu'il

fait et les conséquences possibles de ses actions. Les conseils sont utiles seulement s'ils sont ciblés, poursuit-il.

Le pourriel est un problème social d'envergure, mentionne une participante. Elle suggère à Industrie Canada de piloter la création d'un centre d'excellence qui mettrait les consommateurs en contact avec des représentants de l'industrie, des décideurs, des intervenants et des technologues pour examiner le pourriel et ses effets sur la société. L'éducation est le premier pas, dit-elle, mais elle ne suffit pas.

Revenant à la question de la population multiculturelle du Canada, une participante affirme que les statistiques récentes révèlent que les minorités ethniques raciales et culturelles représentent 11,2 p. 100 de l'effectif scolaire au Canada. Elle propose l'établissement d'un partenariat entre la Fédération canadienne des enseignantes et des enseignants, l'Association canadienne des bibliothèques et Rescol pour renseigner la population ethnique canadienne sur la littératie et les stéréotypes médiatiques. Un autre participant appuie l'idée de travailler avec les écoles et d'éduquer les enfants. M^{me} Taylor mentionne que le Réseau Éducation-Médias répète son enquête *Jeunes Canadiens dans un monde branché* et que celle-ci générera beaucoup d'intérêt parmi les médias.

M^{me} Morin remercie le groupe de ses commentaires et de ses suggestions et reconnaît qu'il est conscient de l'importance de diffuser le message plus efficacement et à différentes composantes de la population. Quant aux autres questions soulevées, elle mentionne la nécessité d'établir un point de contact pour le dépôt des plaintes et de gérer les attentes des utilisateurs. Elle dit également que le groupe étudierait l'idée d'un « congélateur » canadien.

M. Bjerring invite les participants présents dans la salle et qui écoutent la diffusion en direct sur le Web d'envoyer des commentaires additionnels au groupe de travail.

Législation et application : Le Canada a-t-il besoin d'une nouvelle législation?

M. Bjerring explique que la première séance a été une étape de mise en train visant à permettre aux participants de se sentir à l'aise, de cibler un ensemble de questions et de décider comment procéder. Il prédit que la loi et l'application seront des questions litigieuses.

L'Honorable Donald H. Oliver, c.r., sénateur

Le sénateur Oliver se dit ravi d'assister à la réunion et d'avoir la possibilité de régler les problèmes posés par le pourriel. Il explique qu'il cherche à prévenir le pourriel depuis longtemps et a déposé deux projets de loi anti-pourriel au Parlement. Le problème doit impérativement être réglé, déclare-t-il.

Lorsqu'il a commencé à étudier le pourriel, le sénateur Oliver s'est rendu compte qu'il n'y a pas de solution unique au problème, en partie à cause du caractère fluide et sans frontière d'Internet.

Le 23 septembre 2003, le sénateur Oliver s'est adressé au Parlement en préparation à la deuxième lecture d'un projet de loi anti-pourriel (alors appelé projet de loi C-23). À ce moment-là, il a déclaré que les lois canadiennes ne résoudront pas à elles seules ce problème et a invoqué la mise en œuvre d'une démarche multidisciplinaire pour mettre fin à l'abus du courriel. De nombreux pays ont adopté des lois anti-pourriel, dit-il, mais à l'heure actuelle le Canada n'a pas de lois, de règles ni de règlements spécifiquement conçus pour éliminer ou retracer la source des messages non sollicités.

Le sénateur Oliver affirme qu'il pourrait envisager de modifier le projet de loi mais que cela dépendra de ce qu'il entendra au cours du prochain débat. Il a d'ailleurs mentionné à ses collègues du Sénat qu'il attendrait d'entendre les commentaires des intervenants avant de déposer le projet de loi en deuxième lecture. M. Oliver est convaincu que la loi a un rôle à jouer dans la lutte anti-pourriel et ajoute qu'il envisagera les suggestions qui renforceront son projet de loi.

Le sénateur Oliver encourage Industrie Canada à lancer un programme national axé sur l'éducation, la sensibilisation et des codes de pratique pour l'industrie. Il affirme qu'un grand nombre de Canadiens sont heureux que quelqu'un prenne des mesures concrètes pour régler cet important problème. L'Australie a réussi à modifier le comportement des polluposteurs et à obtenir qu'ils quittent son territoire.

Opinions du Groupe de travail

Roger Tassé, associé, Gowling Lafleur Henderson LLP

Roger Tassé remercie le sénateur Oliver pour sa persistance à tenter d'attirer l'attention sur le problème du pourriel.

La première tâche confiée au groupe de travail consistait à repérer les obstacles inhérents aux lois actuelles qui sont sensées combattre le pourriel. M. Tassé ajoute que certaines lois existantes semblent, à première vue, couvrir le pourriel. Il mentionne qu'il y a des listes publiques de polluposteurs et se demande pourquoi ces individus ne sont pas traînés devant les tribunaux.

La *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (LPRPDE) adoptée il y a quatre ans semble garantir l'option de refus et pourrait être appliquée à la vente interprovinciale et internationale des listes. La loi pourrait s'appliquer au pourriel, bien que le terme « pourriel » ne figure pas dans la loi. Pour sa part, la *Loi sur la concurrence* porte sur les publicités fausses et trompeuses. M. Tassé se demande pourquoi on ne l'utilise pas plus souvent contre les polluposteurs. On pourrait

également poser des accusations de fraude contre les polluposteurs en vertu du *Code criminel du Canada*. « Une fraude est une fraude, qu'elle soit perpétrée hors ligne ou en ligne », de dire M. Tassé.

M. Tassé demande au groupe d'expliquer la non-application des lois aux infractions liées au pourriel. Il avance que le manque d'application est lié à plusieurs raisons, notamment au manque de ressources, à la complexité du problème, à l'insuffisance des lois actuelles et au fait que la question n'est pas prioritaire.

M. Tassé mentionne que le groupe de travail a encore beaucoup à faire avant d'arriver à une conclusion sur la question. Les membres du groupe ont rencontré les représentants du Commissariat à la protection de la vie privée du Canada et du Bureau de la concurrence, réuni des groupes d'intervenants et rencontré des représentants de l'industrie pour mieux cerner les enjeux des différentes parties concernées.

Ces entretiens ont aidé les membres du groupe de travail à mieux comprendre les enjeux du pourriel, sa nature destructive et la complexité des questions. « La suffisance des lois canadiennes est encore un sujet de débat », dit M. Tassé.

Le groupe de travail pourrait fort bien décider qu'une nouvelle loi s'impose, mais M. Tassé rappelle au groupe qu'une loi dépourvue d'application et de ressources reste sans effet.

M. Tassé mentionne que les participants à la table ronde et les membres du groupe de travail doivent décider quel serait l'objet d'une nouvelle loi si celle-ci s'avérait nécessaire. Servirait-elle à réduire l'agacement des consommateurs, à protéger leur vie privée ou à les protéger contre la fraude? Pour que le groupe de travail réussisse à persuader le gouvernement d'allouer plus de ressources à la lutte anti-pourriel et d'accorder à celle-ci une plus grande priorité, le groupe devra démontrer concrètement que le pourriel est un acte répréhensible.

Michael Geist, chaire de recherche du Canada en droit d'Internet et du commerce électronique, Université d'Ottawa

Michael Geist explique que le Commissariat à la protection de la vie privée a émis sa première décision sur le pourriel quelques jours avant cette table ronde; il est au courant car il était le plaignant. En fait, il a déposé une plainte contre les Renegades d'Ottawa qui persistaient à lui envoyer de l'information par courriel même après avoir été sommés de le rayer de leur liste d'envoi. M. Geist a complimenté le Commissaire pour sa position très ferme contre les polluposteurs.

La décision dans cette cause a porté sur plusieurs questions importantes :

- L'adresse commerciale du plaignant est une information qui permet de l'identifier personnellement.
- Bien que les défendeurs aient obtenu l'adresse de courriel du plaignant sur le site

Web de l'université (dans le domaine public), le Commissaire a jugé que leur utilisation de l'adresse était consécutive à l'usage prévu et, partant, n'était pas visée par l'exception actuelle.

- Le plaignant a tenté de refuser mais le défendeur n'a pas obéi à sa requête.

Bien qu'il s'agisse d'une décision solide, M. Geist affirme qu'elle met en relief les lacunes de la législation actuelle. Dans cette cause, le défendeur a modifié ses pratiques commerciales, mais il est peu probable que tel aurait été le cas si la plainte avait été déposée contre un vrai polluposteur. Le seul recours dont dispose un plaignant est porter l'affaire devant le tribunal fédéral.

Le groupe de travail se penche sur le droit privé d'action. Les pratiques trompeuses relatives au courriel (p. ex. entêtes ou lignes de mention objet fausses ou trompeuses) doivent également être examinées. En outre, la technologie du pourriel (p. ex. logiciels de cueillette d'adresses de courriel) mérite d'être étudiée de plus près. M. Geist trouve l'idée d'un « congélateur » canadien intéressante, car celui-ci faciliterait la cueillette de preuves.

Opinions des intervenants

Heather Black, commissaire adjointe à la vie privée, Commissariat à la protection de la vie privée du Canada

Heather Black mentionne qu'elle est heureuse de participer à la table ronde et de parler publiquement de la plainte déposée auprès du Commissaire par M. Geist. Elle affirme que le Commissariat avait souvent débattu la question à savoir si une adresse de courriel d'affaires constitue un renseignement personnel.

Selon M^{me} Black, la LPRPDE pourrait être utilisée pour combattre le pourriel parce qu'elle a compétence sur les organismes engagés dans des activités de consommation (p. ex. courtiers en listes, explorateurs de données et polluposteurs). Elle explique que trois provinces (le Québec, la Colombie-Britannique et l'Alberta) ont une loi similaire à la LPRPDE et qu'elle discutera de la question avec elles.

M^{me} Black admet que l'application est limitée; son bureau ne peut traiter qu'une cause à la fois. Elle espère que les décisions comme celle qui a été rendue dans la cause Geist seront reconnues dans le milieu et respectées par les mercaticiens légitimes.

« La pratique de la dénonciation publique n'éliminera pas les polluposteurs », dit-elle, ajoutant qu'elle aimerait recevoir une plainte contre un vrai polluposteur, car son bureau a le pouvoir de pénétrer dans les bureaux, de contraindre les témoins et de confisquer les serveurs.

Ray Pierce, sous-commissaire de la concurrence, Bureau de la concurrence, Industrie Canada

Ray Pierce rappelle au groupe que le Bureau de la concurrence est un organisme d'enquête et non d'application de la loi. Il ne peut donc pas obliger les polluposteurs à interrompre leurs activités. Cependant, rien n'empêche la *Loi sur la concurrence* de s'appliquer aux polluposteurs, même si le pourriel n'est pas mentionné dans la loi.

M. Pierce mentionne que le Bureau fait enquête sur quatre cas de pourriel. Trois des quatre cas ont été portés à l'attention du Bureau par l'industrie des TI et trois (pas nécessairement les mêmes trois) traitent de prétendues revendications trompeuses à propos de produits médicaux. Dans les pourriels – et c'est leur contenu qui inquiète le Bureau – le vendeur prétend que le produit peut faire quelque chose alors que ce n'est pas le cas.

Il faudra recueillir plus de renseignements sur les effets nuisibles du pourriel pour pouvoir concevoir des mesures législatives et d'application. Les gens qui commettent ces crimes sont intelligents, avertis et adaptables et ils vont outre-frontière pour se soustraire à la loi. « Les criminels se déplacent à la vitesse de la lumière, tandis que les organismes d'application se déplacent à la vitesse du son », de dire M. Pierce. L'enjeu que le groupe doit relever consiste à élaborer un cadre qui comble cet écart.

Philippa Lawson, directrice exécutive, Clinique d'intérêt public et de politique d'Internet du Canada

La Clinique d'intérêt public et de politique d'Internet du Canada (CIPPIC) a été mise sur pied il y a plus d'un an à la faculté de droit de l'Université d'Ottawa, mentionne M^{me} Lawson. Le site Web de la CIPPIC (www.cippic.ca) comporte une page sur le pourriel.

M^{me} Lawson déclare que le débat sur la législation est une suite logique au débat précédent sur l'éducation du public. « La façon de communiquer aux gens que le pourriel est inacceptable est d'adopter une loi qui le dit. » La législation et l'application sont une pièce du puzzle anti-pourriel, mais chacune d'elle comporte plusieurs volets. Toute loi anti-pourriel adoptée devra être appliquée par les instances publiques, dit-elle. En outre, les parties privées affectées par le pourriel devront pouvoir poursuivre les polluposteurs.

Certains droits privés d'action existant déjà pourraient être utilisés contre les polluposteurs, mais ces genres d'action sont rarement utilisés et ne sont pas directement liés au pourriel. De plus, le forum d'action est souvent entravé par un obstacle (les instances sont longues et/ou coûteuses) et le plaignant doit prouver des dommages, ce qui est souvent difficile. Certains s'opposent aux droits privés d'action au Canada, parce qu'ils peuvent servir à extorquer de l'argent aux sociétés légitimes qui ont simplement

commis une erreur involontaire. On pourrait éliminer cette crainte en obligeant le plaignant à prouver des abus répétés.

Elle mentionne que le groupe de travail s'est penché sur les approches de différentes compétences (p. ex. États-Unis, Europe et Australie). Le rapport intérimaire du groupe présente une analyse des diverses démarches adoptées.

Au bout du compte, toute loi promulguée au Canada devra être simple, inclure la capacité de retracer l'argent et comprendre des recours, y compris des dommages-intérêts légaux.

Michael Eisen, directeur, affaires juridiques et corporatives, Microsoft Canada

M. Eisen déclare que Microsoft est en faveur d'une approche anti-pourriel équilibrée, polyvalente axée sur des outils technologiques, des campagnes sectorielles, une nouvelle législation, l'auto-réglementation de l'industrie et l'éducation des consommateurs.

Globalement, Microsoft a pris des mesures coercitives contre des polluposteurs en entamant des poursuites civiles et en repérant et en acheminant des cas de pourriel aux instances appropriées. En tout, Microsoft a entamé 100 actions en justice à travers le monde; 86 d'entre elles sont aux États-Unis. Les actions ont abouti à des jugements d'une valeur totale de 100 millions de dollars.

M. Eisen affirme que l'application réussie de la loi est tributaire de l'adoption d'une loi anti-pourriel spécifique. Selon lui, le Canada devrait promulguer une loi fédérale anti-pourriel prévoyant des amendes civiles et criminelles sévères et favorisant une application efficace. La loi devrait interdire l'usage des en-têtes ou des lignes de mention objet faux et trompeurs, ainsi que le mésusage des ordinateurs de tierces parties. Elle devrait également prohiber l'utilisation des techniques de cueillette des adresses de courriel et des attaques de dictionnaire. Elle devrait être assortie d'incitatifs à l'adoption généralisée de pratiques exemplaires. S'il se dotait d'une telle loi, le Canada pourrait participer aux démarches anti-pourriel lancées dans le monde entier.

Paul Misener, vice-président, politique publique globale, Amazon.com

Les lois existantes ou nouvelles ne peuvent par elles-mêmes éliminer le pourriel mais elles doivent être efficaces plutôt que purement symboliques. M. Misener présente les directives suivantes concernant la mise en œuvre de lois efficaces :

- La majorité du pourriel a des visées financières, par conséquent la loi devrait permettre de retracer l'argent pour remonter aux bénéficiaires ultimes du pourriel, les vendeurs.

- Les expéditeurs de courriels commerciaux légitimes font parfois des erreurs. La loi devrait viser uniquement les sociétés qui manifestent une tendance ou une pratique relative à l'envoi de pourriels.
- Les plaignants privés, notamment les FSI, pourraient avoir des motifs contradictoires, par conséquent la loi anti-pourriel ne devrait pas éclipser les lois anticoncurrentielles.
- La majorité des sociétés légitimes accusées d'expédier des pourriels ne veulent pas de procès. La loi devrait faire de la « tendance ou de la pratique » une composante essentielle des plaintes, et partant, l'assujettir aux motions préalables aux procès.
- Les procureurs ont des ressources limitées. Les parties privées devraient pouvoir recueillir des preuves et contribuer à la préparation des poursuites.
- Toute nouvelle loi anti-pourriel devrait être applicable uniformément à l'échelle nationale.

M. Misener explique que l'adoption d'une loi fédérale aux États-Unis est attribuable principalement à la prolifération de lois étatiques conflictuelles. Il ajoute qu'une démarche nationale est préférable à de nombreuses démarches étatiques/provinciales.

Gary Funderlich, vice-président et avocat général, AOL Canada Inc.

Gary Funderlich mentionne qu'il est heureux d'apprendre que le Groupe de travail a créé un groupe qui traitera de l'éducation des consommateurs. Il a des données qui démontrent qu'un pourcentage élevé d'utilisateurs n'utilisent pas les mesures de protection offertes sur le marché.

En ce qui concerne la législation, la dissuasion doit impérativement figurer dans toutes les nouvelles lois promulguées. Le pourriel est une activité profitable et les amendes doivent être suffisamment élevées pour entraver ses aspects commerciaux.

L'accès est un autre problème. Seulement quelques FSI canadiens sont suffisamment importants pour participer à ces discussions. Quand le groupe parle du droit d'action, il doit se rappeler que la majorité des FSI seront incapables de financer ou d'endurer un long procès, et de recueillir les preuves nécessaires.

En outre, il faut se pencher sur l'insuffisance des ressources pour l'application. Lorsqu'une loi existe ou est promulguée, les organismes de réglementation doivent avoir la capacité d'entamer des poursuites vigoureuses contre les polluposteurs, afin que l'application des règlements dissuadent les gens de s'adonner au pollupostage.

Jay Thomson, vice-président adjoint, politique en matière de large bande, Telus

Jay Thomson déclare qu'il est heureux que Telus – un FSI canadien établi uniquement

au Canada – ait été invité à participer à cette table ronde. Il importe de reconnaître que les sociétés établies uniquement au Canada ont parfois une perspective différente du contenu et du rôle de la législation et du droit privé d'action.

La législation n'est qu'une partie de la solution au problème du pourriel, d'après M. Thomson. Une loi appropriée, bien ciblée peut contribuer à résoudre le problème; cependant le groupe ne rendrait pas service aux Canadiens en choisissant de s'en tenir là. Il affirme que Telus est en faveur d'une démarche anti-pourriel polyvalente.

Les efforts du groupe de travail ont déjà eu un impact; les pratiques exemplaires recommandées par le groupe ont réduit les plaintes. Telus est d'avis qu'il faut utiliser les lois actuelles pour lutter contre le pourriel, dit M. Thomson. Si ces lois s'avèrent inefficaces, on pourra les modifier. Il affirme qu'une loi anti-pourriel autonome ferait plus de mal que de bien. En effet, elle pourrait cibler les mauvaises parties, sanctionner par inadvertance des activités qui devraient être interdites et augmenter les prix pour les consommateurs.

L'application des lois actuelles doit être confiée aux organes responsables de la protection de l'intérêt public, et ces organes doivent avoir suffisamment de ressources pour faire leur travail, affirme M. Thomson.

Discussion

Avant d'ouvrir la discussion, M. Bjerring demande à Maneesha Mithal, directrice adjointe pour la protection internationale des consommateurs de la Commission fédérale du commerce (FTC) des États-Unis de parler au groupe du *Plan d'action de Londres sur la coopération internationale relative à l'application des lois anti-pourriel*. M^{me} Mithal explique au groupe l'origine du plan et mentionne que la FTC américaine a accéléré ses efforts en vue de combattre le pourriel frauduleux et déloyal. La FTC a cependant découvert qu'une grande partie du pourriel provient de l'extérieur des États-Unis. Bien que des réseaux internationaux efficaces aient été mis sur pied pour protéger les consommateurs, il n'existe aucun réseau semblable pour le pourriel, en partie parce que l'application des lois anti-pourriel varie d'un pays à l'autre.

Le 11 octobre 2004, la FTC a animé la première réunion des organismes d'application des lois anti-pourriel. Une centaine de personnes y ont participé et le plan d'action, avalisé par 19 organismes de 15 pays, en a été l'aboutissement. N'importe quel organisme public ou privé peut signer le plan d'action dont voici les trois principales exigences :

- Nommer une personne-ressource qui recevra l'information sur l'application des lois.
- Tenir des audioconférences périodiques.
- Prendre part à des projets spéciaux de temps à autre (p. ex. répondre au questionnaire de l'OCDE sur le pourriel).

M. Tassé remercie les conférenciers d'avoir expliqué les enjeux au groupe de travail. La répartition des responsabilités à l'égard de l'application des lois actuelles est très fragmentée et cela n'aide pas les personnes qui souhaitent déposer une plainte. M. Tassé ajoute que l'idée d'un « congélateur » canadien est intéressante parce qu'elle aiderait les enquêteurs à repérer les contrevenants et à établir des preuves contre eux.

Un participant souhaite qu'une loi vienne à bout des criminels qui envoient des pourriels. Il mentionne que le Canada compte présentement six polluposteurs importants – un petit nombre de personnes qui génèrent une quantité considérable de pourriel, dit-il.

Le sénateur Oliver demande à M^{me} Black si son bureau est en mesure de traiter mille plaintes par mois. Elle répond que son bureau ne serait pas obligé de traiter ce nombre de plaintes; il s'occuperait des vrais polluposteurs et non pas des expéditeurs de courriels légitimes qui enfreignent la loi par inadvertance.

M. Pierce déclare qu'une personne accusée d'un acte criminel est plus apte à se défendre. Or, cela pourrait être coûteux et lent, et les résultats restent incertains. Au tribunal civil, le polluposteur pourrait être sommé de mettre fin à l'activité et le plaignant pourrait éventuellement obtenir un dédommagement. Les poursuites civiles offriraient plus de souplesse pour le traitement des polluposteurs, ajoute-t-il.

Le droit privé d'action semble utile en théorie, mais il n'est pas réaliste pour la plupart des entreprises, mentionne un autre participant. Pour vraiment régler le problème, la loi doit prévoir des peines d'emprisonnement très longues pour les pires contrevenants, ce qui est arrivé récemment en Virginie.

M. Pierce met les participants en garde contre les comparaisons avec les États-Unis, où les sanctions criminelles sont très différentes. Il affirme que l'emprisonnement pour une première infraction au Canada n'est pas la règle, mais l'exception. Il ajoute qu'il faudra peut-être rencontrer les membres de l'appareil judiciaire pour s'assurer qu'ils comprennent que le pourriel n'est pas un crime sans victime.

M. Coroneos explique que l'Australie a opté pour des amendes civiles et que cette formule s'est avérée efficace. En ce qui concerne le droit privé d'action, les plaintes peuvent être déposées au nom de simples citoyens et lorsqu'elles sont prouvées, toute personne qui a subi des dommages peut présenter une requête au tribunal pour obtenir un dédommagement.

Don Blumenthal de la FTC - l'organisme qui gère le « réfrigérateur » - explique que la boîte aux lettres publique (le réfrigérateur) est le principal moyen de protection des consommateurs contre le pourriel. Le courriel envoyé à cette adresse est acheminé à un immense appareil de stockage où il est traité par un programme de recherche sur du texte intégral. Ce programme permet aux procureurs et aux avocats de faire des recherches dans le courrier stocké dans le réfrigérateur.

M. Binder affirme qu'au fil des ans, il a entendu dire que les avocats s'opposent à la modification des lois. Il demande s'il faut clarifier les lois pour refléter le nouveau vocabulaire de la technologie. « La clarté dans un projet de loi autonome n'est pas mauvaise en soi. » Il importe que ce groupe puisse contribuer à la définition du problème et à la recherche de solutions.

M^{me} Morin affirme : « Le pourriel n'est pas nouveau; c'est simplement une nouvelle façon d'accomplir des choses répréhensibles qui se font depuis longtemps. » Elle ajoute qu'il n'est pas nécessaire de promulguer une nouvelle loi mais qu'il faut plutôt définir les enjeux et clarifier les lois actuelles. En ce qui concerne le droit privé d'action, dit-elle, si le commissaire à la vie privée rend un jugement aujourd'hui, les particuliers peuvent présenter une requête au tribunal fédéral pour obtenir un dédommagement.

Bien que, à certains égards, le pourriel soit une nouvelle façon d'accomplir des choses que les gens font depuis longtemps, il y a certaines distinctions, dit M. Geist. En effet, le pourriel engendre un démenagement des coûts qui n'existe pas dans les autres domaines. En outre, le pourriel incite certaines personnes à abandonner le courriel pour communiquer. La loi devrait être considérée simplement comme un outil dont on dispose pour atteindre des objectifs en matière de politique. M. Geist a constaté, durant la discussion, l'émergence d'un consensus concernant ces objectifs : la nécessité d'avoir des mesures de dissuasion, sous forme d'amendes ou du droit privé d'action; l'importance de disposer d'une loi claire et bien conçue; et la nécessité d'octroyer des ressources additionnelles à l'application de la loi.

La loi doit également prévoir des sanctions criminelles et des responsabilités civiles, afin que les organismes d'application puissent poursuivre les personnes qui nuisent aux consommateurs et à l'économie, affirme un participant. Cependant, il a entendu dire que les entreprises se méfient de la législation gouvernementale et a le sentiment que les entreprises croient que le gouvernement essaie de se délester de ses responsabilités à cet égard.

L'industrie australienne avait aussi des craintes, mentionne M. Coroneos. Certains FSI ont déclaré que toute tentative en vue de retirer un polluposteur du réseau engendrait des menaces de poursuites. Aux termes de la nouvelle loi, les FSI sont soustraits aux poursuites éventuelles des polluposteurs. La loi régit le genre de message qui peut être envoyé et dans quelles conditions. La loi a un impact sur les FSI, dit-il, en codifiant leur conduite. Parce que l'industrie a conservé le contrôle des codes de pratique, elle continue de les appuyer. M. Coroneos insiste sur l'importance de disposer d'une loi claire, de vastes pouvoirs d'exécution et de bien financer les organismes de réglementation.

Une participante affirme que la non-confiance apparente pourrait découler de la nature d'Internet. En effet, la technologie Internet évolue sans cesse, dit-elle. L'industrie craint peut-être qu'une législation mette fin à l'innovation dans le secteur. Bien qu'il soit utile de cerner des pratiques exemplaires, l'industrie a peut-être peur que ces pratiques exemplaires soient codifiées, ce qui n'est pas au mieux des intérêts de quiconque.

M^{me} Lawson mentionne qu'une directive de l'Union européenne oblige chaque pays membre à adopter une loi anti-pourriel prévoyant le droit privé d'action. Elle demande si l'on considère le droit privé d'action pour fournir un dédommagement aux plaignants ou un moyen de dissuasion à l'industrie.

M^{me} Morin déclare que le problème consiste en ce que les gens ne savent pas où déposer une plainte contre un polluposteur.

M. Eisen pense qu'on ne semble pas débattre la nécessité d'avoir une loi, mais plutôt le contenu de celle-ci. La complexité du débat ne devrait pas empêcher le groupe de continuer. M. Eisen se préoccupe de ce que l'approche polyvalente ne semble plus faire partie du débat.

Un participant mentionne que le Canada est dans une position enviable car il peut examiner les lois mises en place dans différents pays et en adopter les meilleures éléments. Il affirme que les amendes sont efficaces si le polluposteur est une société dont les actifs sont connus. Mais, c'est rarement le cas. La loi américaine a éliminé une majeure partie des pouvoirs étatiques en ce qui concerne la poursuite des polluposteurs.

M. Misener explique que l'adoption de la loi fédérale a eu pour effet d'augmenter les lois étatiques conflictuelles. Il ajoute qu'une approche nationale est préférable à différentes approches étatiques ou provinciales.

Doug Lang de la Gendarmerie royale du Canada mentionne qu'il serait difficile de rehausser le profil du pourriel auprès des responsables de l'application des lois. De nos jours, l'anti-terrorisme et les activités anti-gang constituent la priorité nationale, et les ressources sont allouées à ces secteurs. Les organismes d'application n'ont pas le personnel, l'expertise ni la volonté nécessaires pour poursuivre les polluposteurs. Il se demande si l'industrie Internet envisage comment on assumera les frais des mécanismes d'application nécessaires.

Un participant propose que l'on saisisse les actifs des polluposteurs pour payer une partie des frais d'application. Il ajoute que les ordinateurs intermédiaires ou zombies pourrait être utilisés pour paralyser le système 911 d'une ville. « Nous frisons la catastrophe. » Le règlement du problème du pourriel exigera concertation et intelligence, ajoute un autre participant, précisant que le contenu du pourriel cause un continuum de dommages.

Un autre participant préconise une meilleure coordination de la lutte anti-pourriel entre les pays. M. Courtois convient qu'il faut obtenir la coopération des pays générateurs de pourriel, ajoutant que les pays qui agissent sont plus nombreux que ceux qui n'agissent pas.

M. Binder dit que le Canada ne peut ignorer le scénario alarmiste mentionné par un participant. Le moment est venu d'agir, affirme-t-il.

Discours liminaire par Joseph Alhadeff, vice-président du Comité consultatif économique et industriel (CCEI) auprès de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), président du Groupe de travail du CCEI sur la Sécurité de l'information

Bernard Courtois présente le conférencier d'honneur Joseph Alhadeff, vice-président du Comité consultatif économique et industriel (CCEI) auprès de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), président du Groupe de travail du CCEI sur la Sécurité de l'information.

M. Alhadeff dit qu'il apprécie cette opportunité de parler d'un sujet aussi important. Il mentionne que le terme « spam » (pourriel) est attribué à la troupe de comédiens *Monty Python's Flying Circus*, mais qu'en fait l'usage du terme est antérieur à la troupe et remonte à la communauté en ligne des premiers joueurs de *Dungeons and Dragons*. Ayant reçu par courriel une publicité en bloc d'une société, un joueur a incité les autres membres à envoyer des « noix de coco et des boîtes de spam » à la société. La société qui fabrique SPAM^{MC}, mentionne M. Alhadeff, n'est sans doute pas très heureuse que son produit de viande soit continuellement associé au courriel non sollicité.

M. Alhadeff explique que la réflexion sur le sujet a évolué. Au lieu de créer des définitions pour définir le problème – définitions qui sont périmées dès qu'elles sont élaborées – « il faut agir ». Le pourriel, dit-il est plus difficile à tuer qu'un vampire. Il n'y a pas de projectile d'argent pour combattre le pourriel : la législation, la technologie, la sensibilisation et l'application ne fonctionnent pas individuellement. La solution doit être une combinaison des quatre. « Les polluposteurs lisent les lois. Ils n'entendent pas les respecter, mais ils les lisent. » M. Alhadeff affirme que la loi est en vase clos et demeure inefficace pour contrer le pourriel.

La technologie est très prometteuse et peut accomplir de grandes choses, mais elle n'est qu'un moyen d'atteindre un but et doit être utilisée correctement. Elle n'est pas une solution en elle-même ni une industrie unique. Bon nombre de personnes connaissent les mesures prises par les FSI pour contrer le pourriel, mais le problème perdure dans divers secteurs et les groupes et les entreprises ont besoin de savoir ce qu'ils doivent faire. M. Alhadeff propose comme contre-mesure l'élimination des relais à port ouvert.

Le pourriel malicieux comprend l'hameçonnage, le ramassage de robots-réseaux et les zombies. Les ramasseurs de robots-réseaux vendent une connectivité sur des ordinateurs empruntés ou volés et causent beaucoup de dommages. « À n'en pas douter », le courriel commercial non sollicité est une nuisance et accroît le trafic sur les réseaux, mais il n'égale pas les problèmes causés par les courriels frauduleux dont l'expéditeur « n'a jamais eu l'intention de répondre ». Comment peut-on appliquer des règles à des entreprises et individus « qui changeront d'identité demain »?

M. Alhadeff explique que cela n'est pas le principal problème qui affecte la croissance et l'essor du commerce électronique. Si c'était le cas, « on interdirait les encarts dans les magazines ». Se concentrant sur le tort causé par le pourriel malicieux, il se demande quelle est la meilleure façon de régler le problème qui, dit-il, s'est aggravé à cause de la participation du crime organisé. « Le hameçonnage accroît considérablement les torts causés par le pourriel et nuit à la réputation des sociétés dont l'identité est falsifiée sur un site Web mystifié. M. Alhadeff raconte que deux hommes ont créé un pays entièrement fictif sur Internet. Ce pays fictif possédait des règlements bancaires, des lois et même un comité olympique!

Le pourriel est plus qu'une simple nuisance; le message peut comporter un lecteur de touche, un virus ou autre code malicieux.

Les entreprises peuvent prendre différentes mesures pour régler ce problème. Ainsi M. Alhadeff leur suggère des solutions qui sont appropriées à la nature de leurs activités et à leur capacité. Il y a un déséquilibre du savoir sur cette question. Les FSI ont beaucoup fait pour simplifier le problème et le rendre plus transparent, sans retirer le contrôle au consommateur. Les outils en voie d'élaboration fourniront des « indices de réputation » mais, malgré leur utilité, ils n'élimineront pas le problème du hameçonnage.

« Je parlerai maintenant », déclare M. Alhadeff, « du rôle du gouvernement ». Y a-t-il des mécanismes d'application qui permettraient de poursuivre un hameçonneur repéré? Si l'activité a son origine dans un pays, mais que l'argent est acheminé dans un autre pays, l'application de la loi exige des règles pangouvernementales. M. Alhadeff conseille de réfléchir en dehors des sentiers battus pour trouver différentes façons d'agir. Le réfrigérateur de la FTC est formidable, mais il détient présentement des millions de messages de courriel non standard, non consultables peut-être et inutiles à des fins de preuve. « Nous pourrions peut-être le rendre plus utile. » Il propose d'utiliser des filtres et autres techniques opérationnelles qui mettent les polluposteurs hors ligne chaque jour.

Il fait remarquer, cependant, que les pires contrevenants ne sont pas les sociétés qui envoient des courriels seulement aux récipiendaires qui veulent les recevoir; ce sont les personnes qui envoient des courriels sans avoir l'intention d'obéir à la loi. Peu importe la qualité du filtre, quelqu'un trouvera une façon de le contourner. Le problème découle en partie du fait l'examen du tort causé constitue un regard en arrière. Nous devons plutôt regarder vers l'avant pour devancer les créateurs de pourriel, parce qu'ils sont constamment à l'affût des filtres et autres mesures.

Les entreprises auront besoin d'une aide gouvernementale pour promouvoir l'importance du problème et sensibiliser la population aux coûts des mesures de sécurité et des produits ou services qu'elle devra peut-être acheter, que ces derniers soient groupés, autonomes ou au prix coûtant majoré. M. Alhadeff mentionne que certains coûts associés à la lutte anti-pourriel pourraient être récupérés grâce aux économies réalisées en le réduisant « au point d'entrée de la société ». Il suggère d'analyser l'externalité économique pour s'assurer que « les bonnes personnes profitent » et que les polluposteurs sont arrêtés ou pénalisés lorsqu'ils sont attrapés. Le Canada pourrait

renforcer les lois actuelles ou mettre en œuvre un ensemble de nouvelles mesures.

Les lois varient à l'échelle régionale et internationale et, bien qu'elles fonctionnent dans leurs pays respectifs, elles doivent également fonctionner « ensemble dans le cadre d'une coopération ». M. Alhadeff mentionne qu'il faut continuer d'aller de l'avant pour régler les problèmes de pourriel à mesure qu'ils surviennent et travailler plus efficacement ensemble. Il appuie le dialogue entre les intervenants car « c'est la meilleure démarche » et affirme qu'aujourd'hui « nous tentons d'établir un consensus ».

Discussion

Le président ouvre la discussion. Un participant demande comment on peut devancer le problème. M. Alhadeff donne l'exemple de la Californie, affirmant que l'état a pris de bonnes mesures. Mais « la Californie a également adopté des mauvaises lois fondées sur des faits inexacts ». Il recommande de prendre du recul par rapport aux problèmes pour déterminer quels sont les faits. Les entreprises qui ont été la cible d'attaques par hameçonnage peuvent fournir des renseignements utiles pour la recherche de mécanismes d'application. « À mesure que les filtres s'améliorent, les menaces deviennent plus complexes. » En ce qui concerne l'hameçonnage, l'éducation des consommateurs à propos de la validation des sites Web légitimes, conjuguée à une collaboration entre les intervenants, permettra peut-être d'élaborer des solutions et de l'information préventive. Ainsi, les banques qui ont été victimes d'attaques par hameçonnage ont envoyé à leurs abonnés des messages les avisant qu'elles ne sollicitaient jamais les numéros d'accès ou autres renseignements personnels par courriel.

Validation du courriel commercial : Le Canada en tant que chef de file de la certification

Opinions du Groupe de travail

Amanda Maltby, première vice-présidente, Association canadienne du marketing

M^{me} Amanda Maltby dit que ce débat était une bonne introduction au prochain point à l'ordre du jour : la validation du courriel commercial. Le Groupe de travail et le groupe de travail dont elle est membre examinent les problèmes afférents au pourriel dans l'optique des communications légitimes. Le groupe de travail a été mandaté pour étudier les pratiques exemplaires relatives au marketing électronique, les cadres destinés aux entreprises et aux emercaticiens canadiens et la possibilité d'un programme de certification ou d'authentification du courriel.

« Nous avons rencontré personnellement » des FSI, des mercaticiens et autres personnes pour discuter des problèmes de livrabilité. Certains d'entre eux ont mentionné des listes blanches et noires et, partant, le groupe de travail effectuera un test pour tenter de quantifier certaines de ces questions. M^{me} Maltby mentionne que le groupe examine également les codes, qu'ils soient internationaux ou, comme pour l'ACM, portent sur un groupe ou un pays particulier, pour déterminer ce qu'il peut recommander comme pratiques exemplaires. Les mesures visant à améliorer la légitimité du courriel commercial seront choisies en fonction des coûts et des entités qui les assumeront. Par ailleurs, elle affirme que les mercaticiens veulent une livrabilité complète mais que les FSI pourraient décider que cette attente n'est pas raisonnable. Par conséquent, il faut fixer une quantité raisonnable. Elle ajoute que le groupe de travail envisage également un programme de certification et aimerait recevoir des commentaires à cet égard aujourd'hui.

Neil Schwartzman, Canadian Coalition Against Unsolicited Commercial E-mail (CAUCE.ca)

Neil Schwartzman présente le point de vue du groupe de travail. Le dépistage du pourriel, mentionne-t-il, ne donnait pas de faux résultats positifs il y a cinq ans. Mais l'amélioration des filtres aux fins du maintien en ligne des serveurs incite parfois les mécanismes de filtrage qui traitent le courriel à produire des faux résultats positifs. Cela signifie que le courriel valide des vendeurs et acheteurs légitimes (ou même la facture de carte de crédit) ne passe pas. Il devient un dommage collatéral des filtres plus efficaces utilisés pour combattre les polluposteurs. « Les polluposteurs ont créé ce problème. » M. Schwartzman affirme que la certification pourrait poser un problème aux petits exploitants. Une grande entreprise en ligne comme eBay peut fournir une vérification et garantir que ses fournisseurs achemineront le courriel, mais les petits exploitants et les particuliers pourraient avoir plus de difficulté.

Mentionnant que les frais par message sont « inacceptables, même le quart de cent proposé par Bill Gates », il précise qu'ils seraient difficiles à percevoir et profiteraient au bout du compte seulement à l'organisme qui recueillerait tous ces quarts de cent. Il explique qu'une solution de rechange telle que le versement d'une caution par les expéditeurs – ces derniers déposent une somme d'argent pouvant être perçue à titre d'amende si un certain nombre de plaintes sont déposées contre eux – serait plus pratique. Mais les FSI et les usagers du marché doivent également définir une mesure.

Certains estiment que le Canada serait un bon terrain d'essai pour ce genre de mesure et M. Schwartzman suggère aux participants de lire les documents de référence de la table ronde pour obtenir un complément d'information sur ces points.

Opinions des intervenants

John Levine, co-président, Anti-Spam Research Group (ASRG) de l'Internet Research Task Force (IRTF)

John Levine présente le point de vue d'un intervenant. Il affirme que le volume de pourriel oblige les FSI à utiliser des services de filtre coûteux, tandis que les expéditeurs n'ont payé que pour leur connexion Internet et non pour celles des récipiendaires de leur courriels. Même si la livrabilité est parfaite sur les lignes multiplex sortantes des FSI, elle peut être entravée sur la ligne utilisée par le FSI du récipiendaire. M. Levine dit que cela ne l'ennuie pas de recevoir du matériel promotionnel par courriel de Land's End (un détaillant américain), mais que cela ne l'ennuierait pas de ne pas le recevoir. Par contre, l'entreprise serait ennuyée.

Il ajoute que le Canada serait un endroit idéal pour la mise à l'essai de démarches visant à contrer et à filtrer le pourriel, parce qu'il a une population moins importante que les États-Unis, compte un grand nombre de FSI et que les entreprises canadiennes comprennent mieux ces questions que les entreprises américaines. Bien que l'on puisse mettre en œuvre un seul ensemble de règlements pour le Canada et les États-Unis, M. Levine dit que l'idée n'est pas pratique parce qu'il y a trop de différences entre les deux pays. Tout d'abord, sur le plan de la langue : anglais et français au Canada, anglais et espagnol aux États-Unis. Il mentionne également que les États-Unis tirent de l'arrière par rapport au Canada, puisque ce Groupe de travail et ce groupe réfléchissent déjà à la question. M. Levine avaliserait un processus de certification spécifiquement conçu pour le Canada.

Mitchell Wolfe, vice-président principal, avocat général et secrétaire, Visa Canada

Mitchell Wolfe offre la perspective d'une corporation qui fournit une infrastructure de paiement électronique. Il mentionne qu'une étude récemment menée par Global Insight et subventionnée par Visa a démontré que les paiements électroniques ont fortement contribué à l'économie canadienne ces dernières années. Il précise que les paiements électroniques et l'économie électronique (la cyberéconomie) « sont fondés sur la confiance des consommateurs ». Dernièrement, les Canadiens ont commencé à s'intéresser à la protection de leurs renseignements personnels et le défaut de les protéger minera la confiance à l'égard de la cyberéconomie. « Si les gens ont trop peur, ils cesseront de participer à la cyberéconomie et, s'ils cessent de participer, elle échouera. »

M. Wolfe explique que le hameçonnage consiste à utiliser des sites frauduleux qui semblent légitimes pour obtenir des renseignements personnels tels que les numéros de compte bancaire et les renseignements sur les cartes de crédit. Un sondage récemment subventionné par Visa a révélé que seulement 16 p. 100 des Canadiens ayant accès à Internet ou au courriel connaissaient les termes hameçonnage ou usurpation de marque et que, lorsqu'on leur en expliquait le sens, seulement 72 p. 100 d'entre eux étaient familiers avec ce genre de pratique. M. Wolfe affirme que la majorité des Canadiens se méfient de ces escroqueries, mais que 4 p. 100 des personnes sondées ont admis qu'elles

avaient été victimes d'attaques par hameçonnage. Cela représente au moins 200 000 Canadiens. Visa emploie une société qui surveille Internet 24 heures par jour, sept jours par semaine pour découvrir et fermer les sites Web Visa frauduleux. M. Wolfe fait remarquer qu'il faudra investir d'importantes sommes pour persuader les Canadiens de continuer à faire confiance à l'intégrité des paiements et de l'économie électroniques et mentionne que sa société favorise une coopération étroite entre le gouvernement et les entreprises pour régler ce problème.

Sylvain Carle, président, Groupe Interstructure

Sylvain Carle présente son opinion à titre de consultant en technologie représentant les PME. Affirmant qu'il ne pourrait pas vivre sans son ordinateur, M. Carle souligne que le courriel devrait être accessible et rester utilisable. Les technologies portées à la discussion sont mises en place pour cerner et corriger les problèmes découlant de la conception originale du courriel, qui est ouvert et décentralisé. Les méthodes d'identification centralisées ne faisaient pas partie de la philosophie originale, affirme-t-il, et « je crois que nous devons conserver cette philosophie ».

Tout processus adopté doit permettre aux petites organisations de continuer à faire partie d'Internet. Il est d'accord avec l'optique de la discussion, à savoir qu'il faut distinguer le courriel commercial légitime qui ne cause pas de tort – bien qu'il ennue certaines personnes – du pourriel malicieux. Les courriels des polluposteurs malicieux traversent les filtres parce que ces gens ont suffisamment de temps et d'argent pour contourner les restrictions. M. Carle espère que les lois ne comprendront pas de restrictions, mais qu'il y aura plutôt un code de pratique commun au sein de l'industrie.

Bernard Brun, avocat principal, Commercial et technologie Desjardins Sécurité financière

Bernard Brun mentionne que peu d'institutions financières assistent à la table ronde et remercie le groupe de travail de lui avoir donné la possibilité de participer au débat. Il affirme que le pourriel est frauduleux de nature et mine la confiance des consommateurs. Les victimes du pourriel sont non seulement ses récipiendaires, mais les entreprises qui n'ont plus accès à un énorme débouché. M. Brun précise que le pourriel va au-delà de la simple nuisance; il est en voie de devenir un facteur de contamination. Il explique que sa société a placé un moratoire sur toutes les relations par courriel avec les clients et que cela crée un énorme problème de marketing qui doit être réglé. Les préjugés concernant le courriel exigent des mesures très graduelles. Les sociétés doivent mentionner au client le refus de participer, obtenir son consentement et pouvoir démontrer qu'il l'a donné. M. Brun affirme que sa société a été accusée de s'adonner au pollupostage et que « rien n'est plus dangereux pour une entreprise » que d'être identifiée comme une source de pourriel. La société a dû retracer chaque inscription pour découvrir le moment où l'endroit où le nom de chaque personne a été ajouté à sa liste d'envoi, de même que la phrase utilisée pour fournir le consentement. Les données comprenaient une

représentation graphique dans les archives de la société illustrant cette information.

Bien que toutes les institutions ne puissent fournir ce niveau de preuve, ces démarches ont récusé les accusations de pollupostage. S'exprimant d'après l'expérience de sa société, il mentionne qu'il est évident que les entreprises doivent convaincre leurs clients de l'authenticité du message qu'ils reçoivent. Sa société examine l'authentification. Bien que la certification soit accueillie favorablement, M. Brun affirme que le coût pose encore un problème. Même si elle couvrirait ses frais, ce ne serait pas une panacée.

Jay Aber, président, 24/7 Canada Inc.

Jay Aber déclare que son entreprise offre des services de marketing électronique aux autres entreprises. Il est toujours difficile d'établir la validité d'un message, dit-il; le vrai défi consiste à déterminer si un message a été livré. Dans les conversations avec les sociétés comme eBay ou les grandes banques, c'est la grande question. Savoir avec certitude qu'un message n'a pas été livré est préférable à l'incertitude.

M. Aber est d'avis que le gouvernement ne devrait pas être mêlé à cette question. Si les entreprises et les gens qui s'en occupent quotidiennement pour « assurer le service de la paie » ne peuvent gérer le problème, qui d'autre pourrait y arriver? Il est d'accord avec les commentaires précédents concernant la nécessité de prendre d'autres mesures, mais étant donné le manque de ressources dont font état la GRC et les FSI, pourquoi ne pas cibler les « cinq ou six principaux contrevenants »? Il mentionne que les procédures utilisées jusqu'à présent ont permis de distinguer les contrevenants des entreprises de marketing légitimes.

Discussion

La discussion est ouverte et un participant mentionne que son entreprise s'efforce de mettre fin au pourriel, mais qu'elle n'y arrive pas. Il cite des données selon lesquelles entre 60 et 70 p. 100 du courriel envoyé de nos jours est du pourriel et soupçonne que ce pourcentage atteindra 90 p. 100 l'an prochain. « Nous savons tous ce qui va arriver lorsque ce pourcentage atteindra 100 p. 100. » Des millions de courriels envoyés chaque jour évitent le radar du pourriel parce que l'option d'adhésion a été confirmée et qu'ils sont acheminés légitimement. Il affirme que les filtres peuvent être basés sur des mots clés ou le pays d'origine, mais craint que l'accumulation de ces filtres ne puisse créer un grand nombre de faux résultats positifs et empêcher les sociétés ou les organismes légitimes d'atteindre le reste du monde. Il y a énormément de hameçonnage parce qu'il est très rentable. Il fait écho aux commentaires du conférencier qui a mentionné la participation du crime organisé, affirmant que celui-ci a trouvé deux façons de vider des comptes bancaires en ayant recours au hameçonnage. C'est un problème de taille car si le hameçonnage poursuit dans la foulée du pourriel, dans quelques années, 80 p. 100 des messages de courriel seront du hameçonnage à cause des sommes énormes générées par

celui-ci. Si le pourriel malicieux atteint légalement les personnes ayant choisi l'option d'adhésion qui souhaitent recevoir uniquement les courriels légitimes, il minera leur confiance à l'égard du courriel.

Un autre participant mentionne que ce problème a été réglé dans les navigateurs Web grâce à l'élaboration de technologies d'adhésion et à l'utilisation de l'icône du cadenas dans le navigateur auquel les utilisateurs font confiance. Il a demandé pourquoi ces options ne sont pas également appliquées au courriel. Un autre participant répond que le hameçonnage sert généralement à la recherche d'identités, en plus de comptes bancaires, qu'un protocole SSL légitime ou faux soit utilisé.

En ce qui concerne l'hameçonnage et l'usurpation d'identité en général, on pourrait probablement ajouter un autre niveau de vérification de l'identité. Un détaillant faisant la promotion d'une vente, par exemple, aurait besoin d'un niveau de vérification moins élevé qu'une banque réclamant le prochain versement hypothécaire. Il propose un système de vérification centralisé qui fournirait une signature marquée spécifique à chaque industrie. Il faut présenter une preuve pour obtenir un certificat de protocole SSL, mais celui-ci est trop facile à obtenir. « Je pourrais enregistrer n'importe quel nom de domaine et obtenir un certificat SSL en 20 minutes. »

En réponse à un participant qui a mentionné précédemment que le gouvernement ne devrait pas s'immiscer dans cette question, Michael Binder dit : « Croyez-moi, nous ne voulons pas nous en mêler, mais nous ne pouvons pas attendre indéfiniment une solution. » On parle de solutions depuis deux ans, et rien ne s'est matérialisé. Un participant compare le problème à la guérison d'un cancer, mais « est-ce que cela signifie qu'il ne sera jamais réglé »? Si oui, le courriel ne deviendra jamais un inducteur économique parce que les usagers n'y feront plus confiance. Quelqu'un a dit tout à l'heure, ajoute le participant, que le Canada est un endroit idéal pour créer une zone exempte de pourriel. « Je rêve peut-être en couleur, dit-il, mais je pense que c'est une question légitime. »

Un autre participant raconte son expérience en Australie, où environ 60 p. 100 de la population effectue ses activités bancaires en ligne; une grande partie de ces gens ont répondu à un courriel hameçon. Les banques ont communiqué avec leurs clients à des fins d'authentification, mais chacune d'elles utilise son propre système. Donc, bien qu'on reconnaisse l'authentification, il y a encore de la fragmentation. Le gouvernement australien a pris l'initiative de fournir des méthodes centralisées pour vérifier la véritable identité des gens et des organisations.

En ce qui concerne les icônes de cadenas, le participant affirme qu'il n'y a pas de système SSL standard pour les logiciels de courriel comme c'est le cas pour les navigateurs Web. Il ajoute qu'AOL a créé une norme selon laquelle tous ses courriels ont une bordure bleue; cette méthode semble fonctionner parce que la compagnie n'a découvert aucune instance de hameçonnage d'AOL.

Quelqu'un d'autre mentionne qu'il serait facile de régler le problème du pourriel au

Canada « si nous étions prêts à arrêter le courriel venant du reste du monde ». Comparant de nouveau le problème à la guérison d'un cancer, il dit qu'il est facile de guérir un cancer si l'on ne craint pas de tuer le patient. « C'est notre désir de préserver la liberté » qui aggrave le problème.

M. Schwartzman clos la discussion en mentionnant qu'il pourrait établir un compte, prétendre d'être eBay et envoyer des courriels hameçons disant aux abonnés qu'ils doivent réinscrire leur carte de crédit. Comme c'est le cas pour toutes les entreprises traditionnelles, certaines personnes vont voler et commettre des vols à main armée. Mais si le public apprenait que les vols à main armée avaient augmenté de 50 p. 100 le mois dernier et que le gouvernement et les organismes d'application de la loi n'agissaient pas, il descendrait dans la rue pour demander son argent. Si le problème n'était pas d'ordre virtuel, la situation serait considérée comme catastrophique.

Groupe de travail sur les réseaux et la technologie : Au-delà des pratiques exemplaires

Opinions du Groupe de travail

Lori Assheton-Smith, première vice-présidente et avocate générale, Association canadienne de télévision par câble

Lori Assheton-Smith remercie tout le monde du travail accompli au cours des derniers mois pour préparer rapidement un document de travail incluant les observations des membres de l'industrie recueillies durant les 12 à 18 derniers mois, bien avant la mise sur pied du Groupe de travail. Les FSI ont entamé des entretiens avec leurs concurrents, sachant qu'il est au mieux de leurs intérêts et de ceux de leurs clients de le faire. « Ils ne l'ont pas fait parce que quelqu'un les a sommés de le faire. » Elle admet que certains fournisseurs reconnaîtront la logique de la majorité des pratiques recommandées, mais que toutes les pratiques ne seront pas sensées pour tous les fournisseurs. Elle souligne que les pratiques exemplaires ne seront pas imposées aux FSI. Au lieu de cela, précise-t-elle, le Groupe de travail a tenté de guider le secteur tout en lui laissant une certaine souplesse. Ces pratiques exemplaires ne sont qu'un élément d'une démarche polyvalente visant à contrer le pourriel. Ce dernier ne touche pas seulement la technologie et il en sera de même pour la solution.

Tom Copeland, président, Association canadienne des fournisseurs Internet

Tom Copeland mentionne qu'une rumeur circule selon laquelle l'industrie ne prend pas suffisamment de mesures pour protéger les clients contre le pourriel. Cela dépend du FSI particulier, mais les fournisseurs utilisent les outils disponibles. « Nous savons que le pourriel représente 80 p. 100 de notre trafic » et c'est ce pourriel que nous captions à l'aide des filtres.

M. Copeland affirme que, les frais de filtrage du pourriel de son entreprise représentent le salaire d'un poste à plein temps. Il préférerait garder cet argent et employer une personne de plus, mais il doit fournir ce service. De nombreux FSI sur le marché ont déjà adopté une majorité de ces pratiques. Le document sera réexaminé à mesure que la technologie évolue. M. Copeland mentionne que le groupe veut promouvoir les principes sous-jacents, et remercie les personnes qui ont travaillé à la résolution des questions relatives à l'adoption des pratiques.

Opinions des intervenants

Gerry Miller, directeur exécutif, Université du Manitoba

Gerry Miller affirme que les universités et les collèges sont des FSI confrontés à des restrictions et des contraintes semblables. Pour régler le problème du pourriel, son université a adopté des démarches, notamment un filtre-courriel en vrac, un filtre-courriel gris exigeant vérification de l'expéditeur et un filtre-virus de bureau. Elle a aussi imposé l'utilisation d'un logiciel anti-virus et la gestion des pièces, toutes deux à commande centrale. Dans une université, dit M. Miller, les termes « obligatoire » et « commande centrale » ne sont jamais les bienvenus, mais le pourriel a presque entièrement disparu et « le syndicat des professeurs n'a pas déposé de grief ». Un cadre légal peut être nécessaire comme procédure de secours, mais il ne doit pas entraver les solutions techniques. Les mesures comme SPF (Sender Permitted From) et le blocage du courriel sont accueillies différemment par le milieu de l'enseignement et le monde des affaires. Le pourriel monopolise beaucoup d'énergie et de temps et, pour une institution publique qui ne peut transmettre les frais au consommateur, il constitue un énorme problème. Le temps passé à traiter le pourriel est du temps soustrait à la recherche et à l'enseignement.

Alex Leslie, vice-président, Technologie, AOL Canada Inc.

Alex Leslie dit que son principal message est « nous ne pouvons en rester là ». Il a été plus difficile de s'entendre que prévu, mais on y est arrivé. Que l'entente doive survenir entre les FSI ou entre les FSI et le gouvernement, elle est une étape nécessaire. Il mentionne qu'AOL est déjà entièrement conforme et que les procédures établies auront plus d'impact si elles sont partagées au lieu d'être mises en œuvre seulement à l'interne.

AOL a enregistré une baisse sur douze mois abrupte du pourriel qui lui est livré, grâce à la réussite de sa stratégie anti-pourriel à cinq volets. Cette stratégie s'articule sur les outils anti-pourriel fournis aux abonnés, les filtres de serveurs et autres techniques pour hôtes, la poursuite des barons du pourriel, l'avalisation d'une loi anti-polluposteurs puissante et la collaboration et le partage de renseignements au sein de l'industrie. AOL fournit également un site de poste restante spécial (<http://postmaster.aol.com>) où les autres FSI peuvent consulter les rapports sur le pourriel des abonnés d'AOL concernant ce FSI et où les expéditeurs de courriels en vrac peuvent s'inscrire à la liste blanche d'AOL (et recevoir les rapports sur le pourriel des abonnés d'AOL les concernant).

M. Leslie mentionne qu'AOL Canada est constamment intéressée à essayer les techniques de filtrage mises au point par d'autres et examinera les organismes de certification commerciale tierce partie l'an prochain. La mise en place d'outils pour les utilisateurs est une façon de contrer le pourriel et il dit qu'AOL Canada a observé une diminution des rapports sur le pourriel des utilisateurs par rapport à l'an dernier – une indication que la société prend les démarches voulues. M. Leslie recommande la création d'une société pour « permettre aux FSI de régler les problèmes entre eux », affirmant qu'il faudrait pouvoir communiquer rapidement pour avertir les autres des problèmes qui surgissent et convenir d'agir rapidement pour les régler. « Nous ne sommes pas arrivés, nous sommes en voyage », dit-il, nous devons travailler ensemble et être plus souples que jamais. « Nous sommes ravis de résoudre les problèmes d'AOL, mais nous serions enchantés de résoudre le problème auquel vous êtes tous confrontés. »

Mary Carman, Agente principale de l'information, Industrie Canada

Mary Carman mentionne que le rôle d'un agent de l'information n'est pas le même au gouvernement et au sein d'un FSI. Elle est tenue d'optimiser les fonds publics, par conséquent l'abordabilité est une considération constante. Elle a examiné l'objectif que le ministère aimerait atteindre d'ici à 2008. Les plaintes provenant du personnel du ministère indiquent que les efforts en vue de filtrer le pourriel qui se poursuivent depuis 2003 n'ont pas été aussi efficaces qu'on espérait et que le ministère a atteint la limite de capacité du produit utilisé. Les filtres ont bloqué six millions de pourriels, mais 21 millions de messages non filtrés ont accentué la demande de capacité de stockage et surchargé le serveur et la largeur de bande. Le personnel a qualifié le pourriel de premier problème de harcèlement et de nuisance. « Manifestement, un changement s'imposait. »

M^{me} Carman dit que les démarches anti-pourriel ont été abordées dans un atelier d'informatique et que le ministère a obtenu la Voie de communication protégée fournie par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC). Le produit a été modifié pour répondre aux besoins particuliers du ministère et celui-ci a l'intention de continuer à l'utiliser. Il y aura deux niveaux ainsi qu'un élément courriel gris. Dès que l'outil anti-pourriel sera mis en place, Industrie Canada pourra également surveiller le courriel sortant non livré. Le déploiement doit avoir lieu à Industrie Canada le 8 janvier 2005. Le Conseil du Trésor se prépare à faire de même, mais Industrie Canada a fait la manchette. Les journaux ont mentionné que le ministère avait dépensé 5,5 millions de dollars, car « nous avons déjà quantifié notre analyse de rentabilisation ». M^{me} Carman précise que cette solution est abordable pour tous les ministères.

Glenn Ward, vice-président, Assurance du service à la clientèle, Bell Canada

Glenn Ward, qui est responsable des systèmes sympatico.ca, bell.ca et bellnet.ca, déclare que Bell appuie fortement le travail accompli par le Groupe de travail au cours des derniers mois. Il s'agit d'autre chose que la mise en œuvre accélérée de nouvelles

procédures et « nous croyons fermement que les FSI doivent travailler plus fort pour relever ce défi ». « D'après ce que j'entends aujourd'hui, nous réalisons beaucoup de progrès. »

Abordant les mesures précises prises par Bell pour combattre le pourriel, M. Ward affirme que la société était en situation de crise en 2001 et risquait d'être inscrite à la liste noire de certains FSI américains. Le système anti-pourriel mis en œuvre par Bell a fait ses preuves au cours des trois dernières années. En juillet 2004, Bell a établi un centre d'assistance permanent auquel les FSI peuvent faire rapport des problèmes en cours. Bell peut donc travailler avec les FSI par l'entremise du service et des forums plus officiels. M. Ward précise que la collaboration prend souvent la forme d'une discussion bilatérale avec les FSI sur les mesures à prendre rapidement pour interrompre une attaque.

Bell a découvert à un moment donné que 40 p. 100 de son pourriel était envoyé par 25 clients. La société a interrompu leur service et, dans bien des cas, il s'agissait de pourriel involontaire provenant d'appareils infectés. Durant une autre épidémie, Bell a mis en quarantaine des douzaines de clients en un jour et les a contactés proactivement pour régler le problème. M. Ward ajoute que Bell a constaté une diminution des plaintes des clients, ainsi qu'une réduction du volume de pourriel. La société attribue ces réussites aux systèmes de blocage qu'elle a mis en œuvre. Il mentionne que d'autres FSI agissent proactivement. Mais, ajoute-t-il, le pourriel augmente et les plaintes diminuent et « le problème est loin d'être réglé ». M. Ward affirme que Bell envisage avec enthousiasme de travailler avec Industrie Canada et le Groupe de travail pour poursuivre la lutte.

Discussion

La discussion est ouverte et un participant parle de la similarité entre les codes australien et canadien mentionnée précédemment. Il explique que le code australien émane des FSI mais exige l'observation d'une loi, et il maintient que la différence est significative. M. Peter Coroneos ajoute que le code de pratique de l'Australie comporte deux volets. La majeure partie du code est obligatoire, mais la page 21 du code énonce certaines pratiques exemplaires qui ne sont pas obligatoires. « Nous avons précisé des mesures qu'un grand nombre de FSI utilisent déjà », notamment le blocage du port 25 ou l'établissement d'une limite sur les envois de courriel des abonnés. La loi ne comporte pas de dispositions techniques, car dès que celles-ci sont incluses, la loi devient périmée et il n'y a aucun avantage à exiger la conformité de l'industrie.

M. Coroneos mentionne que la loi exige que chaque organisation compte une personne-ressource pour les organismes d'application de la loi. Les filtres ou services anti-pourriel sont obligatoires et imposés, bien que la majorité des FSI les fournissent de toute façon. Un mécanisme de réception des plaintes des consommateurs est également obligatoire pour garantir que les plaintes sont traitées et « non simplement oubliées ». Lorsque les organismes de réglementation affirment que le blocage du port 25 semble être une bonne idée et demandent pourquoi il n'est pas obligatoire, dit-il, son association

maintient que les fournisseurs ne peuvent exiger cela. « Nous nous défendons. » Le code doit être enregistré avant Noël 2004 et fera l'objet de consultations. M. Coroneos affirme que le code préconisera les pratiques exemplaires à mesure qu'elles évolueront.

Un autre participant demande si l'Australian Communications Authority (ACA) est un organisme actif sur le plan de l'établissement de codes obligatoires. M. Coroneos mentionne que ce code serait le seul à s'appliquer au pourriel, mais que d'autres règlements Internet s'appliquent aux enfants. Bien que les codes suscitent des titres affirmant que le gouvernement australien censure Internet, en réalité ces règlements visent le filtrage par les FSI. D'autres démarches sont entreprises uniquement si les règlements ne sont pas mis en œuvre volontairement. Pour que ces règlements s'appliquent uniformément à l'échelle d'une industrie, un organisme de réglementation doit s'assurer qu'ils le font. Il affirme que l'Australie a créé une norme qui aurait invoqué l'adoption de règlements nouveaux en cas d'application incohérente et d'échec du processus.

Un autre participant remet en question la nécessité de s'inscrire si le code est volontaire. M. Coroneos répond que c'est un élément volontaire au sein d'un code obligatoire. « C'est une solution de rechange. »

Un participant réitère ses commentaires sur les inquiétudes de l'industrie à l'égard de l'établissement de codes volontaires au sein d'un environnement quasi-réglementaire – quelque chose de volontaire pourrait soudainement être réglementé. Il mentionne que l'argent et les efforts consacrés à la lutte anti-pourriel et les conséquences éventuelles pour un FSI, y compris l'inscription à une liste noire s'il ne coopère pas, ne mèneront jamais à la résolution et à la coopération que M. Binder a mentionnées dans son exposé si la législation continue d'être la préoccupation centrale.

Quelqu'un déclare que le blocage non seulement réduira le pourriel canadien, mais aura des retombées à l'échelle internationale. Il affirme : « J'ai parlé du port 25 au Messaging Anti-Abuse Working Group (MAAWG) » et un fournisseur de services de télécommunications de Finlande a bloqué le port 25 – d'autres commencent à le faire. Le mesurage de la source des messages entraînera également une baisse considérable du pourriel et garantira la livraison du courriel des utilisateurs. Il affirme que sa société reçoit seulement 25 plaintes par million de clients et que cela justifie amplement la mise en œuvre des mesures anti-pourriel.

Michael Turner, sous-ministre adjoint de la Direction générale des services d'infotechnologie (DGSIT) de TPSGC, mentionne que sa direction offre des services externes et est branchée directement aux circuits de transmission des fournisseurs sur Internet. En tant que fournisseur de services internes, sa direction partage les préoccupations concernant le pourriel décrites par M^{me} Carman. Elle met en œuvre des démarches pour tous les ministères, notamment pour TPSGC, par le truchement de la Voie de communication protégée et envisage la possibilité d'installer la solution directement sur le serveur.

En ce qui concerne le hameçonnage, M. Turner mentionne que le programme Gouvernement en direct (GED) relève également de TPSGC et que le personnel de son ministère travaille étroitement avec les autres ministères et le Conseil du Trésor sur cette question. Il mentionne que le manque de confiance du public est le principal obstacle à la prestation des services sur Internet aux clients et aux citoyens. TPSGC a conclu il y a quelque temps que, pour que le public ait suffisamment confiance pour effectuer des transactions de nature délicate (fondées des données financières ou des renseignements personnels), il faudrait adopter un système complet d'Infrastructure à clés publiques (ICP) dans l'ensemble du gouvernement. Or, précise M. Turner, cette solution coûte beaucoup trop cher pour le courriel commercial et le gouvernement l'utilise seulement pour le courriel de nature délicate. Il s'agit, toutefois, d'un des environnements ICP les plus vastes du monde.

TPSGC suivra certaines des pratiques exemplaires énoncées aujourd'hui, mais les solutions techniques visant à bloquer le pourriel ne suffiront pas. Le blocage ne sera pas un dissuasif complet et il faudra adopter une solution polyvalente. « N'oublions pas qu'au bout du compte les politiciens, appuyés par un groupe de citoyens furieux » exigeront que les fonctionnaires trouvent une solution. M. Turner ajoute que lorsque les fonctionnaires seront appelés à discuter de la question avec le ministre, il faudra qu'ils aient la meilleure solution. « Tôt ou tard, nous devons aborder le programme législatif. »

M^{me} Lawson mentionne que beaucoup de participants ont émis des mises en garde contre la technologie et ont affirmé qu'il est inopportun pour le gouvernement d'imposer des solutions technologiques. Mais, dit-elle, personne n'a dit que le gouvernement devrait se diriger ou se dirigera dans cette voie. « J'aimerais faire une distinction entre la loi qui pourrait être proposée » et savoir sur quoi portent nos mises en garde.

Quelqu'un d'autre dit que ses idées ont déjà été exprimées par d'autres, mais qu'en tant qu'avocat, il tient à mentionner que « le train approche » et que le Canada doit être à bord muni de la meilleure expérience. Il ajoute qu'il a reçu sept pourriels et deux courriels hameçons durant cette réunion seulement! En dépit des milliers de dollars que son cabinet a consacrés au problème, « il est évident que cela ne suffit pas ».

M. Copeland mentionne certains dénominateurs communs de la discussion d'aujourd'hui, notamment des craintes implicites et des craintes explicites. Mais, lorsque le Sénat et la Chambre des communes commenceront à travailler sur ce projet, ils n'auront pas le même niveau de connaissance que ce groupe et ils se tourneront vers l'industrie pour obtenir des explications et une aide. Leur réalité est ce qu'ils voient tous les jours en tant qu'utilisateurs et clients.

En ce qui concerne les commentaires exprimés plus tôt selon lesquels personne ne se plaint du pourriel, c'est une question de perception qu'il faut traiter. « Même les gros canons » ne pourront régler ce problème à moins que tous les niveaux travaillent ensemble. Le coût pose un problème et ni le gouvernement ni l'industrie ne peut le récupérer. Il affirme que le service Internet est un des secteurs les plus concurrentiels qui soient et que les coûts n'augmentent pas incrémentiellement d'année en année. Si les

entreprises peuvent bénéficier davantage des réseaux, tant mieux, mais le recouvrement des coûts est difficile à réaliser. Pour les FSI, dit M. Copeland, le principal atout de la loi australienne consiste en ce qu'elle n'impose pas de technologie. Elle régit les activités, mais la technologie continue de relever des décisions opérationnelles. « Le Groupe de travail fait des progrès », affirme-t-il, remerciant les coordinateurs d'avoir formé le groupe.

Un autre participant clarifie une remarque antérieure selon laquelle la technologie ne devrait pas être imposée, mais que les principes pourraient l'être. Il affirme que la question est vraiment de savoir s'il faut imposer quoi que ce soit à l'industrie, en ce qui concerne la technologie ou d'autres domaines. Le président remercie les animateurs, les conférenciers et les participants de leurs commentaires.

Résumé et prochaines étapes

Michael Binder précise qu'au lieu de lire des notes et de tenter de placer tout ce qui a été dit dans un certain contexte, il partagerait ses observations sur la journée. Il espère que la réunion contribuera à déterminer les prochaines étapes et félicite le Groupe de travail pour l'icône adoptée pour sensibiliser les consommateurs. C'est un message, et comme il est uniforme, il pourrait devenir très célèbre.

La discussion d'aujourd'hui a porté sur divers sujets tels que les enfants, les PME et les différences linguistiques. M. Binder mentionne qu'il est fasciné d'apprendre que les francophones sont moins aptes à utiliser beaucoup de mesures de protection, ajoutant qu'il faudrait sans doute faire un suivi sur ce point. Affirmant qu'il a entendu maintes fois que personne ne se plaint du pourriel, il ajoute qu'il ne saurait pas lui-même à qui se plaindre, donc que quelque chose ne va pas. L'essentiel, dit-il, est que les parlementaires veulent agir et vu « le gouvernement minoritaire, tirez vos propres conclusions ».

Il mentionne le débat intéressant sur le droit privé d'action et les conseils utiles des multinationales. Il existe déjà de bonnes pratiques, donc « ne réinventons pas la roue ». Il est préférable d'apprendre ce qui fonctionne et ce qui ne fonctionne pas dans d'autres compétences. Les mesures de dissuasion ont été longuement débattues et méritent un examen plus approfondi. Il faudra également régler les préoccupations concernant les attentes croissantes des consommateurs.

En ce qui concerne le retraçage de l'argent, M. Binder affirme qu'il trouve cette recommandation intéressante, mais que c'est plus facile à dire qu'à faire. Comment découvrir où va l'argent? Ce n'est pas le FSI qui est en faute, mais le polluposteur. « Le Canada a-t-il besoin d'un réfrigérateur ou d'un congélateur? » Si oui, où doit-il être et qui doit le gérer? M. Binder dit qu'il tentera de trouver des réponses.

M. Binder affirme que le Groupe de travail envisagera la façon de valider le courriel

commercial au cours des prochains mois. Il faudra débattre ce point plus longuement. « Un autre dialogue engendrera peut-être de meilleures idées. » Il mentionne que certaines personnes lui ont dit que l'organisation d'un débat entre les gestionnaires de réseaux, les sociétés de technologie et les autres participants, axé sur la recherche de solutions, est un accomplissement majeur. « J'assiste à beaucoup de débats et pour moi celui-ci n'a rien de spécial, dit-il, mais peut-être qu'il est spécial. » Si le débat mène à une diminution du pourriel, il aura certes été *très* spécial. « On me dit qu'il porte ses fruits. »

M. Binder mentionne que le Canada a une longue tradition de codes volontaires. D'ailleurs, un grand nombre de participants à la table ronde ont collaboré à l'élaboration du Code type sur la protection des renseignements personnels qui était volontaire avant de devenir obligatoire.

Parlant des points repères, M. Binder est d'avis que « l'Australie a trouvé la bonne solution » et que, sans vouloir être impoli, il aimerait « faire mieux ». En terminant, il mentionne qu'un travail de collaboration entre le gouvernement, l'industrie et les consommateurs canadiens – est la bonne façon de procéder et qu'il y a encore beaucoup de travail à accomplir. M. Binder invite les participants à présenter d'autres commentaires par le truchement du site Web du Groupe de travail.