



International Chamber of Commerce
The world business organization



GLOBAL INFORMATION
INFRASTRUCTURE COMMISSION

Original Anglais. (Traduction non-officielle)

Un plan d'action global préparé par l'Industrie du commerce électronique avec des recommandations pour les gouvernements

Déclaration conjointe des organisations suivantes:

Comité Consultatif Economique et Industriel auprès de l'OCDE (BIAC)

Global Information Infrastructure Commission (GIIC)
(commission de l'infrastructure globale de l'information)

Chambre de Commerce Internationale (CCI)

International Telecommunication Users Group (INTUG)
(groupe international des usagers des télécommunications)

**Organisation Mondiale pour les Technologies et les Services
Informatiques (WITSA)**

La coalition qui a élaboré ce Plan d'Action Global représente collectivement les organisations suivantes:

| | | |
|--|--|---|
| Asociace Pro Pora denstvi v Podnikani (APP) (Czech Republic) | Federation of Korean Information Industries (FKII) (Republic of Korea) | IT Association of New Zealand (ITANZ) |
| Asociacion Espanola Empresas Informatica (SEDISI) (Spain) | Hong Kong, China Business Council of ICC | Japan Information Service Industry Association (JISA) |
| Associação Industrial Portuguesa | ICA (US) | Keidanren - BIAC Japan (Federation of Economic Organisations) |
| Association of the Computer Industry (PIKOM) (Malaysia) | ICC Argentina | Konfederacja Pracodawcow Polskich (Confederation of Polish Employers) |
| Associazione Nazionale Aziende Service Info. e Telematica (Italy) | ICC Australia | L'Association des Professionnels de L'Informatique de la Bur (Morocco) |
| ASUT (Switzerland) | ICC Austria | Mongolian National Information Technology Association |
| Australian Chamber of Commerce and Industry (ACCI) | ICC Bangladesh | Næringslivets Hovedorganisasjon (Confederation of Norwegian Business and Industry) |
| Australian Information Industry Association (AIIA) | ICC Belgium | National Association of Software and Service Companies (NASSCOM) (India) |
| AUTEL (Spain) | ICC Brazil | New Zealand Employers' Federation (NZEF) |
| Bangladesh Computer Samity | ICC Burkina Faso | NORTIB (Norway) |
| Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) | ICC Chile | Norwegian IT Association (KDL) |
| Bundesverband Informationstechnologien (BVIteV) (Germany) | ICC China | NTK (Sweden) |
| Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände | ICC Colombia | Singapore Federation of the Computer Industry (SFCI) |
| Canada Information Technology Association of Canada (ITAC) | ICC Cyprus | Svenska Arbetsgivareföreningen (Swedish Employers' Confederation) |
| Canadian Council for International Business (CCIB) | ICC Denmark | Sveriges Industriförbund (Federation of Swedish Industries) |
| Canadian Council for International Business (CCIB) | ICC Ecuador | Swedish IT-Companies Organisation |
| Chinese Taipei Business Council of ICC | ICC Egypt | Syndesmos Ellinikon Viomichanion (Federation of Greek Industries) |
| CISA (China, Taipei) | ICC Finland | Syntec Informatique (France) |
| Computer Suppliers Association (COMSA) (Zimbabwe) | ICC France | Teollisuuden Ja Työnantajain Keskusliitto (Confederation of Finnish Industries and Employers) |
| Computing Services & Software Association (CSSA) (UK) | ICC Germany | The Association of Thai Computer Industry (ATCI) |
| Confederacion de Camaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN) | ICC Hungary | Türkiye Isveren Sendikaları Konfederasyonu |
| Confederacion Espanola de Organizaciones Empresariales | ICC Iceland | Turkish Confederation of Employer Associations (TISK) |
| Confederacion Patronal de la República Mexicana (COPARMEX) | ICC India | Türkiye Ticaret - Sanayi - Deniz Ticaret Odalari ve Borsalari Birligi (TOBB - Union of Chambers of Commerce, Industry, Maritime Commerce and Commodity Exchanges of Turkey) |
| Confederation of British Industry (CBI) | ICC Indonesia | UK Telecommunications Managers Association (TMA) |
| Confederation of Industry of the Czech Republic | ICC Iran | UK Telecommunications Users Associations (TUA) |
| Confederation of Netherlands Industry (VNO-NCW) | ICC Ireland | Union Patronale Suisse |
| Confederazione Generale dell'Industria Italiana | ICC Israel | Union Suisse du Commerce et de l'Industrie - Vorort |
| Conseil National du Patronat Français (CNPf) | ICC Italy | United States Council for International Business (USCIB) |
| Dansk Arbejdsgiverforening (Danish Employers' Confederation) | ICC Japan | Vereinigung der Österreichischen Industrie (VÖI) |
| Dansk Industri (Confederation of Danish Industries) | ICC Jordan | Vereniging VNO-NCW (Confederation of Netherlands Industry and Employers VNO-NCW) |
| Fédération des Entreprises de Belgique (FEB-VBO) | ICC Mexico | Vinnuveitendasamband Islands (Confederation of Icelandic Employers) |
| Fédération des Industriels Luxembourgeois | ICC Morocco | |
| Federation of Dutch Branch Associations in +Information Technology | ICC Nederland | |
| Federation of German Industry (BDI) | ICC Norway | |
| Federation of Hellenic Information Technology Enterprises (Greece) | ICC Peru | |
| | ICC Portugal | |
| | ICC Saudi Arabia | |
| | ICC Singapore | |
| | ICC South Africa | |
| | ICC Spain | |
| | ICC Sri Lanka | |
| | ICC Sweden | |
| | ICC Switzerland | |
| | ICC Syria | |
| | ICC Togo | |
| | ICC Tunisia | |
| | ICC Turkey | |
| | ICC Ukraine | |
| | ICC United Kingdom | |
| | ICC Uruguay | |
| | ICC Venezuela | |
| | ICC Yugoslavia | |
| | Information Technology Association of America (ITAA) | |
| | Information Technology Association of Canada (ITAC) | |
| | Information Technology Association of New Zealand (ITANZ) | |
| | Information Technology Services Association (TIPAL) (Finland) | |
| | IPTC (UK) | |
| | Irish Business and Employers Confederation | |
| | Israeli Association of Software Houses (IASH) | |

Ce Plan d'Action est soutenu par:

Alliance for Electronic Business (UK)
Association of German Chambers of Industry and Commerce (DIHT)
Australian Information Industry Association (AIIA)
Austria Federation for the Information Industry (VIN)
Canadian Council for International Business (CCIB)
Confederation of British Industry (CBI)
Confederation of Industry of the Czech Republic (SPCR)
Confederation of Netherlands Industry (VNO-NCW)
European Association of Manufacturers of Business Machines and Information Technology Industry (EUROBIT)
EU-Japan Industry Roundtable Working group on Electronic Commerce
European Federation of Waste Management and Environmental Services (FEAD)
Federation of European Direct Marketing Associations (FEDMA)
Federation of German Industry (BDI)
Federation of Korean Industries (FKI)
French Freight Forwarders Association (FFOCT)
German Electrical and Electronic Manufacturers' Association (ZVEI)
German Information Technology Manufacturers' Association (FVIT)
German Retail Federation (HDE)
Global Internet Project (GIP)
Indian National Association of Software and Service Companies (NASSCOM)
Information Technology Association of Canada (ITAC)
International Air Transport Association (IATA)
International Council of Tanners
International Express Carriers Conference (IECC)
International Federation of Freight Forwarders Associations (FIATA)
International Institute of Air and Space Law
IT Association of New Zealand (ITANZ)
IT&C Association of Romania (ATIC)
Italian Association of Internet Providers (AIIP)
Japan Information Service Industry Association (JISA)
Japan-US Business Council
Keidanren (Japan)
Norwegian IT Association (KDL)
Swedish IT-Companies Organisation
Swiss Commission for Fairness in Commercial Communication (Schweizerische Lauterkeitskommission)
The Carribean/Latin American Action
Trans-Atlantic Business Dialogue (TABD)
TRUST-e
Union of Chambers of Commerce, Industry, Maritime Commerce and Commodity Exchanges of Turkey (TOBB)
Union of Industrial and Employers' Confederations of Europe (UNICE)
United States Council for International Business (USCIB)
US-Japan Business Council
World Economic Forum (WEF)
World Federation of Advertisers (WFA)

En cooperation avec:

Association Européenne pour la Protection des Œuvres et Services Cryptés (AEPOC)
Association for Payment Clearing Services (APACS) (UK)
European Association of Advertising Agencies (EAAA)
European Brands Association
Internet Law and Policy Forum (ILPF)

Table des matières

Un plan d'action global pour le commerce électronique préparé par l'industrie du commerce électronique avec des recommandations pour les gouvernements

| | | |
|-----------|--|-----------|
| I. | Introduction: Les règles du commerce dans un environnement électronique dynamique | 6 |
| | Informations générales | 6 |
| | Ce document | 7 |
| 0 | Principes fondamentaux | 9 |
| 1 | Un plan d'action | 11 |
| 1. | Susciter la confiance des utilisateurs et des consommateurs | 11 |
| | Protection des informations personnelles | 11 |
| | Vie privée et flux transfrontières de données | 11 |
| | Vie privée sur Internet | 12 |
| | Responsabilisation des consommateurs / Codes en matière de commercialisation et de publicité | 13 |
| | Responsabilisation des consommateurs | 13 |
| | Code en matière de commercialisation et de publicité | 14 |
| | Questions relatives à la confidentialité et à l'accès légal à l'information . | 15 |
| | Encouragement du développement technologique pour assurer la sécurité | 15 |
| | Cryptographie pour assurer la confidentialité | 15 |
| | Accès aux informations des entreprises par les autorités gouvernementales | 15 |
| | Accès aux informations du secteur public..... | 15 |
| | Interception légale des télécommunications par le gouvernement | 16 |
| | Interception légale des télécommunications par les entreprises... | 16 |
| | Signatures numériques et organismes responsables de la certification.... | 17 |
| | Validité des signatures numériques; interopérabilité des certificats et des signatures numériques..... | 17 |
| | Cadre commun des règlements sur les activités de certification.. | 18 |
| | Disponibilité des déclarations établies par les organismes de certification; accréditation | 18 |
| 2. | Etablir des règles de base pour le marché du numérique | 19 |
| | Questions contractuelles et autres questions juridiques | 19 |
| | Supprimer les obstacles juridiques/réglementaires | 19 |
| | Créer un nouveau cadre juridique commun | 19 |
| | Incorporation par renvoi | 19 |

| | | |
|-----------|---|-----------|
| | Transparence et disponibilité des termes juridiques de propriété et de meilleure pratique, contrats-types, etc..... | 20 |
| | Règlement des litiges | 20 |
| | Fraude et autres délits en matière de commerce..... | 20 |
| | Responsabilité | 20 |
| | Fiscalité et tarifs douaniers | 21 |
| | Droits de douane..... | 21 |
| | Fiscalité | 21 |
| | Facilitation du commerce et modernisation des douanes..... | 22 |
| | Interface secteur privé/secteur public | 22 |
| | Modernisation des douanes | 22 |
| | Propriété intellectuelle | 23 |
| | Droits d'auteur et droits associés | 23 |
| | Marques commerciales..... | 24 |
| | Bases de données..... | 24 |
| 3. | Renforcer l'infrastructure de l'information pour le commerce électronique..... | 25 |
| | Questions relatives au commerce et à la concurrence..... | 25 |
| | Concurrence dans les Télécommunications | 25 |
| | Équipement en technologie de l'information..... | 26 |
| | Questions liées aux échanges relatifs au commerce électronique | 26 |
| | Convergence..... | 26 |
| | Normes | 27 |
| | La gouvernance de l'Internet | 28 |
| | Juridiction..... | 28 |
| | Le système des noms de domaines..... | 28 |
| 4. | Maximiser les retombées– Impacts économiques et sociaux | 29 |
| | Impacts économiques et sociaux..... | 32 |
| | Petites et moyennes entreprises..... | 32 |
| | Développement des compétences | 32 |
| | Assurer la participation mondiale | 33 |
| | Déploiement de l'Infrastructure..... | 33 |
| | Le gouvernement: utilisateur modèle..... | 34 |
| 2 | Annexe sur les initiatives d'autorégulation..... | 35 |
| 3 | Note descriptive sur les organisations signataires..... | 71 |

I. Introduction: Les règles du commerce dans un environnement électronique et dynamique

Informations Générales

L'émergence de réseaux mondiaux a déjà commencé à influencer de façon significative le mode de communications des individus les uns avec les autres, des entreprises dans la conduite de leurs affaires et des gouvernements, notamment dans les services qu'ils offrent à leurs citoyens.

Tout comme le commerce traditionnel, le commerce électronique doit avoir la confiance de l'ensemble des utilisateurs et fournisseurs de biens et services. Les changements radicaux qui découlent de l'apparition de réseaux ouverts vont dans certains cas nécessiter des modifications de l'ensemble des règlements existants pour établir cette confiance. Parfois, de nouveaux règlements seront nécessaires.

Les transactions commerciales dans le monde d'aujourd'hui sont régies par un ensemble de lois gouvernementales, et par des instruments d'autorégulation du secteur privé. Depuis longtemps les gouvernements ont reconnu le fait qu'un environnement commercial dynamique requiert une approche prudente des réglementations. Jusqu'ici, ils ont accueilli favorablement les initiatives commerciales d'autorégulation comme la base de règles qui gèrent le commerce électronique.

L'autorégulation n'est pas un phénomène nouveau. Dans l'histoire, le monde des affaires a fixé ses propres règles et ses propres pratiques par un ensemble d'organisations. Ceci a permis de réduire les coûts de transaction, d'éviter et de résoudre les conflits, et de instaurer la confiance du consommateur.

Le début du commerce électronique et la vitesse à la quelle il évolue ont augmenté les risques liés à des réglementations gouvernementales prématurées ou inutiles. Les milieux d'affaires ont été amenés à favoriser un environnement propice grâce à l'établissement de systèmes d'autorégulation et à l'utilisation d'innovations technologiques. Les entreprises, d'un point de vue commerciale, ont tout intérêt à encourager la responsabilisation des utilisateurs. Cependant, elles ne feront les investissements nécessaires que si elles pensent que les gouvernements peuvent reconnaître et renforcer le rôle prépondérant du secteur privé dans les réponses à apporter aux défis que présente l'aspect très dynamique du commerce électronique.

Bien que le système législatif actuel se soit développé et peaufiné de manière naturelle au cours de plusieurs décennies, il apparaît urgent d'instaurer des règlements internationaux pour le commerce électronique. Ces règlements doivent tenir compte du caractère essentiellement international et en constante évolution du commerce électronique. L'intervention des pouvoirs publics, lorsqu'elle est souhaitable devrait être coordonnée de façon internationale, car les lois nationales qui sont incompatibles au niveau internationale font naître un marché global fragmenté et incertain dans lequel on ne sait pas quelles règles appliquer. De plus, l'application extra territoriale des lois d'un pays – et les réclamations qui s'y appliquent – pose un grave problème aux entreprises, aux utilisateurs et aux consommateurs et est une menace pour le commerce électronique. Dès lors, la reconnaissance mutuelle des plans de réglementation concernant le commerce

électronique (e.g., l'industrie financière y compris les marchés financiers, les marchés des valeurs mobilières, les services financiers, les assurances, la banque, les plans de protection des consommateurs, les impôts) est essentielle. Il est primordial de s'occuper au plus vite de la mise en place d'une juridiction, de se mettre d'accord sur le choix des lois et de traiter les questions relatives à la leurs mise en application.

Ce document...

La **Partie II** de ce document définit un ensemble de principes fondamentaux servant de base à la structure dans laquelle l'élaboration des politiques pour le commerce électronique doit se faire. La **Partie III** présente une proposition de structure de plan d'action qui a été acceptée par les principales organisations internationales du secteur privé. Ces organisations travaillent ensemble en collaboration avec les gouvernements et autres autorités internationales, et qui ont un rôle prépondérant dans ce domaine,. Le plan décrit les actions et engagements des entreprises en termes concrets, et définit ce que les milieux d'affaires attendent de l'action gouvernementale. Ce document propose un point de référence pour le secteur privé et pour les organisations gouvernementales concernées. Il contribuera à la mise en application efficace et transparente des règles nécessaires à un environnement qui permet un commerce électronique stable et prévisible.

Le plan d'action requiert une approche "non interventionniste" de la part du gouvernement sur certains points, tout en admettant que le commerce électronique soulève de nombreuses considérations d'ordre public, qui pourront nécessiter un soutien de la part du gouvernement. L'intervention du gouvernement peut être nécessaire sur des questions telles que la protection de la propriété intellectuelle, la fiscalité et la suppression des obstacles à la concurrence grâce à la mise en place d'une infrastructure sous-jacente (voir Principe 2 dans la Partie II ci-après). Cependant sur des questions comme la vie privée ou le contenu préjudiciable, les solutions du secteur privé telles que l'autorégulation et les outils technologiques sont des moyens privilégiés et plus efficaces que des lois pour susciter la confiance nécessaire au commerce électronique.

L'objectif du plan d'action est de fournir un inventaire des points de vues fondamentaux de l'Industrie sur des questions que le gouvernement doit traiter et de donner une vision claire de l'action du secteur privé dans les domaines où les solutions doivent être guidées par le marché et développées par l'industrie.

Le plan d'action répond aussi à différentes déclarations de haut-niveau faites par les gouvernements depuis quelques années qui demandent au secteur privé d'être l'acteur principale du développement du commerce électronique. Les milieux d'affaires acceptent cette mission et proposent ce plan d'action comme un outil permettant de conduire ce développement d'une manière coordonnée et transparente.

Comme nouvelle preuve de l'efficacité de cette approche, la **Partie IV** de ce document présente un échantillonnage des solutions d'autorégulation qui ont bien

fonctionné et qui sont actuellement utilisées ou en cours de mise au point. (Cette partie n'est disponible qu'en anglais.)

Enfin, la **Partie V** donne un descriptif bref de chaque organisation industrielle qui a collaboré à ce travail. Ces organisations se sont groupées sous la forme d'une coalition.

La volonté des auteurs est que ce document soit un “ document vivant ” qui évolue au rythme de la mise en place du commerce électronique et qui apporte de nouvelles preuves tangibles de la réussite des projets. A cet effet, les lecteurs sont invités à soumettre leurs commentaires pour améliorer ce document et, le cas échéant, leur approbation à :

Christiaan van der Valk
Sous-Directeur des Commissions de Politique Générale
Et Directeur – Télécommunications et Commerce Electronique, ICC
Tél : 33-1-49532913
Fax : 33-1-49532859
e.mail : christiaan.vandervalk@iccwbo.org.

II. Principes Fondamentaux

Les milieux d'affaires estiment qu'un certain nombre de principes fondamentaux devraient façonner les politiques qui régissent le commerce électronique, pour que les promesses du commerce électronique soient concrétisées. Dans ce contexte, nous formulons les Principes suivants relatifs à la politique du commerce électronique mondial. Nous pensons que les Principes exprimés ici peuvent être étendus au fur et à mesure que de nouvelles données et expériences se seront développées.

1 Le développement du commerce électronique devrait être laissé principalement à l'initiative du secteur privé et basé sur les demandes du marché.

2 L'intervention des pouvoirs publics, lorsqu'elle est souhaitable devrait promouvoir un cadre juridique international stable, permettre d'attribuer, d'une façon équitable, les ressources à caractère rare, et protéger l'intérêt général. L'intervention des pouvoirs publics devrait se limiter au strict nécessaire et devrait être claire, transparente, objective, non-discriminatoire, proportionnelle, évolutive, et neutre par rapport aux technologies.

3 Des mécanismes permettant la contribution et la participation du secteur privé à l'élaboration des politiques dans ce domaine devraient faire l'objet d'une promotion et d'une large utilisation dans tous les pays et les fora internationaux.

4 Etant donné la vocation mondiale du commerce électronique, les politiques publiques dans ce domaine devraient être coordonnées et compatibles au niveau international, et elles devraient faciliter l'interopérabilité dans le cadre d'un environnement international, volontaire et consensuel pour l'établissement de normes.

5 Les transactions conduites au moyen du commerce électronique devraient faire l'objet d'un traitement fiscal neutre par rapport aux transactions utilisant des moyens non-électroniques. La fiscalité du commerce électronique devrait être conforme aux pratiques reconnues au niveau international, et administrée de telle manière qu'elle soit le moins astreignante possible.

6 La réglementation de l'infrastructure de télécommunication qui soutend le commerce électronique, lorsqu'elle est nécessaire, devrait réduire les entraves à la concurrence et permettre à de nouveaux services et à de nouveaux opérateurs d'être en concurrence, au niveau mondial, sur un marché ouvert et équitable.

7 L'exercice du commerce électronique devrait se réaliser dans un marché ouvert et compétitif.

8. La protection des utilisateurs, spécialement en ce qui concerne la vie privée, la confidentialité, l'anonymat et le contrôle du contenu, devrait induire des politiques relatives au commerce électronique axées sur le choix, le droit et responsabilité individuels, les solutions menées par l'industrie et devrait être en accord avec les lois applicables.

9 Le secteur privé devrait fournir aux utilisateurs les moyens qui leur permettent de faire respecter leurs choix dans le domaine de la vie privée, la confidentialité, le contrôle du contenu et, dans des circonstances appropriées, l'anonymat.

10 Pour assurer un degré de confiance élevé dans l'Infrastructure mondiale d'information et la Société mondiale de l'information (GII-GIS), une politique d'accord mutuel, d'enseignement, d'innovation technologique pour une sécurité et une fiabilité accrues, et d'autorégulation du secteur privé devrait être poursuivie, et des mécanismes adéquats pour la résolution des litiges éventuels devraient être adoptés.

III. Un plan d'action

Ce chapitre a pour objectif d'apporter les points de vues fondamentales des milieux d'affaires sur :

- (a) les principales barrières au développement du commerce électronique
- (b) les solutions déjà mises en œuvre par le gouvernement et le secteur privé
- (c) les rôles respectifs que jouent les gouvernements et le secteur privé, et, dans ce contexte particulier –
 - les mesures que les entreprises envisagent de prendre face à ces problèmes spécifiques, et
 - les mesures qui selon les milieux d'affaires doivent être prises par les gouvernements , et à travers quelles organisations.

1. Susciter la confiance des utilisateurs et des consommateurs

La protection des utilisateurs, spécialement en ce qui concerne la vie privée, la confidentialité, l'anonymat et le contrôle du contenu, devrait induire des politiques relatives au commerce électronique axées sur le choix, le droit et responsabilité individuels, les solutions menées par l'industrie et devrait être en accord avec les lois applicables.

Le secteur privé devrait fournir aux utilisateurs les moyens qui leur permettent de faire respecter leurs choix dans le domaine de la vie privée, la confidentialité, le contrôle du contenu et, dans des circonstances appropriées, l'anonymat.

Protection des Informations Personnelles

| | Action des entreprises | Action gouvernementale requise |
|---|--|--|
| 1. Vie privé et flux transfrontières de données | <p>Les entreprises se conforment aux principes établis dans les Lignes Directrices de l'OCDE Régissant la Protection de la Vie Privée et les Flux Transfrontière de Données de Caractère Personnel (1980), et s'engagent à mettre en place des pratiques équitables de traitement de l'information et des procédures transparentes compatibles avec ces Directives.</p> <p>Les entreprises utilisent des contrats type et des procédures de contrôle interne pour satisfaire les conditions légales qui limitent l'exportation d'informations vers des pays tiers qui n'offrent pas une "bonne protection". Plusieurs nouveaux contrats types seront publiés et soumis pour approbation auprès des autorités compétentes avant 1999.</p> | <p>Les gouvernements devraient adopter une approche souple et adaptée de la protection des informations personnelles, y compris la mise en place de solutions d'autorégulation et d'innovations technologiques qui responsabilisent l'utilisateur.</p> <p>La reconnaissance mutuelle des procédures, lois et directives qui existent aujourd'hui devrait se faire aussitôt que possible par le biais de la coopération internationale.</p> <p>Les différentes approches relatives à la protection des informations personnelles ne devraient pas empêcher les Flux Transfrontière de Données. Dans l'évaluation du niveau de protection accordé aux informations personnelles dans les autres juridictions, le critère de référence serait le niveau de protection objectif.</p> |

2 Vie privée sur Internet

Les entreprises s'engagent à coopérer avec les gouvernements pour encourager la reconnaissance mutuelle des régimes culturellement différents mais adaptés, pour la protection des informations personnelles dans l'environnement numérique.

Les entreprises mettent en place, à la lumière de leur expérience sur le marché international, des pratiques équitables de traitement de l'information qui soient compatibles avec les Directives de l'OCDE sur la Vie Privée (1980). Ceci est rendu possible grâce à l'autorégulation, aux codes sans caractère obligatoire et à la commercialisation de technologies, ce qui assurent un haut niveau de protection de la vie privée parfaitement adapté aux besoins et préférences des utilisateurs.

Dans certains pays, l'homologation de la conformité à ces politiques industrielles sur la vie privée peut déjà être apportée par de nombreuses institutions assurant la sécurité et les intérêts des consommateurs.

Le secteur privé étudie actuellement l'autorégulation existante pour s'assurer qu'elles tiennent compte des nouvelles technologies et qu'elles offrent une protection de la vie privée efficace et logique.

Les gouvernements devraient admettre que le réseau Internet est un nouveau moyen de communication offrant de nouvelles opportunités et de nouveaux défis. Les systèmes de réglementation et d'autorégulation doivent être souples afin d'apporter aux consommateurs une protection utile de leurs informations personnelles et de garantir les intérêts légitimes des entreprises.

A cet égard, les gouvernements devraient :

- Coopérer avec le secteur privé pour adopter un système adapté d'interprétation des solutions de réglementation existantes ;
- Reconnaître la validité et l'adéquation d'une autorégulation efficace améliorée par l'utilisation de technologies protégeant davantage la vie privée ;
- et éduquer le public pour que celui-ci sache se servir correctement des technologies protégeant davantage la vie privée.

Responsabilisation des consommateurs / codes en matière de commercialisation et de publicité

Dans un marché électronique mondial fonctionnant sans contrainte, le développement d'outils toujours plus sophistiqués et plus faciles à utiliser et de pratiques commerciales qui visent à responsabiliser les consommateurs est actuellement en cours. Ces sites web axés sur le marché de la vente au détail, qui proposent un grand choix de biens et services aux consommateurs et qui contribuent à individualiser l'acte d'achat, parviennent à gagner le soutien des consommateurs. Permettre à ce marché libre de se développer et de s'étendre à l'échelle internationale, sans réglementation excessive de la part des gouvernements, est essentiel pour la responsabilisation du consommateur.

| | Action des entreprises | Action gouvernementale requise |
|--|---|--|
| 1. Responsabilisation des consommateurs | <p>Des outils de responsabilisation toujours plus sophistiqués pour les consommateurs seront mis au point pour protéger et responsabiliser les consommateurs sur un marché réellement mondial.</p> <p>La protection du consommateur est un élément essentiel pour bâtir la confiance dans l'environnement en ligne et est parfaitement complémentaire avec les principes de marché relatifs au service et à la satisfaction du client. Dès lors, les entreprises qui préservent les intérêts des consommateurs ont tout à y gagner commercialement.</p> | <p>La protection des consommateurs devrait être développée à partir des plates-formes appropriées entreprises / consommateurs. Les entreprises, et les parties intéressées, devraient totalement s'impliquer dans les débats internationaux pour établir les politiques relatives à la protection des consommateurs.</p> <p>Les gouvernements jouent un rôle essentiel dans l'éducation et la responsabilisation du public pour les sensibiliser davantage à leurs responsabilités et à leur droit d'exercer un choix par rapport à leur protection en tant que consommateurs.</p> <p>La communauté juridique internationale vient à peine de commencer à se pencher sur les questions juridiques complexes relatives aux loi et juridiction applicables dans le cyberspace. Toutes réglementations prématurées établissant la loi et le forum du pays de destination pour les transactions du consommateur porteraient une grave atteinte au développement du commerce électronique, car la mise en conformité serait beaucoup trop lourde pour toutes les entreprises et pratiquement impossible pour les petites et moyennes entreprises.</p> |

1. Code en matière de commercialisation et de publicité

Dans de nombreux pays, le secteur privé a un système bien établi de mécanismes de réclamations autogérés et d'autorégulation coopérative et exécutoire en matière de pratiques publicitaires, comme les associations industrielles ou commerciales, chambres de commerce, bureaux d'éthique commerciale, etc. Le concept d'autorégulation des entreprises en matière d'éthique commerciale continue d'évoluer pour s'adapter à l'environnement en ligne au travers des coopérations et accords internationaux.

Dans l'environnement mondial d'Internet, sans frontières, les lois nationales incompatibles avec les lois internationales sur la publicité et la promotion sont un obstacle aux échanges entre pays.

Les gouvernements devraient encourager l'autorégulation pour la publicité Internet au niveau international, sur la base des bonnes relations de coopération existantes entre les agences gouvernementales et les organismes d'autorégulation des entreprises s'occupant de la publicité traditionnelle au niveau national.

Le secteur privé continuera à améliorer les solutions d'autorégulation pour la publicité Internet et l'étude de marché. Le secteur privé mettra en place des mécanismes appropriés d'application d'autorégulation internationale pour les violations des règles de meilleures pratiques, si les mécanismes existants sont considérés comme étant inefficaces.

Questions relatives à la confidentialité et à l'accès légal à l'information

Les questions d'accès légal à l'information devraient très rapidement être revues dans le contexte plus large des évolutions actuelles quant à la valeur de l'information.

| | <u>Action des entreprises</u> | <u>Action gouvernementale requise</u> |
|---|---|---|
| 1. Encouragement du développement technologique pour assurer la sécurité | Les entreprises continuent de développer des technologies visant à assurer la sécurité, et ce afin de bâtir la confiance dans le commerce électronique. | Les gouvernements devraient soutenir la recherche et le développement fondamentaux du secteur privé relatifs à la technologie de la sécurité. |
| 2. Cryptographie pour assurer la confidentialité | <p>Il est essentiel pour le commerce électronique que les entreprises et les utilisateurs finaux puissent choisir les systèmes cryptographiques qui s'adaptent le mieux à leurs besoins, et que tous ces systèmes puissent fonctionner à l'échelon international. C'est pour cette raison que le marché des produits et systèmes cryptographiques ne devrait subir aucune restriction.</p> <p>Le secteur privé reconnaît le besoin d'un accès légal à l'information. Les milieux d'affaires sont opposés à tout système obligatoire, basé sur une technologie spécifique.</p> | <p>Les lignes directives de l'OCDE en matière de cryptographie ont été une étape importante afin de parvenir à une approche internationale uniforme. Le besoin urgent d'un cryptage important dans le commerce électronique est l'étape suivante dans cette coopération entre entreprises et gouvernements. Les gouvernements doivent encourager le commerce électronique sur un marché libre en abattant les obstacles à l'utilisation de solutions de cryptage standard proposées au public.</p> <p>Les gouvernements devraient s'engager à :</p> <ul style="list-style-type: none">• retirer tous les contrôles d'exportation sur les technologies et applications cryptographiques ; et• coopérer de manière à faciliter la mise en place de solutions interopérables visant à sauvegarder l'échange d'informations au plan international, indépendamment de leur choix de réglementation. |
| 3. Accès aux informations des entreprises par les autorités gouvernementales | Les milieux d'affaires recommanderont de meilleures pratiques commerciales pour la concurrence et autres agences gouvernementales concernées. | Les gouvernements devraient travailler avec le secteur privé pour définir les moyens de protection appropriés et pour atteindre le bon équilibre entre la vie privée et l'accès légal à l'information. |
| 4. Accès aux informations du secteur public | Pour s'assurer que les informations détenues par les entreprises sont correctes et pour aller dans le sens de l'efficacité et de la satisfaction du consommateur, il est nécessaire pour les entreprises d'avoir accès aux informations du secteur public pour mener leurs transactions. Les principes internationaux, le cas échéant, seront développés de manière à garantir la bonne utilisation des informations personnelles. | Les gouvernements devraient garantir un accès équitable et transparent aux informations du service public pour garantir les intérêts légitimes des entreprises, tout en reconnaissant le besoin de parvenir à un équilibre avec la protection des informations personnelles. |

5. Interception légale des télécommunications par le gouvernement

Le développement de normes internationales acceptables est essentiel. Les milieux d'affaires sont très inquiètes de voir le grand nombre d'organisations gouvernementales qui se chargent d'élaborer des normes pouvant conduire à des inconsistances.

Par principe, des discussions pouvant influencer sur les moyens de protection existants en matière d'écoute électronique devraient prévoir la participation des entreprises.

6. Interception légale des télécommunications par les entreprises

Il est nécessaire pour les entreprises de contrôler les communications afin de prouver l'existence des transactions commerciales, aux fins du contrôle de qualité et de formation pour le bénéfice du client. Certaines initiatives de réglementation restreignent ces pratiques légitimes.

Les gouvernements devraient garantir que les entreprises puissent continuer de contrôler les communications à des fins légitimes (comme par exemple la preuve d'une transaction commerciale, le contrôle de la qualité, la formation) avec le consentement d'une seule partie impliquée dans la communication.

Signatures numériques et organismes responsables de la certification

Les signatures numériques ou signatures électroniques* sont essentielles pour assurer l'identification correcte des interlocuteurs, et l'authenticité et la non-répudiation des messages qu'ils échangent. Pour parvenir à cela, un certain nombre d'actions internationales doivent être prises. La certification numérique est un secteur embryonnaire qui requiert un cadre de règles flexible pour pouvoir évoluer. Il faut traiter les questions de responsabilité, mieux spécifier les définitions communes, etc...On devrait donner la préférence à l'autorégulation pour éviter l'effet de verrouillage des réglementations gouvernementales inflexibles et potentiellement incompatibles. De nombreux pays sont en train d'élaborer - ou ont déjà mis en place - des lois sur les signatures électroniques qui comprennent les règlements appartenant aux services responsables de la certification. L'étendue des lois nationales existantes est grande: elles vont d'un certain libéralisme à une spécification et une lourdeur extrêmes. Les gouvernements ont un rôle important à jouer en s'assurant de la validité juridique des signatures numériques.

| | <u>Action des entreprises</u> | <u>Action gouvernementale requise</u> |
|---|--|---|
| 1. Validité des signatures numériques; interopérabilité des certificats et des signatures numériques | <p>Les entreprises cherchent à travailler avec les gouvernements au sein de CNUDCI et des autres organismes concernés dans ce domaine.</p> <p>L'interopérabilité technique devrait être assurée par le secteur privé. L'acceptabilité juridique des certificats et des signatures numériques, à la fois au plan national et au plan international, devrait être encouragée par le secteur privé avec l'aide des politiques gouvernementales appropriées.</p> | <p>Les gouvernements devraient encourager et soutenir l'activité de CNUDCI dans le commerce électronique, y compris son travail actuel sur les signatures électroniques, les organismes responsables de la certification et les questions juridiques afférentes.</p> <p>Les lois sur les signatures numériques et toute procédure de réglementation pour leur reconnaissance ne devraient pas mentionner la localisation ou autrement ne devraient pas agir comme des barrières commerciales. Le critère de neutralité relatif à l'adéquation sera utilisé pour déterminer la reconnaissance.</p> <p>Les normes relatives aux signatures électroniques qui sont utilisées ou reconnues par les gouvernements seront technologiquement neutres, ne privilégieront ou ne favoriseront aucune solution en particulier et iront dans le sens de l'innovation technologique.</p> |

* Les termes "signature numérique" et "signature électronique" sont souvent utilisés indifféremment. Ceci a conduit à une véritable confusion au niveau international quant à l'utilisation du terme. Ce sujet ne se prête pas à une discussion poussée dans le cadre de ce document. Nous suggérons aux personnes intéressées par des informations et définitions plus détaillées de consulter www.iccwbo.org/guidec2.htm ou www.ilpf.org/work/ca/draft.htm et d'autres sources d'informations traitant ce sujet. Dans un souci de clarté, le terme "signature numérique" tel qu'utilisé dans ce document fait référence à "une transformation d'un message utilisant un cryptosystème asymétrique de telle manière qu'une personne détenant le message protégé et la clé publique de l'expéditeur puisse déterminer de manière certaine : (a) si la transformation s'est opérée grâce à l'utilisation d'une clé secrète correspondant à la clé publique du signataire, et (b) si le message signé n'a pas été modifié depuis sa transformation." Le terme "signature électronique" tel qu'utilisé dans ce document fait référence à "une signature sous format électronique se trouvant, ou étant attachée à, ou étant logiquement associée à un message de données, et utilisée par ou au nom d'une personne avec l'intention d'identifier cette personne et de mentionner l'approbation de cette personne quant au contenu du message de données" (traduction de l'éditeur).

Action des entreprises

Action gouvernementale requise

2. Cadre commun des règlements sur les activités de certification

Des définitions communes et de meilleures lignes directrices pour les activités de certification ont été publiées par plusieurs organisations commerciales, et seront sans cesse mises à jour afin de refléter les pratiques commerciales.

Les efforts faits par les gouvernements dans ce domaine devraient se limiter à proposer des règles de base à partir desquelles les activités de certification pourront se développer librement, en fonction des besoins du marché. Ces efforts devraient être coordonnés au plan international et prendre en compte l'existence de solutions d'autorégulation.

3. Disponibilité des déclarations établies par les organismes de certification ; accréditation

Le secteur privé développera des règles de meilleures pratiques pour les déclarations établies par les organismes de certification (CPs) qui proposent divers niveaux de responsabilité. Les dépôts centraux proposant un accès facile aux CPs seront mis en place par les entreprises.

Les gouvernements devraient favoriser l'émergence de réseaux sans frontières d'organismes de certification qui soutiendraient les accords de reconnaissance mutuelle.

Les gouvernements ne devraient imposer aucun système d'octroi de licences qui viendrait briser cette reconnaissance mutuelle. Si elle était nécessaire, l'accréditation ne devrait avoir aucun caractère obligatoire, et devrait se baser sur les meilleures pratiques reconnues au niveau international.

2. Etablir des règles de base pour le marché du numérique

Questions contractuelles et autres questions juridiques

Dans une relation interentreprises, la liberté contractuelle doit constituer le principe sous-jacent derrière tous les efforts visant à créer un environnement juridique adéquat. Les gouvernements peuvent soutenir le commerce électronique en permettant l'établissement de contrats dans l'industrie électronique et en facilitant la reconnaissance légale de documents et de contrat authentifiés numériquement. Les gouvernements devraient éviter toute législation dirigiste et détaillée dans ces domaines, et devraient plutôt élaborer une législation plus aisée, qui contribuera à aider le secteur privé en développant des solutions d'autorégulation.

| | <u>Action des entreprises</u> | <u>Action gouvernementale requise</u> |
|--|--|---|
| 1. Supprimer les obstacles réglementaires | <p>Des solutions traditionnelles d'autorégulation pour le commerce international sont continuellement adaptées aux nouvelles pratiques commerciales.</p> <p>Le milieu d'affaires mondial est en train d'analyser les barrières juridiques et politiques existantes auxquelles est confronté le marché du numérique, et il formulera des recommandations si nécessaire.</p> | <p>Les pays devraient implémenter la Loi Modèle de CNUDCI en matière de commerce électronique dès que possible. Des demandes ont été formulées pour faire passer certaines parties de la Loi Modèle de CNUDCI au statut de Convention.</p> <p>Certaines conventions internationales doivent être adaptées (la CEE-NU a publié une analyse des travaux internationaux devant être effectués). La bonne coopération existant entre les organes internationaux d'expertise légale des secteurs privé et public devrait servir de modèle pour une future coopération entre les entreprises et les gouvernements par rapport au commerce électronique.</p> |
| 2. Créer un nouveau cadre juridique commun. | <p>A travers divers organismes de promotion et de facilitation commerciales du secteur privé, un système de règlements mis en place par autorégulation pour le commerce électronique est en train d'être développé.</p> | <p>Les gouvernements devraient continuer de collaborer avec les organisations internationales concernées pour élaborer des règlements juridiques fondamentaux et communs, sur une base de subsidiarité (c'est-à-dire lorsque l'autorégulation ne peut suffire), afin de développer le commerce électronique.</p> |
| 3. Incorporation par renvoi | <p>Dans le commerce électronique, les termes de signification juridique figureront de plus en plus dans les contrats, au moyen de l'incorporation par renvoi. Le secteur privé continuera à développer des systèmes de consultation plus efficaces, transparents et simples d'utilisation pour connaître les définitions intégrales de ces termes</p> | <p>Les gouvernements devraient continuer de travailler sur les principes de base internationaux relatifs à la validité juridique de l'incorporation par référence de tous types de transactions. Ces règlements auraient pour but de fournir une assurance à toutes les parties impliquées dans les transactions faites par commerce électronique.</p> |

| | | |
|---|---|--|
| 4. Transparence et disponibilité des termes juridiques spécifiques à l'entreprise et termes de meilleures pratiques, contrats type, etc... | Des bases de données juridiques en ligne avec des systèmes de référence faciles à utiliser seront mises à la disposition des parties effectuant des transactions en ligne. | On encourage les gouvernements à soutenir ces centres d'expertise gérés par les entreprises et à contribuer à la mise en place des termes et actes juridiques entrant dans le domaine public. |
| 5. Règlement des litiges | La rapidité et la compétence pour le règlement des litiges en matière de commerce électronique sont des éléments importants. Les fournisseurs de systèmes parallèles pour le règlement des litiges sont en train de créer des systèmes sur mesure. | Les gouvernements devraient encourager la mise en application de mécanismes autogérés comme étant un moyen efficace de résoudre les litiges du commerce électronique. Les tribunaux devraient également accroître leur compétence dans les questions de commerce électronique. |
| 6. Fraude et autres délits en matière de commerce | Le secteur privé continuera à conseiller les gouvernements sur les actions appropriées à prendre pour combattre la fraude dans le commerce électronique. Des organisations commerciales spécialisées continueront à fournir à la communauté des affaires des renseignements sur la fraude et les fraudeurs. | Le droit pénal, les tribunaux et les organismes d'exécution devraient acquérir une plus grande compétence pour traiter les questions de fraude dans le commerce électronique et les délits informatiques. Une coopération étroite avec les entreprises est vitale dans ce processus. Les signatures numériques sont importantes pour la protection des utilisateurs contre la fraude. Il serait nécessaire de traiter la question de leur validité juridique le plus vite possible. |
| 7. Responsabilité | Les entreprises étudieront les questions générales de responsabilité en matière de commerce électronique et remettront leurs conclusions aux organisations gouvernementales concernées. | La liberté contractuelle devrait rester le principe de base. Les gouvernements devraient éviter de créer des règlements en matière de responsabilité qui pourraient gêner l'avancée du commerce électronique et devraient travailler avec les entreprises pour identifier les domaines qui requièrent des règles de responsabilité. |

Fiscalité et tarifs douaniers

Les transactions effectuées par le biais du commerce électronique devraient faire l'objet d'un traitement fiscal neutre par rapport aux transactions n'ayant pas recours à des moyens électroniques. La fiscalité du commerce électronique devrait être en accord avec les pratiques établies et reconnues au plan international, et gérée de la manière la moins lourde possible.

| | <u>Action des entreprises</u> | <u>Action gouvernementale requise</u> |
|----------------------------|--|---|
| 1. Droits de douane | Les milieux d'affaires approuvent la décision des états membres de l'OMC de continuer leur pratique actuelle qui consiste à ne pas imposer de droits de douane aux transactions électroniques. | Le 20 mai 1998 les ministres de l'OMC ont déclaré que leurs états membres continueraient leur pratique actuelle qui consiste à ne pas imposer de droits de douane aux transactions électroniques. |
| 2. Fiscalité | Le secteur privé continuera à travailler avec les gouvernements, y compris dans le contexte de l'OCDE, pour expliquer les nouvelles technologies et leurs implications fiscales. | La neutralité en matière d'imposition devrait être le principe de base. Il ne faudrait pas mettre en place de nouvelles taxes ou régimes d'imposition visant le commerce électronique. Les gouvernements ont fait de gros progrès lors de leurs discussions sur les questions fiscales au sein de l'OCDE, avec l'aide des milieux d'affaires. Les gouvernements devraient continuer de travailler en relation étroite avec le secteur privé pour suivre les évolutions du commerce électronique et s'assurer que les considérations commerciales pratiques sont bien prises en compte pour mettre sur pied une politique fiscale dans ce domaine en pleine évolution. |

Facilitation du commerce et modernisation des douanes

Pour que les entreprises puissent utiliser totalement les avantages du commerce électronique, l'utilisation d'une documentation sous forme électronique ne devrait pas se voir refuser l'acceptabilité au plan légal pour la seule raison qu'elle existe sous forme numérique. L'exploitation de documents douaniers, par exemple, sera à la fois plus rapide et moins coûteuse si elle peut se faire sous forme électronique. L'acceptabilité légale de la vérification de documents et de reçus sous forme électronique à partir de transactions faites par le biais du commerce électronique sont d'autres exemples qui peuvent considérablement réduire les coûts et ainsi faciliter et promouvoir le commerce électronique.

| | Action des entreprises | Action gouvernementale requise |
|--|--|---|
| 1. Interface secteur privé/secteur public | Les secteur privé et les gouvernements devraient travailler conjointement pour assurer la compatibilité entre les normes à interfaces appropriées. | Travailler sur les exigences en matière de données douanières est actuellement en cours de réalisation dans l'OMD et le G7. L'OCDE serait le lieu de débat approprié pour aborder les questions d'interface relatives à la fiscalité. |
| 2. Modernisation des douanes | Suite au Symposium d'Avril 1998 sur la Facilitation du Commerce, les entreprises souhaitent coopérer avec les gouvernements au sein de l'OMD et de l'OMC sur les questions relatives à la modernisation des douanes. Le secteur privé continuera à travailler avec les autorités douanières et de les conseiller sur les questions relatives au commerce électronique. | Pour permettre aux entreprises et aux consommateurs de profiter des avantages du commerce électronique, les gouvernements devraient travailler par le biais de l'OMD et de l'OMC pour accroître l'efficacité et la transparence des procédures douanières au travers des technologies de l'information. Les gouvernements ont un rôle important à jouer en abordant les questions de politique commerciale et en assurant la validité légale des documents sous forme numérique. |

Propriété intellectuelle

Une protection adéquate des droits de propriété intellectuelle sur les biens intangibles dans le cyberspace est une priorité majeure.

| | <u>Action des entreprises</u> | <u>Action gouvernementale requise</u> |
|--|--|--|
| 1. Droits d'auteur et droits associés | <p>Une technologie est en cours d'élaboration pour mieux suivre et protéger les oeuvres déposées, et gérer les droits. Les entreprises sont en discussion avec les gouvernements pour s'assurer que les régimes de droits d'auteur (y compris les droits associés) sont appliqués à l'environnement numérique de manière à promouvoir le commerce électronique tout en protégeant les droits de propriété intellectuelle.</p> <p>Les secteurs de l'industrie se sont engagés à coopérer pour empêcher, décourager et réagir aux infractions qui s'opèrent à partir des réseaux numériques, y compris par la mise en place de mesures de protection technique; le développement de solutions de terrain telles que la concession de licences, la coopération avec les autorités compétentes, et la mise au point de procédures permettant de pouvoir rapidement réagir en cas d'infractions patentes, y compris par voie de notification.</p> <p>Les entreprises continueront de fournir des informations sur les implications des nouvelles technologies en matière de propriété intellectuelle.</p> | <p>L'OMPI a adopté Les Traités sur le droit d'auteur, et sur les interprétations et exécutions et phonogrammes en décembre 1996. Les gouvernements devraient maintenant s'engager rapidement à ratifier et à mettre en place ces traités, en tenant compte des défis et des opportunités de l'environnement numérique. Les gouvernements qui réexaminent l'applicabilité des règlements en matière de responsabilité dans l'infraction des droits d'auteur devraient soigneusement examiner la façon dont ces règlements s'appliquent à toutes les parties prenantes dans l'environnement du réseau numérique. Le but doit être la mise en application d'une structure de responsabilités équilibrée et réaliste qui respecte les normes internationales, fournit des motivations pour une coopération accrue au sein du secteur privé visant à décourager et à réagir aux infractions, encourage des pratiques commerciales sérieuses, n'impose pas des charges économiquement déraisonnables ou techniquement irréalisables ou impraticables aux intermédiaires qui ne génèrent, ne sélectionnent ni ne contrôlent l'objet des transactions, et conserve de justes compétences aux Tribunaux.</p> <p>Les gouvernements devraient envisager de nouvelles mesures pour assurer les droits de propriété sur l'environnement du réseau numérique, y compris combler les vides laissés par Les Traités sur le droit d'auteur, et sur les interprétations et exécutions et phonogrammes dans la protection des producteurs et des auteurs d'enregistrements audio.</p> |

2. Marques commerciales

Les milieux d'affaires ont mis en évidence les problèmes soulevés par la contradiction entre la portée nationale des lois en matière de marques commerciales et la nature internationale du commerce électronique, et collaboreront avec l'OMPI pour examiner les solutions possibles (voir également le système des noms de domaine sous administration Internet ci-après).

Les gouvernements devraient travailler conjointement au niveau international au sein de l'OMPI pour s'assurer que les différences nationales en matière de réglementation et de politique de marques commerciales n'entravent pas la capacité du propriétaire d'une marque commerciale à exploiter et à protéger sa marque sur le cyberspace.

3. Bases de données

Les entreprises contribuent au travail de l'OMPI sur cette question.

Les gouvernements devraient continuer à travailler par le biais de l'OMPI aux fins d'assurer de façon adéquate la protection de la propriété intellectuelle sur les bases de données.

3. Renforcer l'infrastructure de l'information pour le commerce électronique.

Questions relatives au commerce et à la concurrence

La concurrence ouverte dans la fourniture de produits et services à tous les niveaux de la société de l'information est une condition préalable au développement du commerce électronique. Le cas échéant, la réglementation de l'infrastructure sous-jacente des télécommunications devrait développer la concurrence en permettant à de nouveaux services et à de nouveaux entrants de se lancer dans la concurrence à l'échelle internationale dans un marché ouvert et équitable. La convergence des télécommunications, des Technologies d'Information et du multimédia soulève d'importantes questions qui requièrent l'attention internationale pour des efforts de libéralisation tendant à produire des résultats optimum.

| | <u>Action des entreprises</u> | <u>Action gouvernementale requise</u> |
|---|--|---|
| 1. Concurrence dans les Télécommunications | <p>Les milieux d'affaires restent désireuses de fournir des informations pratiques sur les réglementations appropriées régissant la concurrence. Les entreprises continueront à faire appel aux organismes de réglementation pour la mise en place de conditions de concurrence ouverte et équitable ayant pour but la diversification et l'abaissement des coûts des services de télécommunications.</p> <p>Les entreprises étudient les moyens d'éviter et de régler les litiges commerciaux entre concurrents afin de fournir une alternative aux règlements par le biais des organismes de réglementation.</p> | <p>La mise en place effective de l'accord de l'OMC concernant les télécommunications de base est d'une importance cruciale. En consultation avec les entreprises, les gouvernements ayant de l'expérience en matière de libéralisation des télécommunications devraient activement prêter leur assistance aux pays signataires qui doivent démarrer ce processus. Les pays qui ont programmé des engagements dans le cadre de l'accord de l'OMC sur les communications de base devraient examiner la manière dont leurs marchés respectent l'accord, publier régulièrement leurs conclusions et, le cas échéant, retirer les dispenses accordées aux NPF (clause de la nation la plus favorisée).</p> <p>L'OCDE, l'UIT et l'OMC - au sein de leurs domaines respectifs - ont un rôle à jouer pour faciliter cette assistance.</p> <p>Des efforts devraient être faits pour accroître le nombre des signataires et des ratifications de l'accord de l'OMC sur les télécommunications de base. La programmation des engagements en matière d'ouverture de marché dans les services de télécommunications de base devraient inclure:</p> <p>1- la mention d'une date certaine pour une libéralisation totale</p> |

2- le retrait progressif des restrictions en matière de propriété étrangère
3- l'adoption du document de référence dans son intégralité. Ces engagements devraient être une considération prioritaire dans les négociations pour l'accès à l'OMC par les nouveaux pays membres.

2. Equipement en technologie d'information

Les entreprises se félicitent de l'existence d'ATI (Accord sur les technologies de l'information) de l'OMC et sollicitent l'étendue de son champ d'application au cours des négociations d'ATI II.. Les entreprises demandent aux non-signataires d'ATI d'y adhérer, en confirmant leurs pratiques en matière de prix à l'ATI.

L'ATI de l'OMC est d'une grande importance pour le développement du commerce électronique, et il devrait être largement appliqué et étendu. Tous les gouvernements devraient faire des efforts pour développer la liste des éléments que recouvre l'ATI.

3. Questions liées aux échanges relatifs au commerce électronique

Les entreprises encouragent l'OMC à jouer le rôle de chef de file dans les questions de nature commerciale du commerce électronique, et proposent leur aide pour identifier les priorités afin de supprimer les barrières.

Les Ministres de l'OMC ont mandaté le Conseil Général pour mettre en place un programme de travail global aux fins d'examiner les questions de nature commerciale relatives au commerce électronique. Les gouvernements devraient immédiatement commencer à élaborer un programme avec les entreprises pour apporter leur assistance à ce processus.

4. Convergence

La convergence des technologies conduit au besoin d'une convergence similaire des réglementations en matière de radiodiffusion, technologie d'information et de télécommunications. Une telle convergence est fondamentale pour le commerce électronique et doit être soutenue par des politiques gouvernementales adéquates. Les entreprises sont déjà en train de mettre au point, de fournir et d'utiliser des produits et des services qui profitent pleinement du phénomène de convergence. Ces évolutions vont vraisemblablement s'accélérer.

L'OCDE et l'ITU ont abordé cette question. Les gouvernements devraient travailler étroitement avec le secteur privé pour se préparer aux changements entraînés par cette convergence, et pouvoir y réagir, en appliquant les principes suivants:

. La politique en matière de concurrence devrait être utilisée autant que possible en tant que moyen prédominant d'empêcher les abus de pouvoir du marché dans les secteurs des télécommunications et des médias.

. Les réglementations gouvernementales devraient être limitées à l'encouragement de la concurrence, l'attribution des ressources limitées et, chaque fois que nécessaire, la délimitation des objectifs d'intérêt public.

Normes

Le commerce électronique offre de grandes facilités économiques, reliant toutes les parties d'une transaction en une seule chaîne intégrée. Les politiques gouvernementales devraient faciliter l'interopérabilité au sein d'un environnement international, basé sur le consensus et le caractère non obligatoire en vue de l'établissement de normes. Le marché a besoin d'une architecture à forte interopérabilité, qui se développe au sein d'institutions existantes chargées de l'établissement des normes ou par le biais des forces de marché. En plus d'appliquer les lois adéquates en matière de concurrence, les gouvernements devraient s'assurer que les normes sont acceptées par les douanes, par les services fiscaux et autres agences gouvernementales concernées. Les gouvernements devraient s'abstenir de mettre au point des normes en concurrence au travers de mécanismes d'approvisionnement. Lorsque les mécanismes de marché ne répondent pas aux besoins d'approvisionnement du gouvernement, le secteur privé et le gouvernement devraient travailler conjointement pour développer une interface interopérative et adaptée aux besoins.

| | <u>Action des entreprises</u> | <u>Action gouvernementale requise</u> |
|---------------|--|--|
| Normes | <p>Les normes pour le commerce électronique devraient continuer de répondre aux besoins du marché.</p> <p>Le secteur privé continuera à travailler avec les organismes internationaux concernés chargés de l'établissement des normes pour mettre au point des normes internationales.</p> | <p>Les gouvernements devraient éviter de rendre obligatoires des normes inutiles qui pourraient être adoptées par les entreprises.</p> |

La gouvernance de Internet

Du fait qu'Internet devient très rapidement le véhicule du commerce électronique international, il devient crucial de développer les règles appropriées à son administration, y compris celles concernant la gestion des noms de domaine.

| | <u>Action des entreprises</u> | <u>Action gouvernementale requise</u> |
|--|---|--|
| 1. Juridiction | <p>Les milieux d'affaires travailleront avec les gouvernements pour trouver des solutions aux problèmes liés à l'établissement d'une juridiction dans le cyberspace. Des mécanismes alternatifs de règlement des litiges, qui peuvent apporter une solution partielle à ces problèmes, sont actuellement mis au point par des institutions existantes chargées du règlement des litiges et par les efforts conjoints de la profession juridique internationale.</p> | <p>A juste titre, l'établissement d'une juridiction est une des questions que le Groupe de Travail du CNUDCI sur le Commerce Electronique prévoit d'aborder à l'avenir.</p> <p>Les gouvernements devraient encourager l'utilisation de mécanismes alternatifs de règlement des litiges.</p> |
| 2. Le système des noms de domaine | <p>Le secteur privé devraient jouer un rôle significatif dans l'établissement d'une politique pour l'administration du système des noms de domaine, et le développement de cette dernière.</p> <p>Le secteur privé étudiera la nécessité de mettre en place des mécanismes spécifiques pour un règlement rapide des litiges commerciaux relatifs aux noms de domaine.</p> | <p>Les gouvernements devraient:</p> <ul style="list-style-type: none">. continuer à soutenir le transfert proposé pour l'administration du nom Internet et du système d'adresses au secteur privé.. s'assurer que le processus de transfert ne nuit pas à la stabilité et à la continuité du système et que des marques existantes sont protégées.. soutenir les initiatives visant à assurer que le secteur privé aura un poids suffisant dans l'administration du système des noms de domaine. |

4. Maximiser les retombées - impacts économiques et sociaux

Le commerce électronique est une approche novatrice visant à assurer une croissance économique durable pour le futur. Dans le monde entier l'impact profond du commerce électronique sur les économies du globe améliorera de façon absolue l'efficacité, la compétitivité et la rentabilité au plan économique. Dans un tel environnement des pays à tous niveaux de développement auront l'opportunité de profiter de:

- . une meilleure organisation interne et une plus grande efficacité de gestion des entreprises;
- . une plus grande efficacité au niveau des transactions et une réduction des coûts de transactions pour les fournisseurs et les consommateurs;
- . une plus grande percée du marché au niveau des fournisseurs et un plus grand choix pour les fournisseurs et les consommateurs;
- . données exactes visant à améliorer la fourniture des services, comme dans le secteur de la santé et des informations aux consommateurs.

Le commerce électronique facilite les relations commerciales d'entreprises à entreprises, les ventes effectuées par les sociétés aux consommateurs, et les échanges entre consommateurs. Il influe sur l'environnement commercial aux niveaux nationaux, régionaux et au niveau mondial, et génère des opportunités d'importance majeure et de nouveaux défis pour la croissance du marché et le développement d'emplois, d'industries et de services. En conséquence, des efforts coordonnés au plan international sont essentiels pour assurer les bénéfices économiques du commerce électronique à la fois pour ceux qui sont "riches" en informations et "pauvres" en informations.

Le commerce électronique présentera un certain nombre d'impacts positifs, y compris:

- . la diminution de la chaîne de production et distribution en réduisant les intermédiaires et en modifiant sa nature. De plus, l'utilisation de réseaux pour intégrer les marchés directement avec les fournisseurs et de procédures de suivi d'inventaire peut contribuer à faire baisser les coûts et à mettre en place des méthodes de production plus flexibles;
- . la fourniture de facilités d'achats virtuels qui modifieront les concepts de la vente au détail pour un certain nombre de biens et services, et accroîtront la capacité des clients à couvrir les informations et choisir des biens et services.
- . une plus grande concurrence sur le marché, les coûts aux consommateurs et les coûts d'entrée sur le marché pour les fournisseurs étant réduits.

un accroissement de la productivité et le développement de nouvelles activités qui conduiront à la création de nouveaux emplois, mais exigeront également de nouvelles qualifications.

Mesurer le commerce électronique de façon aussi exacte que le commerce conventionnel n'est pas chose aisée, du fait de la difficulté à le définir et à saisir de façon juste la valeur associée à celui-ci. Néanmoins, à des fins de politique générale, ces données sont nécessaires pour centrer le débat afin que les actions soient dirigées vers des activités qui reflètent de façon juste le commerce électronique et ses apports en matière de croissance et de développement économique.

Les PME représentent une part de plus en plus importante de l'économie mondiale. Des efforts particuliers devraient être faits pour promouvoir l'engagement des PME dans le commerce électronique afin d'assurer qu'ils puissent profiter au maximum de la capacité des télécommunications et de la technologies d'information à fournir de meilleurs coûts, un contrôle qualité et une compétitivité dans les industries de fabrication et de services. En tant que l'une des caractéristiques les plus dynamiques d'une économie en pleine croissance, les PME jouent un rôle critique dans la création des emplois et dans l'amélioration du Produit National Brut. Le commerce électronique fournit aux PME des coûts réduits d'entrée dans le marché et la possibilité d'étendre leurs rayons d'action géographique.

Le commerce électronique est en train de modifier la façon dont nous faisons du commerce. Nous sommes passés d'une économie industrielle dans laquelle les machines dominaient la productivité à une économie basée sur les informations dans laquelle le contenu intellectuel est la source dominante de valeur ajoutée, et qui ne connaît aucune frontière géographique. Dans ce nouvel environnement l'instruction et la formation permanente seront essentielles non seulement pour les travailleurs mais pour la société dans son ensemble. Comme l'industrie, le commerce et les services sont modifiés par la technologie, de nombreuses qualifications, non seulement au niveau des employés mais également des dirigeants et des travailleurs indépendants, doivent être améliorées ou acquises. La formation à l'avenir favorisera des dispositions formelles et non formelles en matière d'apprentissage, ce qui la rendra accessible à un plus grand nombre de gens, y compris les adultes qui reprennent leur formation. Les nouvelles technologies informatiques, telles que l'enseignement sur support interactif et l'enseignement à distance, offriront un accès plus large et des approches innovatrices en matière de formation. Avec notre entrée dans le 21^e siècle, comme la prospérité économique et la cohésion sociale et politique futures dépendront d'une population instruite, la formation continue sera essentielle pour chacun.

Il est important de reconnaître la nécessité d'une coopération mondiale à la fois pour les entreprises et les gouvernements en vue de faciliter le commerce électronique. Autrement il existe un risque qu'un large segment de la population mondiale puisse ne pas participer aux avantages économiques et sociaux qui peuvent être induits par le commerce électronique. La Banque Mondiale, par exemple, a récemment estimé qu'un investissement de 300 milliards \$ au cours des cinq prochaines années sera nécessaire pour améliorer l'infrastructure des télécommunications dans les pays en voie de développement et dans les pays émergents. Selon la Banque Mondiale 55

pour cent de cet investissement devra provenir du capital privé, car les fonds de source publique sont en diminution. De ce fait ces pays doivent prendre des mesures pour promouvoir la concurrence et assurer un climat d'investissement économique adéquat.

Les pays du monde entier devraient utiliser les moyens de communication électroniques pour fournir des services publics et faciliter les procédures d'approvisionnement au public. Ce secteur mérite une attention accrue pour faire en sorte que ces processus et ces services soient en accord avec les normes mondiales. Les avantages en sont des compétences gouvernementales, une normalisation de la fourniture de services à tous les citoyens et la démonstration de la conduite gouvernementale dans l'utilisation de la technologie et des services du commerce électronique.

1. Impacts économiques et sociaux

Action des entreprises

Les organisations industrielles continueront de soutenir les études et analyses réalisées sur l'impact du commerce électronique et d'informer les gouvernements et les organisations internationales sur les résultats obtenus.

Action gouvernementale requise

Les gouvernements sont encouragés à informer la société, tant les consommateurs individuels que les entreprises, sur les potentialités du commerce électronique et sur son impact sur les structures économiques et sociales.

Il faudrait encourager les gouvernements et les organisations internationales, et notamment l'OCDE, à rassembler et à analyser les données intéressant l'étude du commerce électronique afin de mesurer de manière efficace son impact économique et social.

Les organisations de développement internationales telles que la Banque Mondiale devraient étudier l'impact potentiel du commerce électronique sur les économies des pays émergents dans un effort visant à aider le processus de développement économique de ces nations.

2. Petites et moyennes entreprises

Les organisations industrielles favoriseront l'aide aux PME, tant sur le plan de la commercialisation que sur le plan de la technologie, par le biais des organisations industrielles et des chambres de commerce. Les entreprises encourageront une plus grande interaction entre les grandes sociétés et les PME afin de fournir un accès aux réseaux de commerce électronique pour l'éventail de prestataires et les opportunités contractuelles qu'ils offrent.

Le gouvernement devrait fournir aux PME les informations et les connaissances relatives aux opportunités d'entrée sur le marché que représente le commerce électronique mondial.

3. Développement des compétences

Le secteur privé s'engage à continuer de travailler en collaboration avec le gouvernement dans le but d'encourager la formation technique et l'apprentissage permanent pour tous.

Les gouvernements devraient revoir le droit du travail existant afin de supprimer les barrières existantes pour les travailleurs et de pouvoir ainsi partager les nouveaux types d'emplois différents que crée le commerce électronique.

Les gouvernements devraient continuer de promouvoir des programmes formels et non formels de développement des compétences.

Action des entreprises

Action gouvernementale requise

4. Assurer la participation mondiale

Les organisations industrielles existantes travailleront pour étendre la participation de secteur privé dans les pays en voie de développement et faire valoir l'utilisation et les avantages du commerce électronique.

Les organisations industrielles étendront leur rôle consultatif auprès des organisations internationales traitant des questions du commerce électronique.

Les organisations industrielles existantes devraient accroître leur coopération, ainsi que la coordination et la transparence de leurs programmes de travail respectifs.

Tous les gouvernements devraient garantir l'ouverture et la concurrence des marchés du commerce électronique afin d'assurer leur participation aux bénéfices de la société informatisée. Les gouvernements devraient élargir leurs opportunités en vue de la participation active du secteur privé.

5. Déploiement de l'infrastructure

Les entreprises resteront un élément moteur important dans le développement de l'infrastructure de information car elles mobilisent le capital privé nécessaire pour bâtir l'infrastructure mondiale de information et pour mettre au point les innovations technologiques qui améliorent les communications.

Au moment où le domaine des télécommunications quitte le statut de monopole et entre dans l'environnement de la concurrence, le gouvernement a un rôle crucial à jouer : être une force économique neutre qui garantit le comportement pro-concurrentiel, la transparence des règles et des avantages pour l'utilisateur.

Les organisations internationales devraient créer un forum pour des actions gouvernementales et une coopération internationale coordonnées sur des sujets relatifs au développement mondial. Les accords établis par les organisations multilatérales offrent au secteur privé et aux gouvernements la sécurité légale et réglementaire nécessaire aux investissements.

**6. Le
gouvernement :
utilisateur modèle**

Le secteur privé travaillera en collaboration avec les gouvernements pour proposer des réseaux électroniques efficaces et économiques destinés au secteur public.

Les gouvernements sont encouragés à utiliser les nouveaux systèmes électroniques de consultation pour fournir les moyens d'améliorer de manière significative l'efficacité et la productivité interne des administrations publiques.

Les gouvernements devraient promouvoir le commerce électronique par le biais de son système d'approvisionnement public, qui s'opère dans un environnement totalement ouvert et concurrentiel, sur la base des solutions commerciales efficaces et rentables et qui sont technologiquement neutres.

Les gouvernements sont aussi encouragés à utiliser des nouveaux moyens électroniques pour fournir les services publics principaux. Ceci concernerait en particulier les ressources publiques en matière d'informations et de culture, les bases de données pour les services de santé, les sites web aux niveaux local, régional et national et les bibliothèques et bases de données publiques, le cas échéant.

**IV. Annexe sur les initiatives d'autorégulation
(disponible uniquement en anglais)**

| | | |
|--|---|---|
| Name of initiative | | Guideline for codes of practice for Internet Service Providers |
| Objective | | This guideline consists of 7 Chapters, 20 articles and 2 additional rules. The objective of this guideline is to protect users (including minors) and to realise the sound development of Internet Connection Services by the members of Telecom Services Association of Japan by responding appropriately to various problems (illegal or harmful content etc.) arising from providing Internet Connection Services. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | Telecom Services Association of Japan (TELESA) |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | 16 February 1998 |
| Scope | General | Business-to-business; Business-to-consumer; Generic |
| | Sector | Internet Service Providers, Telecommunications Carriers |
| | Geographic | Japan |
| Examples of application | | The association consists of 402 enterprises. |
| Participation public sector | | |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.telesa.or.jp/e_guide/e_guid01.html |
| Possible/expected evolution of the initiative | | The Guidelines will be reviewed continuously to ensure its efficacy as a guiding principle for members of the Association. |

| | | |
|--|---|--|
| Name of initiative | | Guidelines for Protecting Personal Information in Cyber Business |
| Objective | | The purpose of these guidelines is to provide suitable protection for personal information by stipulating basic matters concerning the handling of personal information in cyber business. We hope that all business entities engaged in cyber business will review these guidelines, and then create voluntary rules with regards to their own business in order to promote the solid growth of cyber business in the future. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | Cyber Business Association |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | 17 December 1997 |
| Scope | General | Business-to-consumer |
| | Sector | Internet Providers |
| | Geographic | Japan |
| Examples of application | | The association consists of 115 enterprises |
| Participation public sector | | |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.fmmc.or.jp/associations/cba/index_english.html c/o: Foundation for Multimedia Communications (FMMC) Nisso 22 Bldg. 5F, 1-11-10 Azabudai, Minato-ku, Tokyo 106-0041 Japan Tel: +81 3 3583 5811 Fax: +81 3 3583 5813 |
| Possible/expected evolution of the initiative | | |

| | | |
|---|---|--|
| Name of initiative | | High assurance general ID-certificate with private key protected in an electronic ID-card |
| Objective | | Co-operation between public and private sector in order to facilitate common rules for strong authentication, use of digital signatures and strong encryption during transport of data. These three basic security services can be used for electronic commerce as well for governments' need for a "single face to citizen" |
| Enforcement mechanism(s) Need for interoperability | | Voluntary by members of the non profit organisation Certifications by the organisation until national standardisation decisions are made. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | SEIS – Secured Electronic Information in Society (A non-profit organisation with c 60 organisations from both private and public sectors). |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | Technical specifications and a Certification Policy (16/06/98). Partly implemented by banks and the Swedish Post |
| Scope | General | Generic. All specification published via the net. Free to be used. |
| | Sector | |
| | Geographic | Sweden |
| Examples of application | | First used in the finance sector for Internet Banking and other payment instructions. Public catalogue services not yet available. > 50 000 users. |
| Participation public sector | | Members of SEIS |
| For full text/further information consult/contact | | seis@seis.se www.seis.se |
| Possible/expected evolution of the initiative | | The general ID-certificate can be used for applications of any other certificate belonging to other PKI-schemes (e.g. SET Certificates, email certificates etc) |

| | | |
|--|---|---|
| Name of initiative | | ICC Internet advertising guidelines |
| Objective | | Guidelines proposing standards for ethical conduct of advertisers and marketers offering goods and services over Interactive Media to increase the public's confidence in marketing in the interactive media, to safeguard advertisers' freedom of expression, to minimise the incentive for governmental regulation, and to meet reasonable consumer privacy expectations. |
| Enforcement mechanism(s) | | Like ICC's other marketing codes, the Internet guidelines are voluntary but serve as a global reference point for principles of ethical behaviour by companies world-wide. They are of a general nature so that national and sector-specific rules can build on them. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | ICC (International Chamber of Commerce) |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | 2 April 1998 |
| Scope | General | The Guidelines set standards of ethical conduct to be observed by all involved with advertising and marketing activities on the Internet. |
| | Sector | Non sector-specific |
| | Geographic | International |
| Examples of application | | Not yet available |
| Participation public sector | | None |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.iccwbo.org Viviane Schiavi, +33-1-49532809 |
| Possible/expected evolution of the initiative | | Will be updated regularly as needed |

| | | |
|--|---|---|
| Name of initiative | | World Chambers Network (WCN) |
| Objective | | Enabling electronic commerce among SMEs. A global electronic network on the Internet for the exchange of business information and opportunities. WCN allows chambers of commerce to promote their companies to the world and to network with other chambers of commerce around the world. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | ICC (International Chamber of Commerce) |
| | Supporting organisation(s) | IBCC (International Bureau of Chambers of Commerce) Paris Chamber of Commerce and Industry G77 Chambers Trade Network IBNET |
| [expected] Date of issuance / implementation | | 1994 |
| Scope | General | Business-to-business. Chamber-to-chamber |
| | Sector | Non sector-specific. |
| | Geographic | International |
| Examples of application | | A company that sells ergonomic pens opened business contacts with one of the largest office supply chains in the United States. A Swedish dental equipment importer is now doing business with China and a thermal cushion manufacturer found an agent in the Netherlands. |
| Participation public sector | | None |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.iccwbo.org Anthony Parkes, +33-1-49532967 |
| Possible/expected evolution of the initiative | | The network will offer qualified, validated business information, providing a higher level of trust through the intervention of trusted third parties such as chambers of commerce. |

| | | |
|--|---|---|
| Name of initiative | | Framework of best-practice rules for dematerialised trade |
| Objective | | These high-level rules are intended to bridge gaps in the current framework of best practice trade rules and laws to facilitate electronic trade in a completely "open" environment as well as exchanges with the assistance of a central registry. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary but binding once incorporated or referred to in contract. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | ICC (International Chamber of Commerce) |
| | Supporting organisation(s) | --- |
| [expected] Date of issuance / implementation | | To be published in 1999 |
| Scope | General | Business-to-business |
| | Sector | Non sector-specific |
| | Geographic | International |
| Examples of application | | Not yet available |
| Participation public sector | | None |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.iccwbo.org Christiaan van der Valk +33-1-49532913 |
| Possible/expected evolution of the initiative | | --- |

| | | |
|--|---|--|
| Name of initiative | | ICC E-Terms repository |
| Objective | | The ICC E-Terms repository will give users of electronic commerce easy access to legal terms (proprietary, public or business "best practices") used in electronic commerce, so that they can compose their contracts fully on-line. |
| Enforcement mechanism(s) | | Incorporation of E-Terms by reference to a unique identifier is expected to render electronic commerce terms more transparent and enforceable for contracting parties. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | ICC (International Chamber of Commerce) |
| | Supporting organisation(s) | Discussing endorsement/support with range of groups and organisations. |
| [expected] Date of issuance / implementation | | Mid 1999 |
| Scope | General | Generic |
| | Sector | Non sector-specific, but especially suitable for support of PKI (Public Key Infrastructure). |
| | Geographic | International |
| Examples of application | | Not yet available |
| Participation public sector | | None |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.iccwbo.org Christiaan van der Valk, +33-1-49532913 |
| Possible/expected evolution of the initiative | | Will be updated regularly as needed |

| | | |
|--|---|---|
| Name of initiative | | Dispute resolution for electronic commerce & Y2K |
| Objective | | ICC offers a variety of high-speed, low-cost methods for resolving Y2K and electronic commerce disputes through arbitration under the 1998 ICC Rules of Arbitration; Fast-track arbitration under the 1998 rules; Centre for Expertise for use prior to any formal dispute resolution mechanism; ICC Rules for Optional Conciliation, which is a form of voluntary and non-binding mediation. |
| Enforcement mechanism(s) | | After voluntary incorporation into a contract an arbitration clause becomes binding upon the parties. Pursuant to various treaties (i.e. the New York Convention), arbitral awards are enforceable in signatory states. Alternate dispute resolution mechanisms may be appropriate vehicles for the enforcement of self-regulatory guidelines, codes and practices. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | ICC (International Chamber of Commerce) |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | Specific rules under development; new generic arbitration rules in effect since 1 January 1998. |
| Scope | General | Mostly business-to-business, but consumer-to-business disputes are not excluded. |
| | Sector | Non sector-specific. |
| | Geographic | International |
| Examples of application | | |
| Participation public sector | | None |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.iccwbo.org Fabien Gelin, +33-1-9532943 |
| Possible/expected evolution of the initiative | | ICC dispute resolution mechanisms will continue to evolve to meet business needs in electronic commerce and generally. |

| | | |
|--|---|---|
| Name of initiative | | Model contract clauses for transborder dataflows |
| Objective | | Building on the widely supported 1992 ICC/EC/Council of Europe model clauses, these model clauses ensure that a data subject can have redress against a data exporter if a data importer in a country that does not provide “adequate protection” according to the jurisdiction of the exporter violates a privacy rule according to the laws of the country of export. As such, they are intended to bridge the gap that has widened between some jurisdictions as a result of different approaches to privacy protection. |
| Enforcement mechanism(s) | | Once voluntarily incorporated into a contract, the clauses become fully enforceable both for the contracting parties and, in most legal systems, the data subject. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | ICC (International Chamber of Commerce) |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | October 1998 |
| Scope | General | Business-to-business self-regulatory solution to protect personal data. |
| | Sector | Non sector-specific. |
| | Geographic | International |
| Examples of application | | Not yet available for 1998 version. 1992 version has been widely applied. |
| Participation public sector | | None |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.iccwbo.org Christiaan van der Valk, +33-1-49532913 |
| Possible/expected evolution of the initiative | | Will be updated regularly as needed |

| | | |
|---|---------------------------------------|---|
| Name of initiative | | General Usage for International Digitally Ensured Commerce (GUIDEC) |
| Objective | | A set of common definitions and business-generated best practices for certifying and "ensuring" electronic commerce to: <ul style="list-style-type: none"> • facilitate further development of solutions to security • identify problems in electronic commerce over the Internet • Act as a unifying or starting point for some of the diverging policy approaches. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | ICC (International Chamber of Commerce) |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | November 1997 |
| Scope | General | Business-to-business |
| | Sector | Non sector-specific. |
| | Geographic | International |
| Examples of application | | GUIDEC has been widely referred to in the press and by industry as a unique reference for industry best practices and harmonised definitions. It has been submitted for use as reference material for UNCITRAL work on electronic signatures. |
| Participation public sector | | None |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.iccwbo.org Christiaan van der Valk, +33-1-49532913 |
| Possible/expected evolution of the initiative | | Will be updated in 1999 |

| | | |
|--|---|--|
| Name of initiative | | ICC trust-enhancing services for PKI |
| Objective | | As chambers of commerce are developing registration and certification services to support digital signatures, ICC will provide top-level accreditation services to enhance trust globally. |
| Enforcement mechanism(s) | | Participation would be voluntary but enforcement of criteria would be contractual. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | ICC (International Chamber of Commerce) |
| | Supporting organisation(s) | IBCC (International Bureau of Chamber of Commerce) |
| [expected] Date of issuance / implementation | | Implementation expected in 1999 |
| Scope | General | Business-to-business |
| | Sector | Non sector-specific. |
| | Geographic | International |
| Examples of application | | --- |
| Participation public sector | | None |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.iccwbo.org Christiaan van der Valk, +33-1-49532913 |
| Possible/expected evolution of the initiative | | --- |

| | | |
|--|---|---|
| Name of initiative | | Model electronic sales contract |
| Objective | | Based on ICC's model contract for the international sale of goods, this contract will facilitate electronic trade transactions. |
| Enforcement mechanism(s) | | Once entered into, the contract is enforceable as any other. The model can be customised to meet specific needs of parties. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | ICC (International Chamber of Commerce) |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | To be published in 1999. |
| Scope | General | Business-to-business |
| | Sector | Non sector-specific. |
| | Geographic | International |
| Examples of application | | --- |
| Participation public sector | | None |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.iccwbo.org Christiaan van der Valk, +33-1-49532913 |
| Possible/expected evolution of the initiative | | --- |

| | | |
|--|---|---|
| Name of Initiative | | Canadian Standards Association Model Code for the Protection of Personal Information |
| Objective | | Addresses two broad concerns: the way in which organisations collect, use and disclose personal information; and the right of individuals to have access to personal information about themselves and to have the information corrected if necessary. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary, but referenced by law or regulatory bodies in a variety of situations in Canada. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | Canadian Standards Association (CSA) |
| | Supporting organisation(s) | Price Waterhouse - chair ITAC CBA Stentor American Express Public Interest Advocacy Centre Digital |
| [expected] Date of issuance / implementation | | March 1996 |
| Scope | General | Consumer -to-Business |
| | Sector | Transportation, Telecommunications, IT, Insurance, Health and Banking |
| | Geographic | Canada |
| Examples of application | | Industry Canada - Jan 1998 - <i>The Protection of Personal Information</i> suggests using the CSA Model as a framework for Canadian legislation on privacy. |
| Participation public sector | | Ministry of Consumer and Commercial Relations (ON) Industry Canada Office of Privacy Commissioner Department of Justice Heritage Canada |
| For full text/further information consult/contact | | CSA 178 Rexdale Blvd. Etobicoke, Ontario M9W 1R3 Tel: (416) 747-4044 Ellen Pekiles pekilise@csa.ca |
| Possible/expected evolution of the initiative | | |

| | | |
|---|---|---|
| Name of Initiative | | BBBOnLine Reliability Program and BBBOnline Privacy Program |
| Objective | | BBBOnLine was established to help build consumer trust and confidence in online commerce. The Reliability programs helps assure that a company's advertising is truthful & accurate, the company commits to delivering the products & services offered and that, if the company cannot resolve a dispute with a consumer, it commits to using a third party arbitration/mediation program such as the Better Business Bureau. BBBOnLine Privacy will offer an assessment process to demonstrate a company's ability to stand behind the promises made in its online privacy policy and will offer a dispute resolution process for consumer privacy concerns. |
| Enforcement mechanism(s) | | In both the reliability and Privacy programs a company signs a license agreement committing to the principles of the program and the particular resolution process applicable to the program. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | BBBOnLine is part of the Council of Better Business Bureaus representing 320 major corporations and 135 local Better Business Bureaus. The local bureaus have over 250 000 business as part of their membership base. |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | BBBOnLine Reliability launched on 30 April 1997 BBBOnLine Privacy is expected to be fully operational by 31 March 1999 |
| Scope | General | Both programs are applicable to all businesses that are able to meet the standards and other criteria of the program. |
| | Sector | Initially the programs are only covering business in the US. The long-term goal is to work with other organisations around the world to help build a global approach to helping consumers identify businesses that stand behind their products, services, advertising claims and privacy policies. |
| | Geographic | |
| Examples of application | | The BBBOnLine Reliability Program currently has 1900 companies participating and new companies are being added at a rate of between 30 and 40 a week. As of this date all disputes have been resolved without a formal arbitration needed. The expectation for the Privacy Program is to have 300 business participating by 31 March 1999. |
| Participation public sector | | BBBOnLine works closely with the US Federal Trade Commission, State Attorney Generals and local law enforcement organisations if a fraudulent or scam type web site is identified. In developing the new Privacy program BBBOnLine is working closely with the Department of Commerce and Federal Trade Commission. The Council of Better Business Bureaus has a long successful history working closely with appropriate government organisations. |
| For full text/further information | | Mr Russell Bodoff |

| | |
|---|---|
| consult/contact | <p>General Manager BBBOnLine Inc. 42 Wilson Boulevard Arlinton, VA 22202 Tel 1 703 247 9331 Fax 603 243 54 15 e-mail: rbodoff@cbbb.bbb.org URL: www.bbbonline.org</p> |
| Possible/expected evolution of the initiative | <p>Goal is to partner with other organisations to develop a global approach to building consumer trust and confidence in online commerce.</p> |

| | | |
|--|---------------------------------------|--|
| Name of Initiative | | CAP Trustmark Scheme for UK Internet Advertising |
| Objective | | A self-regulatory scheme for UK Internet advertising so that advertisers can declare to consumers their intention to advertise in a legal, decent, honest and truthful way. Those joining the scheme agree to comply with the British Codes of Advertising and Sales Promotion and the rulings of the Advertising Standards Authority. Main aims are to: <ul style="list-style-type: none"> - give consumers trust and confidence in Internet advertising, especially advertising in the Trustmark scheme, and - inspire the confidence of governments, opinion formers and consumers in self-regulation for Internet advertising to ensure that new legislation on advertising is kept to a minimum. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary agreements between advertisers, agencies and the media to comply with the British Codes of Advertising and Sales Promotion and rulings of the Advertising Standards Authority, backed up by legislation applied by the Office of Fair Trading (a government department) through the Control of Misleading Advertisements Regulations 1988. Adjudications on complaints under the Codes are published in the ASA's Monthly Report, which is published on the ASA's website and circulated in a printed version to journalists, government departments, the advertising industry, opinion formers and is available free of charge on request. The use of the CAP trustmark scheme does not indicate "approval" by either the ASA or CAP of the advertising material on the Internet. ASA will consider complaints against UK advertisers who are not in the scheme as well as against those who are in the scheme. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | The Committee of Advertising Practice through its Trustmark Standing Group |
| | Supporting organisation(s) | The Advertising Standards Authority |
| [expected] Date of issuance / implementation | | Spring 1999 (subject to consultation) |
| Scope | General | The British Codes of Advertising and Sales Promotion cover consumer-to-business and business-to-business non-broadcast advertising. The Trustmark scheme is principally aimed at giving consumers confidence in business-to-consumer advertising. |
| | Sector | The Trustmark scheme and the Codes apply to UK Internet advertising and the use of the scheme will enable companies to declare to consumers that the UK is their county of origin and that they will cooperate with the ASA and CAP in resolving complaints. |

| | | |
|---|------------|---|
| | Geographic | The UK Codes also cover the Isle of Man and the Channel Islands. |
| Examples of application | | In 1997 the ASA received 32 complaints about Internet and electronic advertisements. Only seven warranted action under the Codes and in each case the advertisements were amended in line with the ASA's ruling. |
| Participation public sector | | Consultation on the Trustmark scheme will include discussions with the relevant UK Government departments, in particular the Department of trade & Industry and the Office of Fair Trading, and also local government agencies, consumer organisations. At this stage consultation is with the trade bodies in CAP, the Internet advertising industry and related trade bodies. |
| For full text/further information consult/contact | | Caroline Crawford, Director of Communications, ASA/CAP 2 Torrington Place, London WC1E 7HW tel: 44-171-580 5555 Fax: 44-171-637 5979 |
| Possible/expected evolution of the initiative | | ASA is one of the 22 countries in the European Advertising Standards Alliance. The Alliance is looking at developing similar schemes linked to the UK initiative for its members. The members of the Alliance, which includes all EU member states, operate a cross-border complaints mechanisms for resolving complaints made in one country about advertisements published in another. The scheme will also be recommended to the International Chamber of Commerce (ICC) for consideration in their discussion on the arbitration of complaints under the ICC Internet Guidelines published in April 1998. |

| | | |
|---|---|---|
| Name of Initiative | | TRUSTe |
| Objective | | TRUSTe's goals are to accelerate the growth of e-commerce by building consumer trust and confidence in e-commerce by empowering users to decide how their personally identifiable information will be used by the Web site. TRUSTe also works to educate site developers on the importance of demonstrating the site's commitment to addressing online privacy to both consumers and governments. |
| Enforcement mechanism(s) | | <p>Sites that choose to become licensees of the TRUSTe program must sign a one-year licensing agreement. The agreement must be renewed each year. The agreement stipulates conditions by which the licensee must adhere, including privacy principles and escalation procedures. The agreement must be signed by an officer of the company and is contractually binding.</p> <p>The site must demonstrate, to TRUSTe's satisfaction, their compliance with the TRUSTe privacy principles prior to obtaining the TRUSTe seal or trustmark. Upon satisfactorily completing the TRUSTe initial review process, the site is awarded the TRUSTe trustmark. Over the course of the contract, subsequent reviews will be conducted by TRUSTe to ensure the site is in compliance with TRUSTe's privacy principles and their own stated privacy practices. A variety of mechanisms including offsite surfing of the site and "seeding" technologies are also used.</p> <p>The TRUSTe program also includes a consumer dispute resolution where consumers can voice concerns about TRUSTe licensees should their interactions with the licensee prove unsatisfactory. Complaints generated by either a consumer or TRUSTe follow a progressive escalation process that is dictated by the licensing agreement. Sites have agreed, by signing the contract, to cooperate with TRUSTe's review and escalation process.</p> |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | TRUSTe—the digital industry's only non-profit, self-regulatory effort focusing exclusively on individual privacy rights online. |
| | Supporting organisation(s) | Founding Organisations: Electronic Frontier Foundation, CommerceNet Consortium |
| [expected] Date of issuance / implementation | | Commercial launch of the program: June 1997 |
| Scope | General | Business-to-consumer primarily, business-to-business secondarily |

| | | |
|---|------------|--|
| | Sector | All |
| | Geographic | Currently US-centric, expansion plans include global penetration |
| Examples of application | | # of licensees: 220 sites as of September 9, 1998 Influence of licensees: 15 of top 20 most visited sites, including all major Internet portals are TRUSTe licensees. It is estimated that TRUSTe licensees reach 90% of US Internet users. |
| Participation public sector | | TRUSTe has participated at a number of US government-sponsored forums including the FTC Privacy Workshop, the Department of Commerce Privacy Forum and privacy workshops. In addition, TRUSTe has presented its program internationally to OECD-led privacy workshops. |
| For full text/further information consult/contact | | www.truste.org Susan Scott Sscott@truste.org 4005 Miranda Avenue, Suite 175 Palo Alto, CA 94304 650-856-1525 phone 650-858-1936 fax |
| Possible/expected evolution of the initiative | | The TRUSTe program has evolved in the 18 months since its commercial launch. It is anticipated that further developments and changes will occur as market and government forces dictate. Global expansion of the program is planned in 1999. |

| | | |
|--|---|--|
| Name of initiative | | The Online Privacy Alliance (OPA) |
| Objective | | The Online Privacy Alliance's objective is to enhance an individual's trust in online activities and electronic commerce by promoting effective protection of personally identifiable information. The OPA proposes to empower individuals by requiring its members to adopt and implement privacy policies that include notice and disclosure, choice, data security, and data quality and appropriate access. Other elements of the OPA program include a set of privacy principles specifically designed for children under the age of 13, and redress/enforcement (see below) encouraging the creation of third party accountability systems. |
| Enforcement mechanism(s) | | The OPA's enforcement mechanism is based on an assumption of industry self-governance and is consistent with the U.S system of checks and balances. OPA members commit themselves to participate in effective and appropriate self-regulatory enforcement activities and mechanisms. OPA believes that validation that organisations are engaged in meaningful self-regulation of online privacy by an independent trusted third party may be necessary to grow consumer confidence. OPA believes that such validation can be best delivered through "seals" which can be made easily recognisable in the market. The authority of federal and state law enforcement agencies to prosecute for deception those who claim to abide by such third party programs but do not, serves as an anchor for the voluntary enforcement programs. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | The OPA sponsors consist of more than 50 leading U.S. companies and industry associations who reach all American individuals on the Internet. |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | The OPA launched its programs on June 22, 1998. |
| Scope | General | Business-to-consumer and Business-to-Business(user) |
| | Sector | cross-sectoral |
| | Geographic | The United States of America |
| Examples of application | | <i>(Number of subscribers, hits, buyers, etc; case-law, arbitration awards, etc.)</i> |
| Participation public sector | | The OPA consulted broadly with the U.S. Government and consumer advocates and actively participated in consultations sponsored by the U.S. Government that brought together U.S. business and consumer and privacy advocates. |
| For full text/further information consult/contact | | www.privacyalliance.org Christine Varney Hogan & Hartson |

| | |
|---|--|
| | <p>555 Thirteenth Street, N.W. Washington, D.C. 20004 tel: 202/637-7284 fax: 202/637-5910 email: CAVarney@hhlaw.com</p> |
| Possible/expected evolution of the initiative | <p>The OPA will work to create awareness within industry for the need to post privacy policies on websites consistent with the OPA principles and will work with third party programs to ensure that outreach to industry is a long-term initiative.</p> |

| | | |
|--|---|--|
| Name of Initiative | | Report on Information and Communication Technology (ICT) and the consumer |
| Objective | | To identify consumer related aspects of ICT |
| Enforcement mechanism(s) | | Not applicable |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | The Confederation of Netherlands Industry VNO-NCW and the Dutch consumer organisation Consumentenbond |
| | Supporting organisation(s) | -- |
| [expected] Date of issuance / implementation | | May 1998 |
| Scope | General | The report discusses the identified consumer-related aspects of ICT. It focuses on the legal position of the consumer. |
| | Sector | -- |
| | Geographic | Netherlands |
| Examples of application | | -- |
| Participation public sector | | The relevant Dutch ministries (of Economic Affairs, and of Justice) were actively involved in drafting the report |
| For full text/further information consult/contact | | Full text : An abstract of the report is available at the Social and Economic Council, P.O Box 90405, 2509 LK The Hague, Netherlands Tel. 31-70-3499646 Fax 31-70-3832535 e mail : voorlichting@ser.nl http://www.ser.nl |
| Possible/expected evolution of the initiative | | -- |

| | | |
|---|---------------------------------------|---|
| Name of initiative | | Business code of conduct from the Swedish IT-companies' Organisation |
| Objective | | The Swedish IT-companies' Organisation has issued seven business rules for their members. One of the rules regulates the following aspects of electronic information: <ul style="list-style-type: none"> • Distribution of inappropriate or abusive information • Respect of privacy and integrity • Electronic marketing and spamming • Transparency in pricing and other conditions |
| Enforcement mechanism(s) | | Binding on members |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | Swedish IT-companies' Organisation |
| | Supporting organisation(s) | Federation of Swedish Industries |
| Date of issuance / implementation | | 1997 |
| Scope | General | Business-to-business and business-to-consumer |
| | Sector | -- |
| | Geographic | -- |
| Examples of application | | 600 member companies |
| Participation public sector | | -- |
| For full text/further information consult/contact | | www.sito.se |
| Possible/expected evolution of the initiative | | -- |

| | | |
|--|---|--|
| Name of initiative | | Testbedding and Evaluation Model for Shopping Mall Construction Technologies (Mall Expression, Display, and Operability) |
| Objective | | This guidelines is to perform selective prototype evaluation on matters relating to mall expression, display, and operability, particularly from the viewpoint of consumer convenience and cost effectiveness of implementation. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | Electronic Commerce Promotion Council of Japan (ECOM) |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | March, 1998 |
| Scope | General | Business-to-consumer |
| | Sector | Non sector-specific |
| | Geographic | Japan (nation wide) |
| Examples of application | | Not yet available |
| Participation public sector | | |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.ecom.or.jp/ecom_e info@ecom.or.jp |
| Possible/expected evolution of the initiative | | --- |

| | | |
|--|---|--|
| Name of initiative | | Security Guidelines for Smart Card Electronic Money Systems |
| Objective | | To analyse the potential threats to smart card electronic money systems and summarise the security function requisites for electronic money systems. This report has been compiled primarily for system engineers (SE) and others involved in building electronic money systems. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | Electronic Commerce Promotion Council of Japan (ECOM) |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | April, 1998 |
| Scope | General | Business-to-consumer |
| | Sector | Financial institution as issuer |
| | Geographic | International |
| Examples of application | | |
| Participation public sector | | |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.ecom.or.jp/ecom_e info@ecom.or.jp |
| Possible/expected evolution of the initiative | | --- |

| | | |
|--|---|---|
| Name of initiative | | Guidelines for Use of Smart Cards (contact/contactless) |
| Objective | | Targeting shops, businesses, and operation companies expected introduce smart cards and systems, these guidelines address a cross section of items to be examined and information required in the course of introducing such systems. They address the conceivable fields or situations of application and provide specific content related to those fields and situations. Overall, this report amounts to an effort to promote and facilitate the use of smart cards. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | Electronic Commerce Promotion Council of Japan (ECOM) |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | March, 1998 |
| Scope | General | Business-to-consumer |
| | Sector | Non sector-specific |
| | Geographic | International |
| Examples of application | | |
| Participation public sector | | |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.ecom.or.jp/ecom_e info@ecom.or.jp |
| Possible/expected evolution of the initiative | | --- |

| | | |
|--|---|---|
| Name of initiative | | Certification Authority Guidelines |
| Objective | | These guidelines are intended for operators of certification authorities, and put a special focus on certification authorities in large, open systems that issue certificates available for electronic transactions and payment, electronic data exchange, electronic mail, etc. conducted among many unspecified people. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | Electronic Commerce Promotion Council of Japan (ECOM) |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | March, 1998 |
| Scope | General | Business-to-consumer |
| | Sector | Non sector-specific |
| | Geographic | Japan/International |
| Examples of application | | |
| Participation public sector | | |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.ecom.or.jp/ecom_einfo@ecom.or.jp |
| Possible/expected evolution of the initiative | | Will be updated regularly as needed |

| | | |
|---|---------------------------------------|---|
| Name of initiative | | Hotlines against illegal content. There are three of them in the Netherlands: against child pornography on the Internet, against racism/discrimination on the Internet, against illegal content on the Internet |
| Objective | | Reports to these hotlines result in swift action against the reported illegal content, where necessary in cooperation with public official an/or police. In addition to being illegal, illegal content has a strong negative impact on Internet in general and specifically on the trustworthiness of the medium. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary. Working on formal public-private partnership. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | NLIP is the Dutch ISPA (ISPA-NI): Internet Service Providers Association Netherlands |
| | Supporting organisation(s) | Government, police |
| [expected] Date of issuance / implementation | | Operational for 2 years now |
| Scope | General | All citizens and companies can report |
| | Sector | Internet |
| | Geographic | Netherlands |
| Examples of application | | Many reports made to each hotline. See for instance yearly report (in English) at www.meldpunt.org |
| Participation public sector | | Law department, department of the interior, police |
| For full text/further information consult/contact | | www.nlip.nl www.meldpunt.org www.meldpunt.nu fred.eisner@nlip.nl (president/CEO NILP) |
| Possible/expected evolution of the initiative | | Organisational links being made to other European and global initiatives, cooperation with public authorities developing. |

| | | |
|--|---|--|
| Name of initiative | | Cross Certification Guidelines (alpha version) |
| Objective | | An end entity will need to possess multiple certificates, including certificates used across multiple applications, as well as certificates used on a per service or application basis. This document is provided for end entities using multiple application certificates to enjoy various types of services through the use “cross certificates” issued by the same or another certification domain. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | Electronic Commerce Promotion Council of Japan (ECOM) |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | March, 1998 |
| Scope | General | Business-to-consumer |
| | Sector | Non sector-specific |
| | Geographic | International |
| Examples of application | | |
| Participation public sector | | |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.ecom.or.jp/ecom_e info@ecom.or.jp |
| Possible/expected evolution of the initiative | | Will be updated regularly as needed |

| | | |
|--|---|---|
| Name of initiative | | Guidelines on Personal Information Protection in Electronic Commerce in the Private Sector |
| Objective | | To ensure the sound development of electronic commerce, all enterprises or individual businessmen that handle personal data of consumers in electronic commerce must take measures to protect these data. These guidelines have been prepared for the purpose of protecting personal data handled in electronic commerce. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | Electronic Commerce Promotion Council of Japan (ECOM) |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | March, 1998 |
| Scope | General | Business-to-consumer |
| | Sector | Non sector-specific |
| | Geographic | Japan/International |
| Examples of application | | |
| Participation public sector | | |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.ecom.or.jp/ecom_e info@ecom.or.jp |
| Possible/expected evolution of the initiative | | Will be updated regularly as needed |

| | | |
|--|---|--|
| Name of initiative | | Guidelines for transactions between virtual merchants and consumers |
| Objective | | To promote the sound and healthy development of EC, these guidelines have been adopted as policies aimed at companies and designed to make transactions fair and protect the consumer, with the emphasis on preventing trouble before it occurs. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | Electronic Commerce Promotion Council of Japan (ECOM) |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | March, 1998 |
| Scope | General | Business-to-consumer |
| | Sector | Non sector-specific |
| | Geographic | International |
| Examples of application | | |
| Participation public sector | | |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.ecom.or.jp/ecom_e info@ecom.or.jp |
| Possible/expected evolution of the initiative | | Will be updated regularly as needed |

| | | |
|--|---|---|
| Name of initiative | | Electronic Notary System Guidelines |
| Objective | | These guidelines concern those who participate in electronic commerce, MIS departments in companies, and electronic notary service providers. It establishes guidelines for safe, secure electronic commerce. |
| Enforcement mechanism(s) | | Voluntary |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | Electronic Commerce Promotion Council of Japan (ECOM) |
| | Supporting organisation(s) | |
| [expected] Date of issuance / implementation | | March, 1998 |
| Scope | General | Business-to-consumer |
| | Sector | Non sector-specific |
| | Geographic | Japan (nation wide) |
| Examples of application | | |
| Participation public sector | | |
| For full text/further information consult/contact | | http://www.ecom.or.jp/ecom_einfo@ecom.or.jp |
| Possible/expected evolution of the initiative | | --- |

| | | |
|--|---|--|
| Name of initiative | | Code of conduct on privacy |
| Objective | | To translate the EU privacy directive, especially those principles that can be found in the OECD Privacy Guidelines, into practical and balanced guidelines for the legitimate processing of personal data and to ensure an adequate level of protection in the private sector. Leading principles are market demand and consumer empowerment. |
| Enforcement mechanism(s) | | Easy accessible complaint procedures and alternative dispute resolutions. Depending on the way the sector is organized: contractually binding or via members/subscribers. Certification will most probably be another way of enforcement. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | Joint initiative of the Dutch consumers association De Consumentenbond and the Confederation of Netherlands Industry and Employers VNO-NCW |
| | Supporting organisation(s) | The Dutch private sector |
| [expected] Date of issuance / implementation | | By the end of 1998 |
| Scope | General | Business-to-business; Business-to-consumer |
| | Sector | All sectors |
| | Geographic | No limits, also no clause on jurisdiction |
| Examples of application | | |
| Participation public sector | | |
| For full text/further information consult/contact | | shkatus@vno-ncw.nl (Sergej Katus) |
| Possible/expected evolution of the initiative | | If desired by the market, the code may serve as a basis for sector specific privacy codes. A code of conduct for the working environment is considered as well. |

| | | |
|--|---|--|
| Name of initiative | | The legal framework for electronic commerce: selfregulation |
| Objective | | After investigating what instruments can be used for selfregulation and conducting an analysis of what topics should be included in a Code of conduct (which took place January-June 1998), the Code of conduct for Electronic Commerce will be drafted (from September on). |
| Enforcement mechanism(s) | | Contractually binding for subscribers, possibly agreements on private-law settlement of disputes. Certification will possibly be another way of enforcement. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | At the request of the Dutch Ministry of Economic Affairs, the Dutch Electronic Commerce Platform (ECP.NL) is conducting the investigation |
| | Supporting organisation(s) | The Dutch Ministry of Economic Affairs, the Confederation of Netherlands Industry and Employers(VNO-NCW), the Dutch private sector (a.o. banks, ministries, consumer organisations, universities & large businesses). |
| [expected] Date of issuance / implementation | | Spring 1999 |
| Scope | General | Business-to-business; Business-to-consumer |
| | Sector | All sectors |
| | Geographic | No limits |
| Examples of application | | |
| Participation public sector | | See "Supporting organisations" |
| For full text/further information consult/contact | | Arie-van.bellen@ecp.nl (Arie van Bellen) Nicolette.docter@ecp.nl (Nicolette Docter) |
| Possible/expected evolution of the initiative | | If desired by the market, the code may serve as a basis for sector specific codes of conduct. |

| | | |
|--|---|--|
| Name of initiative | | TTP.NL |
| Objective | | To stimulate the development of secure and trusted communication and storage of electronic information by developing a national, interoperable TTP-infrastructure which is in harmony with current market developments and needs. |
| Enforcement mechanism(s) | | Accreditation- and certification scheme (to which TTP's can voluntarily adhere). Possibly a quality-mark for TTP's that participate. |
| Leader(s) initiative | Issuing/ implementing organisation(s) | The Confederation of Netherlands Industry and Employers(VNO-NCW); the Dutch Ministries of Economic Affairs; Transport, Public Works & Water Mangement; the Dutch Electronic Commerce Platform (ECP.NL) |
| | Supporting organisation(s) | Representatives of providers and users of TTP-services (a.o. notaries, post and banks), the Dutch private sector (a.o. consumer organisations, universities & large businesses). |
| [expected] Date of issuance / implementation | | End of 1999 |
| Scope | General | Business-to-business; Business-to-consumer |
| | Sector | All sectors |
| | Geographic | |
| Examples of application | | |
| Participation public sector | | See "leaders initiative" |
| For full text/further information consult/contact | | Arie-van.bellen@ecp.nl (Arie van Bellen) Nicolette.docter@ecp.nl (Nicolette Docter) |
| Possible/expected evolution of the initiative | | In the timeframe of the project, it is expected that the necessary infrastructure and "tools" for the development of TTP-services in the Netherlands should be completed. During the project all relevant market parties will be consulted and informed. |

IV. Note descriptive sur les organisations signataires ("la coalition")

(disponible uniquement en anglais)

On the occasion of the Ottawa Ministerial Conference on electronic commerce and similar initiatives taken by governments around the world in recognition of the importance of electronic commerce, the world's leading business organisations decided to create a coordinating coalition to provide business leadership in cooperation with governments and various international organisations, including the OECD, on information society issues and electronic commerce. Jointly, these organisations represent the bulk of electronic commerce in almost all countries in the world.

BIAC

The Business and Industry Advisory Committee to the OECD

The Business and Industry Advisory Committee to the OECD (BIAC) is the voice of business from the economically advanced democratic nations of the world. Recognised by the OECD since 1962 as its business advisory counterpart, BIAC has the mission of ensuring that the OECD hears a broad-based, considered business advice on all sectors of activity that it embarks upon. BIAC's membership consists of the principal industrial and employers' organisations of the OECD Member countries. These represent the majority in terms of employment, output, assets and investment by the private sector in the advanced market economies.

Over the years BIAC, its member organisations, and their member companies have been deeply involved in the work of OECD on information and communications and electronic commerce through direct participation in OECD committees as observer and by providing technical and policy advice to various processes that develop OECD instruments such as the 1980 "Privacy Guidelines" or more recent work on cryptography policy.

ICC

International Chamber of Commerce

ICC is the world business organisation. With corporate and business organisation membership in more than 130 countries, it is the only representative body that speaks with authority on behalf of enterprises from all sectors in every part of the world. Founded in 1919, ICC's purpose is to promote an open international trade and investment system and the market economy worldwide. Its rules for international trade transactions and trade finance are accepted globally by traders, governments and judges. The ICC International Court of Arbitration is the world's leading institution of its kind. ICC brings together executives and experts from all sectors of business to establish the business stance on broad issues of trade and investment policy as well as on vital technical or legal subjects. The ICC's broad framework of rules for international trade and commerce evolves continuously to take into account changes in business practice. ICC has issued best practice rules for electronic commerce since the 1980s and continues to harmonise business rules and practices to meet the needs of the information society.

GIIC

Global Information Infrastructure Commission

Launched in 1995, the Global Information Infrastructure Commission (GIIC) is a private sector advocacy group bringing together 50+ CEOs and Presidents of major international corporations with a stake in the development of the GII. GIIC members are from both developed and developing countries. The GIIC serves as a bridge between diverse players and business communities around the world, thus fostering the global dialogue necessary to address critical issues in building the global information infrastructure. The GIIC has established on-going policy dialogues with governments and international organisations, providing them with pragmatic advice and input as they transition to the new body of policies and laws needed to support a secure, seamless global communications environment and marketplace. Four main thrusts of GIIC activity are: 1) facilitating the creation of harmonised rules to support global electronic commerce; 2) bringing developing countries into the process of building the global information economy; 3) spurring the reform of education systems to prepare for the Information Age; and 4) fostering an open environment for the development of information infrastructures and services. GIIC membership is representative of all the major elements of the information technology sector, including telecommunications hardware and services providers, computer hardware and software companies, cable, broadcast, and publishing companies, new satellite companies, international organisations, governments, and academics. The GIIC's regional co-chairs are Les Alberthal, (chairman and CEO of EDS), Volker Jung, (executive vice president, member of the managing board, Siemens), and Michio Naruto (vice chairman, Fujitsu). W. Bowman Cutter (managing director of E.M. Warburg Pincus) acts as the GIIC managing director.

INTUG

International Telecommunication Users Group

INTUG is an international association of users of communications technology & applications. It has an extremely wide constituency. Founded in 1974, it has its Secretariat in Brussels where it is registered as an international non-profit organisation. It meets in plenary session four times a year.

Members include national users groups which represent the interests of users in Europe, the Americas, Asia-Pacific and Africa. Associate and individual members come from major multinational enterprises, academia, law and other relevant industry sectors. Many of INTUG's member groups have been particularly successful in their interaction with national government policy makers; also in regional economic policy forums.

INTUG itself promotes the interests of all users at the international level and ensures that the voice of the user is clearly heard whenever communications policy issues are addressed.

Its Special Interest Group on Y2K issues has been extremely active and was a specific focus of the INTUG meeting in Brussels in June 1998.

WITSA

World Information Technology and Services Alliance

The World Information Technology and Services Alliance (WITSA) is a consortium of information technology industry associations from economies around the world. Serving as the global voice of the information technology industry, WITSA is dedicated to:

- advocating policies that advance the industry's growth and development;
- facilitating international trade and investment in information technology products and services; and
- providing members with a vast network of contacts in nearly every geographic region of the world.

Through its network of 32 national associations, WITSA:

- serves as a forum for the identification of common issues and views;
- formulates positions on information technology issues, including the recently concluded World Trade Organisation (WTO) Agreement on Basic Telecommunications Services;
- voices the concerns of the international information technology community at multilateral organisations including the WTO, the World Intellectual Property Organisation (WIPO), the G-7 and other international fora where policies affecting industry interests are developed;
- provides information on international marketing and business development;
- promotes information sharing on information technology policy developments throughout the world; and
- hosts the biannual World Congress on Information Technology.

© 1998
Business and Industry Advisory Committee to the OECD (BIAC)
Global Information Infrastructure Commission (GIIC)
International Chamber of Commerce (ICC)
International Telecommunication Users Group (INTUG)
World Information Technology and Services Alliance (WITSA)
All rights reserved.