

# IT.CAN NEWSLETTER/BULLETIN

Canadian IT Law Association

[www.it-can.ca](http://www.it-can.ca)

Part 1 of this newsletter is prepared by Professors [Robert Currie](#), [Chidi Oguamanam](#) and Stephen Coughlan of the Law and Technology Institute of [Dalhousie Law School](#). Part 2 of this newsletter is prepared by Professors [Pierre Trudel](#) and [France Abran](#) of the L.R. Wilson Chair in Information Technology and Electronic Commerce Law, Université de Montréal.

Les auteurs de la première partie du présent bulletin sont les professeurs [Robert Currie](#), [Chidi Oguamanam](#) et Stephen Coughlan de l'Institut de droit et de technologie de la [Faculté de droit de l'Université de Dalhousie](#). Les professeurs [Pierre Trudel](#) et [France Abran](#) de la Chaire en droit des technologies de l'information et du commerce électronique L.R. Wilson de la Faculté de droit de l'Université de Montréal ont rédigé la seconde partie du présent bulletin.

## Part 1

### Copyright: Sampling of Internet Music as Research

In *SOCAN v. Bell Canada*, the applicant applied for judicial review of a Copyright Board decision which extended a fair dealing exemption under s. 29 of the *Copyright Act* to listeners who sampled musical works prior to purchasing them over the internet and consequently declined to certify a tariff for such listeners. In its original application before the Board, the applicant (SOCAN) targeted all musical works downloaded on the internet and argued for the imposition of higher tariffs for those downloads that extended an option for preview. In that application, none of the parties raised the issue of fair dealing or the applicability of s. 29 tariff exemptions under the *Copyright Act* to the category of sampling users. But the Board raised the same on its own volition and applied s. 29 exemptions in its decision now being challenged. According to it, under s. 29 of the *Copyright Act* (fair dealing for the purpose of research or private study does not infringe copyright) the word “research” should be given a broad interpretation since it was not qualified by the Act. Such an interpretation should include activities that involve technical meaning of research (e.g. investigation, systematic research, scientific inquiry, factual discoveries, etc) as well as literal meaning of the same (e.g. searching carefully for a specified

thing or person). According to the Board, pursuant to the Supreme Court’s decision in *CCH Canadian*, “the word research should be given a large and liberal interpretation in order to ensure that users’ rights are not unduly constrained” (para. 12).

The Federal Court of Appeal (Montreal) agreed with the Copyright Board and held that “it would be unreasonable to give the word “research” its primary meaning. The consumer is searching for an object of copyright he or she desires and is attempting to locate and wishes to ensure its authenticity and quality before obtaining it. I agree with the Board that “[l]istening to previews assists in this investigation” (para. 20). According to the court, “[w]e must consider previews from the point of view of the person for whom they are intended: the consumer of the subject-matter of the copyright. Their purpose is to assist the consumer in seeking and finding the desired musical work” (para. 22). While rejecting SOCAN’s argument that the volume or quantity of previews constitutes the basis for determining the fair or not of dealing, the court held (in agreement with the Board) that the amount of dealing for purpose of fairness is tied to the length of each preview in proportion to the length of the completed work sampled. This approach is one that factors the user’s objective which is researching for a purchase. It contrasts against SOCAN’s proposal which seeks to determine “the fairness of the dealing by considering the aggregate number of users and previews and the resulting hours of uncompensated music” (para. 27).

### Injunction: “Reliably Available” Network in Bad Weather

In *Bell Canada and Rogers Communication*, the applicant (Bell) seeks an interlocutory injunction against a specific Rogers’ (communications and cables) advertisement campaign. In the campaign, Rogers is alleged to be suggesting that its television, internet or wireless services are more reliably available in bad weather conditions in comparison

to similar services provided by the competition, including Bell. According to Bell, the advertisement in question violates sections of the *Competition Act* and the *Trade-Marks Act*. Also, it contains elements of the tort of injurious falsehood. Even though Bell argues that its application for injunction is not restricted to the thirty second commercial in question which has been running for about six weeks, it was clear that the viewing of the commercial spawned Bell's decision to sue.

The court found that from evidence it was convinced that Bell was the target of Rogers' commercial and that the scope of the said commercial was troubling, hence there was a serious issue to be tried regarding the factual accuracy of the commercial. In regard to the issue of irreparable harm, the court found that in the early stages, it is safe to presume that both parties have equal chance of success and, in the present circumstance, some proof of actual harm is required. Bell neither proved that a single customer had been lost or diverted nor led evidence regarding the impact of the campaign on its business. Further, Bell did not address any of the issues which, upon authorities, are relevant in attempting to determine whether or not harm is irreparable. The court held that:

To suggest irreparable harm will flow from the commercial seems to me to be an over-reaction. The parties are large corporations. The substantive issues are contested. The commercial was only thirty seconds long and it was shown for a limited period. No one in Bell appears to have noticed the commercial until its second week ... the advertisement has ceased running, some weeks have passed. I would have thought that would have given Bell some time to assess, at least in a preliminary and imperfect way, the effect of the commercial ... (para. 30)

Among other things, the court held that the balance of convenience in granting the injunction does not necessarily favour Bell since the commercial in question was already off the air. It observed that every commercial speech deserves protection and "[i]n the fullness of time, the accuracy of Bell's outstanding allegation [that] Rogers contravened the statutory and common law standard will be determined" (para. 33)

Finally, the court rejected the suggestion by Rogers that Bell's motion was moot since the advertisement in question has been withdrawn. It found that Rogers' concession not to run the advertisement is based on the time limited nature of the commercial. That undertaking, the court noted, related to the advertisement but it is not premised on any admission of wrong doing. The court then held that "[w]hile I do not, therefore regard the motion as moot, I have taken Rogers undertaking with respect to the commercial into account in considering the issue of irreparable harm..." (para. 39).

## Internet: False or Misleading Use of Keyword Advertising in Search Engines

In *Private Career Training Institutions Agency v. Vancouver Career College (Burnaby) Inc. (c.o.b. Vancouver Career College)*, R.J. Gaul J. of the British Columbia Supreme Court heard a motion for an injunction restraining the use of keyword advertising on the web. The moving party was the Private Career Training Institutions Agency ("PCTIA"), which is a provincial regulatory body that oversees private career training institutions. Under its Bylaws, these institutions are prohibited from engaging in false, deceptive or misleading advertising or representations. In June 2009 it issued an Interpretation Guideline stating that the prohibition covered "the use of another institution's trademarks, logo, or business name, or anything confusingly similar, by a registered institution in any metatags (website or html), search engine AdWords, adCenter keywords, or any similar medium for advertising purposes."

The Respondent ("VCC") is a private career college that "provides a variety of post-secondary educational services under various business names, including Vancouver Career College ("VCC"), CDI College ("CDI") and Vancouver College of Art and Design ("VCAD")" (para. 2). It used internet advertising as a prime means of marketing its programs, and in particular it used "keyword advertising," by which a company essentially pays a search engine to have a small linked ad appear alongside search results when certain keywords are inputted by the user. VCC began a keyword advertising campaign in December 2008

with both the Google and Yahoo search engines. The campaign included keyword lists which “us[ed] the business names of other institutions as triggers for Keyword Advertising. This led to VCC Inc. having their school names come up as the first sponsored link when the name of a different institution was searched” (para. 30). In April 2009 PCTIA began receiving complaints about this practice from other institutions, which seems to have caused the issuing of the Interpretation Guideline in June 2009. PCTIA later moved for an injunction restraining VCC from the advertising, arguing that under the Bylaw “an advertisement is prohibited when it may mislead some of the people, some of the time, even if, upon being misled, those people are subsequently informed of their mistake and are able to correct it” (para. 43). VCC, for its part, acknowledged that it used the names of other businesses as part of its keyword marketing, and denied that the practice was false, deceptive or misleading. Rather, it was “a modern-day technological version of the generally accepted marketing practice of a company placing its advertisement in close proximity to a competitor’s advertisement” (at para. 50) and PCTIA’s decision was characterized “a reverse engineered attempt to respond to the concerns of other competitor institutions, not student concerns” (para. 52).

After a lucid description of the technology and business practices involved in keyword internet advertising, the Court noted that there were no Canadian court decisions discussing whether such keyword advertising was lawful. Gaul J. reviewed a number of U.S. court findings that no confusion or misleading results from the use of competitor’s trademarks or brand names as keywords, given that the ads that accompany the search results appear separately from the results themselves, and so long as the mark or brand name does not appear in the ad. The judge then opined that “in my view resort can be had to the Canadian jurisprudence that has developed in the area of trademark law in order to glean what is meant by the term ‘confusing’ or ‘misleading’ in the context of alleged improper advertising” (para. 61) noting that this required an assessment of the knowledge and expectations of a consumer in the relevant market, assumed to be reasonably aware and informed, and in the context of the surrounding circumstances.

Examining the affidavits of two users who claimed to have been misled by VCC’s keyword use, which were put forward by PCTIA, Gaul J. found them ultimately unconvincing since in both cases the prospective students took little care in determining whether the information being viewed was consistent with what they were seeking. On the whole, the Court ruled:

[PCTIA] has not persuaded me that VCC Inc.’s Keyword Advertising strategy has actually or could in the future lead a potential student astray or into making a harmful error of judgement. Where a student erroneously chooses to examine a VCC Inc. “sponsored link” website instead of the website of the institution they originally wanted, I am satisfied the information readily available on the various VCC Inc. websites is more than adequate to inform the student that they are examining a VCC Inc. institution and not the one they were initially searching for. The student can then easily return to their search results and locate the website of the institution they desire (para. 78).

The Court was persuaded that “no different than the time-honoured and generally accepted marketing practice of a company locating its advertisement close to a competitor’s in traditional media” (para. 80), and in fact, “the option to examine a number of institutions offering similar educational programs is a good one for the consumer” (para. 83). Accordingly, the use of keyword advertising was not misleading or confusing and VCC had not breached the Bylaw. The motion was dismissed.

## **Facebook Bullying Victim’s Identity on Trial**

[A Nova Scotia Supreme Court](#) has declined to accede to a request for a publication ban in a case of alleged Facebook bullying of a 15-year girl. A Facebook page which appeared in March under the name of the alleged victim included her photo and statements, allegedly defamatory in nature, involving a description of her appearance and sexual conduct. The family sought a court order that would require a Halifax-based internet service provider, Eastlink, to hand over the names of the persons who created the Facebook profile. The family also wants a ban on

media coverage of what was posted on the website to protect the victim's identity and spare her from further humiliation. Earlier, the court approved the first request and issued an order that required the ISP to hand over customer information associated with the webpage in issue. In his latest ruling, the court (Justice Arthur LeBlanc) rejected the request for a publication ban but meanwhile restrained the media from revealing the girl's identify as that would render nugatory the family's decision to appeal the court's rejection of publication ban. Two media stakeholders, *The Chronicle Herald* and *Global TV*, argued through their lawyers that the potential of media coverage of the proceedings to constitute further embarrassment of the alleged victim vis a vis the need for the court to remain an open institution accountable to public scrutiny does not justify the restriction on media coverage of the case.

## **PIPEDA Amendments**

As has been reported in the media, in late May the government introduced [Bill C-29](#), designed to amend the privacy provisions in the *Personal Information Protection and Electronic Documents Act (PIPEDA)*. The government's summary indicates that the Bill is intended to:

- (a) exclude, in certain circumstances, business contact information from the application of Part 1 of that Act;
- (b) specify the elements of valid consent for the collection, use or disclosure of personal information;
- (c) permit the disclosure of personal information without the knowledge or consent of the individual for the purposes of
  - (i) identifying an injured, ill or deceased individual and communicating with their next of kin,
  - (ii) performing police services,
  - (iii) preventing, detecting or suppressing fraud, or
  - (iv) protecting victims of financial abuse;
- (d) clarify the meaning of lawful authority for the purpose of disclosures to government

institutions of personal information without the knowledge or consent of the individual;

- (e) permit organizations, for certain purposes, to collect, use and disclose, without the knowledge or consent of the individual, personal information
  - (i) contained in witness statements related to insurance claims, or
  - (ii) produced by the individual in the course of their employment, business or profession;
- (f) permit organizations, for certain purposes, to use and disclose, without the knowledge or consent of the individual, personal information related to prospective or completed business transactions;
- (g) permit federal works, undertakings and businesses to collect, use and disclose personal information without the knowledge or consent of the individual to establish, manage or terminate employment relationships;
- (h) provide a framework for organizations to notify individuals proactively about disclosures of their personal information made in certain circumstances to government institutions; and
- (i) require organizations to report material breaches of security safeguards to the Privacy Commissioner and to notify certain individuals and organizations of breaches that create a real risk of significant harm.

Commentators have [criticized](#) the bill's provisions regarding when information holders must notify customers of potential or actual privacy breaches, citing inadequate enforcement and penalty mechanisms.

## 2<sup>ème</sup> partie

### Jugement sur objection à une demande de production de documents en version électronique

Au cours d'un interrogatoire après défense, la partie demanderesse veut obtenir la version électronique des échéanciers de travaux. Ces échéanciers lui ont déjà été fournis sur une disque compact (CD), et ce, en format PDF. Il lui est possible d'imprimer les échéanciers en question ou les consulter à l'écran d'un ordinateur muni du logiciel approprié. Mais la partie demanderesse veut être à même d'utiliser le même logiciel que l'entreprise défenderesse a utilisé pour consulter les différents échéanciers déjà reçus.

La partie demanderesse ne conteste pas que les copies qu'elle a reçues sur disque compact sont des copies conformes. Elle semble chercher, en réalité, à définir la programmation du logiciel utilisé pour en arriver aux divers échéanciers produits en cours de travaux sur le chantier. Le tribunal estime que la valeur probante du support utilisé par la défenderesse étant la même suivant l'article 9 de la *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information*, il conclut que la défenderesse a permis à la demanderesse de prendre copie de tout écrit. Le Tribunal conclut également que la programmation du logiciel effectuée par la défenderesse ou du logiciel lui-même ne sont pas des documents dont la demanderesse peut obtenir copie. Il faut plutôt interroger le programmeur si ce sont là des faits du litige.

- *Stadacona, s.e.c./Papier White Birch c. KSH Solutions inc.*, 2010 QCCS 2054 (CanLII), 17 mai 2010.

### Publication sur Internet des avis aux membres d'un groupe dans le cadre d'un recours collectif

Statuant sur une requête pour autoriser la publication des avis aux membres relativement à une transaction dans le cadre d'un recours collectif, le tribunal ordonne aux demandeurs de mettre en ligne sur

Internet deux pages Web où seront reproduits les avis aux membres, en versions française et anglaise. Il est également ordonné de diffuser un communiqué de presse diffusé au moins une fois sur le fil de presse Canadian News Wire (CNW) destiné à tous les médias du Québec et redirigeant le public vers les pages Web. Il est enfin ordonné aux demandeurs que des espaces de référencement soient achetés sur le moteur de recherche web « Google », le tout, afin de rediriger le trafic Internet vers les pages Web où seraient reproduits lesdits avis abrégés aux membres.

Le tribunal motive cette décision en faisant valoir que ces modes de diffusion constituent la meilleure façon de rejoindre et d'informer un plus grand nombre de justiciables. En plus, ces modes de publication auront pour effet d'informer efficacement les justiciables de l'existence d'une transaction et des bénéfices qui en découlent. En l'espèce, étant donné que l'exécution des mesures réparatrices envisagées à la transaction implique une indemnisation directe des clients actifs des défenderesses, une telle publication favorise un taux d'efficacité plus élevé.

- *Boulerice c. Bell Canada*, 2010 QCCS 1918 (CanLII), 27 avril 2010.

### Informations diffusées sur Facebook par une victime

La décision intervient dans le contexte d'une analyse devant conduire au prononcé d'une sentence suite à une accusation de voies de fait. La victime a fait une déclaration à l'effet « qu'elle souffre encore d'insomnie et de nervosité. » Le Tribunal, après avoir fait le constat que la victime communiquait avec l'accusé par l'entremise de Facebook se déclare peu convaincu et souligne que celle-ci a communiqué à diverses reprises avec l'accusé suite au dépôt des accusations, s'est rendue au domicile des parents pour rencontrer l'accusé et, en décembre 2009, a même offert à l'accusé de se joindre à son groupe d'amis sur Facebook. Cette conduite démontre plutôt qu'elle recherche la compagnie de l'accusé et ne le craint point.

- *R. c. Dumoulin*, 2010 QCCQ 2991 (CanLII), 16 avril 2010.

## L'administration de la preuve électronique au Québec

Dans cet article, qui se décrit comme étant principalement exploratoire et cherchant à susciter la réflexion, les auteurs examinent la question de l'obligation de préservation de la preuve électronique en droit civil québécois. Ils étudient ensuite ce qu'ils désignent comme étant « la confusion des genres » entre l'écrit et l'élément matériel de preuve, dans les règles de preuve, et le document technologique né de la *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information*. Le texte est complété de quelques pistes pratiques pour l'adoption des technologies dans le cadre de l'administration de la preuve.

- Dominic JAAR et François SÉNÉCAL, « L'administration de la preuve électronique au Québec? », *Développements récents et tendances en procédure civile* (2010), Service de la formation continue du Barreau du Québec, EYB 2010DEV1662.

## Une stratégie numérique pour l'Europe – Commission européenne

La Commission européenne a publié le 19 mai 2010, une stratégie numérique prévoyant des mesures ambitieuses destinées à exploiter tout le « potentiel numérique » de l'Europe. Dans son document, la Commission préconise un usage accru de l'informatique dans tous les secteurs de la société. La stratégie numérique pointe sept objectifs, dont la suppression des entraves à la conduite d'activités commerciales au-delà des frontières nationales. Ce type d'obstacles expliquerait en grande partie pourquoi le téléchargement légal de musique est quatre fois plus populaire aux États-Unis que dans l'Union européenne. Afin de développer l'accès légal à des contenus en ligne, la Commission propose de simplifier l'acquittement et la gestion des droits d'auteur et l'octroi de licences transnationales. Elle préconise aussi de faciliter les paiements et la facturation électroniques.

La Commission met de l'avant sept objectifs pour un plan d'action qui contribuerait à accroître la prospérité et la qualité de vie dans l'espace

européen. Un premier objectif consiste en la création d'un nouveau marché unique permettant de bénéficier des avantages de l'ère numérique. Les Européens devraient pouvoir bénéficier des services commerciaux et des contenus culturels par-delà les frontières. Mais comme les marchés en ligne sont encore séparés par des barrières gênant l'accès à des contenus et des services numériques paneuropéens, l'Europe souffre du manque d'offres légales et du cloisonnement des marchés. En ouvrant l'accès au contenu en ligne légal par la simplification des processus de gestion des droits, la Commission espère améliorer la circulation légale des oeuvres. Dans le même esprit, elle préconise des mesures pour faciliter les paiements et la facturation électroniques et à simplifier le règlement des litiges en ligne.

Un second objectif du plan est d'améliorer la normalisation et l'interopérabilité dans le domaine des TIC. Il faut en effet disposer de produits et de services ouverts et interopérables afin de promouvoir la création et l'innovation.

Un troisième objectif est de renforcer la confiance et la sécurité. La Commission estime que les Européens n'adopteront pas une technologie à laquelle ils ne font pas confiance. Il faut mieux coordonner les réactions au niveau européen en cas d'attaque informatique et renforcer les règles relatives à la protection des données personnelles. Il faut envisager d'obliger les opérateurs de sites web à informer leurs utilisateurs d'éventuelles atteintes à la sécurité de leurs données personnelles.

Le quatrième objectif est d'améliorer l'accès des Européens à l'Internet rapide et ultra-rapide. Pour 2020, la Commission vise l'accès à l'Internet à une vitesse d'au moins 30 Mbps pour tous les Européens, avec des connexions Internet de plus de 100 Mbps pour la moitié des ménages. Actuellement, seuls 1 % des Européens disposent d'une connexion Internet à haut débit par fibre optique.

Un cinquième objectif est de stimuler la recherche de pointe et l'innovation. La stratégie vise à dégager des investissements privés grâce aux fonds régionaux européens et à augmenter le financement de la recherche.

Le sixième objectif est de doter tous les Européens de compétences numériques et leur donner accès à

des services en ligne. Plus de la moitié des Européens utilisent l'Internet quotidiennement, mais 30 % ne s'en sont jamais servis. L'ensemble des Européens, quels que soient leur âge et leur origine sociale, devraient pouvoir disposer des connaissances et des compétences nécessaires pour entrer dans l'ère numérique.

Enfin, la Commission énonce un septième objectif qui est de libérer le potentiel des TIC pour en faire bénéficier la société. Elle préconise d'investir dans une utilisation intelligente de la technologie et dans l'exploitation des informations pour trouver des solutions permettant de réduire la consommation d'énergie, d'aider les personnes âgées, de responsabiliser les patients et d'améliorer l'accès des handicapés aux outils numériques.

- Commission européenne, *Une stratégie numérique pour l'Europe*, COM(2010) 245.
- Étienne WERY, « L'Europe propose un nouveau plan stratégique pour la société de l'information », *Droit & Technologies*, 21 mai 2010.

## Des balises pour encadrer le filtrage d'Internet – Europe

Un nombre croissant d'entités ou de pays envisagent ou pratiquent aujourd'hui un filtrage impératif, visant une variété de plus en plus large de contenus sur Internet (pédopornographie, sujets politiques controversés et discours haineux, jeux d'argent, diffamation, terrorisme, violations de droits d'auteurs, érotisme et pornographie...). Mais la question du filtrage est complexe et soulève de nombreuses problématiques. Le rapport préparé dans le cadre d'un financement de l'Open Society Institute et intitulé *Filtrage d'Internet - Equilibrer les réponses à la cybercriminalité dans une société démocratique* se présente comme un instrument de compréhension et d'évaluation du filtrage dans une société démocratique. Les auteurs présentent un état de la situation en matière de filtrage sur le réseau Internet. Ils passent en revue les motivations pouvant sous-tendre des mesures de filtrage. Le rapport examine aussi les solutions techniques permettant de mettre en œuvre des solutions de filtrage. À l'égard de chacune, il fait ressortir les forces et les faiblesses. Le rapport propose ensuite une analyse des

principaux droits et libertés pouvant justifier ou se trouver en conflit avec le filtrage. Enfin, est examinée chaque grande mesure de filtrage actuellement en discussion à la lumière des exigences attachées à toute limitation de libertés. L'analyse permet d'identifier les étapes pouvant être suivies pour évaluer la légitimité de toute mesure de filtrage dans une société démocratique.

- Cormac CALLANAN, Marco GERCKE, Estelle DE MARCO et Hein DRIES-ZIEKENHEINER, *Filtrage d'Internet-Équilibrer les réponses à la cybercriminalité dans une société démocratique*, 2009 Aconite Internet Solutions, 2010, 11 mai 2010, E. De Marco et F. Nguyen pour la traduction française.
- Estelle DE MARCO, Rapport « Filtrage d'Internet - Equilibrer les réponses à la cybercriminalité dans une société démocratique », *Juriscom.net*, 20 mai 2010.

## Un blogue anonyme peut être trompeur et déloyal – France

La présentation de nature à tromper l'internaute sur l'intention de l'auteur d'un blogue constitue une faute. En l'espèce, le site n'affichait pas sa teneur humoristique mais prétendait plutôt faussement émaner de sympathisants d'une personnalité politique afin de la soutenir. De plus, dans le cadre d'un débat politique entre deux adversaires, l'anonymat constitue une pratique déloyale. La cour d'appel estime en effet qu'« *en ne dévoilant pas son identité et en cherchant à brouiller les pistes en utilisant l'ordinateur mis à disposition par son employeur, A. B. empêche son adversaire de pouvoir lui répliquer directement ce qui fausse le jeu démocratique* ».

- *Antoine B. c. Serge G.*, Cour d'appel D'Orléans, Chambre civile, Arrêt du 22 mars 2010, *Légalis.net*.

## Date du point de départ de la prescription pour une publication en ligne – France

Saisi dans le cadre d'une procédure en référé, le Tribunal de grande instance de Nancy a rappelé qu'en matière de nouvelles technologies, la date de

mise à disposition du public constitue le premier acte de publication. En l'espèce, l'auteur du blogue incriminé avait indiqué que ses propos avaient été publiés pour la première fois sur son blogue le 14 juillet 2009. Le délai de trois mois au-delà duquel il y a prescription était donc dépassé.

- *Banque Populaire Lorraine Champagne et autres c. Jean M., JFG Networks*, Tribunal de grande instance de Nancy, 9<sup>ème</sup> chambre, Jugement du 7 mai 2010.
- « Le constat n'est pas le point de départ de la prescription mais la mise en ligne », *Légalis.net*, 1<sup>er</sup> juin 2010.

## Harcèlement moral constituant une faute grave qui justifie la rupture du contrat de travail – France

Un salarié avait, sous des pseudonymes féminins, entretenu pendant plus d'un an avec un de ses subordonnés une correspondance soutenue, avec son ordinateur professionnel et pendant son temps de travail, consistant à le manipuler pour lui faire croire

qu'il entretenait une relation amoureuse et sexuelle virtuelle avec successivement deux femmes afin de développer son emprise psychologique sur lui. La Chambre sociale de la Cour de cassation a considéré que ces agissements équivalaient à de la violence morale justifiant la rupture immédiate du contrat de travail et constituaient une faute grave.

- *Stéphane S. c. Association Société européenne de cardiologie*, Cour de cassation Chambre sociale Arrêt du 12 mai 2010.
- « Harcèlement par email : licenciement pour faute grave justifié », *Légalis.net* 28 mai 2010.

This newsletter is intended to keep members of IT.Can informed about Canadian legal developments as well as about international developments that may have an impact on Canada. It will also be a vehicle for the Executive and Board of Directors of the Association to keep you informed of Association news such as upcoming conferences.

If you have comments or suggestions about this newsletter, please contact Professors Robert Currie, Chidi Oguamanam and Stephen Coughlan at [it.law@dal.ca](mailto:it.law@dal.ca) if they relate to Part 1 or Pierre Trudel at [pierre.trudel@umontreal.ca](mailto:pierre.trudel@umontreal.ca) if they relate to Part 2.

Disclaimer: The IT.Can Newsletter is intended to provide readers with notice of certain new developments and issues of legal significance. It is not intended to be a complete statement of the law, nor is it intended to provide legal advice. No person should act or rely upon the information in the IT.Can Newsletter without seeking specific legal advice.

Copyright 2010 by Robert Currie, Chidi Oguamanam, Stephen Coughlan, Pierre Trudel and France Abran. Members of IT.Can may circulate this newsletter within their organizations. All other copying, reposting or republishing of this newsletter, in whole or in part, electronically or in print, is prohibited without express written permission.

Le présent bulletin se veut un outil d'information à l'intention des membres d'IT.Can qui souhaitent être renseignés sur les développements du droit canadien et du droit international qui pourraient avoir une incidence sur le Canada. Le comité exécutif et le conseil d'administration de l'Association s'en serviront également pour vous tenir au courant des nouvelles concernant l'Association, telles que les conférences à venir.

Pour tous commentaires ou toutes suggestions concernant la première partie du présent bulletin, veuillez contacter les professeurs Robert Currie, Chidi Oguamanam et Stephen Coughlan à l'adresse électronique [it.law@dal.ca](mailto:it.law@dal.ca) ou en ce qui concerne la deuxième partie, veuillez contacter Pierre Trudel à [pierre.trudel@umontreal.ca](mailto:pierre.trudel@umontreal.ca).

Avertissement : Le Bulletin IT.Can vise à informer les lecteurs au sujet de récents développements et de certaines questions à portée juridique. Il ne se veut pas un exposé complet de la loi et n'est pas destiné à donner des conseils juridiques. Nul ne devrait donner suite ou se fier aux renseignements figurant dans le Bulletin IT.Can sans avoir consulté au préalable un conseiller juridique.

© Robert Currie, Chidi Oguamanam, Stephen Coughlan, Pierre Trudel et France Abran 2010. Les membres d'IT.Can ont l'autorisation de distribuer ce bulletin au sein de leur organisation. Il est autrement interdit de le copier ou de l'afficher ou de le publier de nouveau, en tout ou en partie, en format électronique ou papier, sans en avoir obtenu par écrit l'autorisation expresse.