



**Conférence  
des Nations Unies  
sur le commerce  
et le développement**

Distr.  
GENERALE

TD/B/COM.3/10/Add.1  
3 octobre 1997

FRANCAIS  
Original : ANGLAIS

---

CONSEIL DU COMMERCE ET DU DEVELOPPEMENT  
Commission des entreprises, de la facilitation  
du commerce et du développement  
Deuxième session  
Genève, 1er décembre 1997  
Point 4 l'ordre du jour provisoire

**INFRASTRUCTURE DES SERVICES POUR LE DEVELOPPEMENT  
ET EVALUATION DE L'EFFICACITE COMMERCIALE**

Additif

Proposition relative à une méthode d'évaluation  
de l'efficacité commerciale

Rapport du secrétariat de la CNUCED

## TABLE DES MATIERES

	<u>Page</u>
<b>I. INTRODUCTION</b> .....	3
<b>II. PREMIERE ETAPE - EVALUATION DE L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL GENERAL D'UN PAYS</b> .....	8
1. Evaluation de la situation commerciale courante .....	8
a) Etablissement du contexte économique et social .....	8
b) Courants commerciaux .....	8
c) Structure du commerce .....	9
d) Types d'entreprises et de partenaires commerciaux par pays .....	10
2. Dynamiques du commerce .....	10
a) Plans nationaux .....	10
b) Nouvelles exportations .....	11
c) Groupes d'intérêts .....	11
d) Niveau de la participation des PME .....	12
<b>III. DEUXIEME ETAPE - ENQUETE AUPRES DES ENTREPRISES</b> .....	12
1. Approche par secteur .....	13
a) Douanes .....	13
b) Transports .....	13
c) Services bancaires et assurances .....	14
d) Pratiques commerciales/facilitation du commerce .....	14
e) Information commerciale .....	15
f) Télécommunications .....	15
2. Enquête sur l'opinion des partenaires commerciaux au sujet de l'efficacité commerciale d'un pays .....	16
<b>IV. TROISIEME ETAPE - EVALUATION DES SIX SECTEURS CLEFS CONTRIBUTANT A L'EFFICACITE COMMERCIALE</b> .....	17
1. Douanes .....	17
2. Transports .....	18
3. Services bancaires et assurances .....	20
4. Information commerciale .....	21
5. Facilitation du commerce/pratiques commerciales .....	22
6. Télécommunications .....	24
<b>V. QUATRIEME ETAPE - MISE EN OEUVRE DE LA METHODE D'EVALUATION DE L'EFFICACITE COMMERCIALE ET RESULTATS ESCOMPTES</b> .....	25
1. Lancement de l'évaluation .....	25
2. Caractéristiques de l'évaluation .....	25
3. Résultats attendus de l'évaluation de l'efficacité commerciale .....	26
4. Application des résultats de l'évaluation de l'efficacité commerciale .....	27

### Encadrés

#### Encadré

1. Le mécanisme d'examen des politiques commerciales de l'Organisation mondiale du commerce .....	5
2. Examens des politiques de la science, de la technologie et de l'innovation (PSTN) de la CNUCED .....	6
3. Examens de la politique d'investissement de la CNUCED .....	7

## I. INTRODUCTION

1. A la première session de la Commission des entreprises, de la facilitation du commerce et du développement (20-24 janvier 1997), il a été décidé que la CNUCED devrait affiner sa stratégie et renforcer sa capacité d'analyse concernant l'efficacité commerciale, en mettant l'accent sur le renforcement de la compétitivité commerciale des petites entreprises, principalement dans les pays en développement et les pays les moins avancés (PMA). La Commission a demandé à la CNUCED de poursuivre ses travaux sur la définition des éléments analytiques et méthodologiques sur lesquels pourrait s'articuler une méthode d'évaluation de l'efficacité commerciale <sup>1</sup>. On trouvera dans le présent document les grandes lignes de cette méthode, le rôle qu'y jouerait la CNUCED et la façon dont elle serait mise en oeuvre.

2. La méthode d'évaluation de l'efficacité commerciale décrite ici vise un nombre limité d'objectifs à atteindre en respectant des conditions précises.

3. Les objectifs sont les suivants :

- Evaluer les résultats obtenus et les difficultés rencontrées par les pays membres dans la mise en oeuvre des recommandations de Colombus <sup>2</sup> dans chacun des six secteurs d'efficacité commerciale (douanes, transports, services bancaires et assurances, information commerciale, facilitation du commerce et télécommunications);
- Dégager les éléments nécessaires pour déterminer l'aide et le soutien dont ont besoin les pays membres pour appliquer ces recommandations;
- Déterminer les domaines où une action prioritaire doit être menée pour renforcer la compétitivité internationale des pays membres et de leurs entreprises (en particulier des petites et moyennes entreprises) grâce à des améliorations concrètes dans chacun des six secteurs d'efficacité commerciale.

4. Les conditions à respecter sont les suivantes :

- Le mécanisme d'évaluation ne doit pas faire double emploi avec d'autres systèmes d'évaluation similaires ou apparentés;

---

<sup>1</sup>/ "Rapport de la Commission des entreprises, de la facilitation du commerce et du développement sur sa première session" (TD/B/44/2 - TD/B/COM.3/4), annexe II.

<sup>2</sup>/ CNUCED/Symposium international des Nations Unies sur l'efficacité commerciale, "Recommandations et principes directeurs pour l'efficacité commerciale" (TD/SYMP.TE/2).

- Ce doit être un dispositif léger en termes de ressources, facile à appliquer et facile à lire et à utiliser; il devrait aussi avoir des applications pratiques immédiates, par exemple pour la compétitivité commerciale des petites et moyennes entreprises;
- Il doit être adapté aux particularités économiques, technologiques et réglementaires des pays considérés, tout en étant suffisamment général pour permettre des comparaisons et une synthèse au niveau international;
- Son utilisation doit rester libre et facultative, mais il doit être suffisamment attrayant pour qu'un échantillon significatif de pays s'y intéressent.

5. L'évaluation de l'efficacité commerciale permettra à la CNUCED d'être mieux informée des besoins précis des Etats membres, mais surtout elle indiquera à ceux-ci leur niveau d'efficacité commerciale dans chacun des six secteurs clés <sup>3</sup> du point de vue de leurs propres entreprises et par rapport à d'autres pays ainsi que ce qui pourrait être amélioré grâce à une assistance technique. La méthode d'évaluation de l'efficacité commerciale de la CNUCED s'appliquera principalement au niveau des entreprises et complétera donc d'autres mécanismes d'évaluation dans le domaine commercial tels que le MEPC de l'OMC (voir l'encadré 1). L'examen des politiques de la science, de la technologie et de l'innovation et l'examen des politiques d'investissement de la CNUCED (voir les encadrés 2 et 3) seront pour l'évaluation de l'efficacité commerciale de précieuses sources d'information.

6. La proposition comporte quatre éléments : 1) une évaluation de l'environnement commercial général, qui fournira aux évaluateurs un cadre pour la conduite de leurs travaux et permettra de définir la structure commerciale d'un pays pour le calcul d'un indice aux fins de comparaisons internationales; 2) une enquête auprès des entreprises pour recueillir leur opinion quant à l'efficacité des différents secteurs; 3) une analyse de l'efficacité commerciale de chacun des secteurs; et 4) des propositions pratiques sur l'application de la méthode d'évaluation de l'efficacité commerciale.

---

<sup>3</sup>/ Ces six secteurs sont décrits dans les "Recommandations et principes directeurs pour l'efficacité commerciale" (TD/SYMP.TE/2).

### **Encadré 1 : Le mécanisme d'examen des politiques commerciales de l'Organisation mondiale du commerce**

Le mécanisme d'examen des politiques commerciales (MEPC) a d'abord été institué en 1989, à titre provisoire, puis a été entériné par les ministres en avril 1994 dans le cadre des négociations du Cycle d'Uruguay.

Les objectifs, énoncés à l'annexe 3 de l'Accord de Marrakech, sont les suivants : "contribuer à ce que tous les Membres respectent davantage les règles, disciplines et engagements définis dans les Accords commerciaux multilatéraux et, le cas échéant, dans les Accords commerciaux plurilatéraux, et donc à faciliter le fonctionnement du système commercial multilatéral, en permettant une transparence accrue et une meilleure compréhension des politiques et pratiques commerciales des Membres. En conséquence, le mécanisme d'examen permet d'apprécier et d'évaluer collectivement, d'une manière régulière, toute la gamme des politiques et pratiques commerciales des divers Membres et leur incidence sur le fonctionnement du système commercial multilatéral. Il n'est toutefois pas destiné à servir de base pour assurer le respect d'obligations spécifiques découlant des accords ni pour des procédures de règlement des différends, ni à imposer aux Membres de nouveaux engagements en matière de politique".

Tous les membres de l'OMC sont soumis au MEPC, et la fréquence d'examen d'un membre dépend de son importance dans le système multilatéral, mesurée par la part de ce membre dans le commerce mondial de biens et services.

Les examens réalisés par l'Organe d'examen des politiques commerciales (OEPC) comprennent deux éléments : une déclaration générale du membre considéré et un rapport complet établi par le secrétariat de l'OMC. Les rapports et les minutes de l'examen sont publiés après la réunion de l'OEPC.

Le rapport du secrétariat s'appuie sur les réponses du membre à un questionnaire élaboré par le secrétariat, sur les discussions tenues avec les autorités nationales au cours d'une visite dans le pays, et sur des renseignements recueillis auprès de diverses sources. Il comporte quatre chapitres : le premier chapitre est consacré à l'environnement économique du membre, le deuxième chapitre au cadre de la politique commerciale et de la politique d'investissement, le troisième à l'analyse par mesure de la politique et des pratiques commerciales, et le quatrième à l'analyse par secteur de la politique et des pratiques commerciales. Le rapport du gouvernement décrit généralement la place qu'occupe le pays dans le système multilatéral, puis l'évolution de la politique commerciale pendant la période considérée et son orientation future.

Le MEPC est un instrument unique, qui permet d'examiner l'éventail complet des politiques commerciales et d'obtenir une analyse solide de l'évolution des politiques et des pratiques commerciales.

---

**Sources** : OMC, Mécanisme d'examen des politiques commerciales, Rapport à la Conférence ministérielle de Singapour (WT/TPR/27 et <http://www.wto.org/wto/reviews/reviews.htm>).

**Encadré 2 : Examens des politiques de la science, de la technologie  
et de l'innovation (PSTN) de la CNUCED**

Conformément au rapport du Secrétaire général de la CNUCED adressé à la Conférence à sa neuvième session (Midrand, Afrique du Sud) (TD/366) et à la résolution E/1995/4 du Conseil économique et social, la CNUCED et la Commission de la science et de la technique au service du développement réaliseront, à l'invitation de chaque pays intéressé, un examen des politiques nationales de la science, de la technologie et de l'innovation (PSTN).

Le rôle de la CNUCED est d'aider les pays qui le souhaitent à évaluer et à renforcer la contribution des politiques et des institutions scientifiques et technologiques au développement de leurs secteurs productifs et de mobiliser, pour ce faire, un appui extérieur.

L'examen a pour objectif :

- a) D'améliorer la capacité directive des institutions publiques responsables de la science et de la technologie;
- b) D'accroître la capacité directive des gouvernements concernant la science et la technologie et leur contribution à la stratégie générale de développement;
- c) De renforcer l'infrastructure technologique.

Les examens se déroulent comme suit. A l'invitation d'un pays, le secrétariat réalise une brève mission de programmation et, avec les autorités locales, définit le contenu et les grandes lignes du rapport général du pays. Une petite équipe d'experts internationaux, sélectionnés conjointement, réalise ensuite une évaluation indépendante des politiques de la science, de la technologie et de l'innovation (PSTN) du pays. L'équipe d'examen établit un rapport sur sa propre évaluation du système PSTN du pays et suggère différentes options. Enfin, une réunion est organisée dans le pays avec les experts internationaux, le secrétariat et des acteurs locaux essentiels du système de la science, de la technologie et de l'innovation, afin de sensibiliser l'opinion locale aux résultats de l'examen.

---

Source : Examens des politiques de la science, de la technologie et de l'innovation, note du secrétariat de la CNUCED à la Commission de la science et de la technique au service du développement (E/CN.16/1997/5).

### **Encadré 3 : Examens de la politique d'investissement de la CNUCED**

Les examens de la politique d'investissement proposés par la CNUCED aident les pays à évaluer leur capacité d'attirer des investissements étrangers directs (IED) compatibles avec la réalisation des objectifs nationaux qu'ils se sont fixés et à replacer dans une perspective de moyen à long terme l'action à mener pour s'adapter aux nouvelles conditions régionales et mondiales. Ils portent avant tout sur l'investissement dans les secteurs productifs, la maîtrise de la technologie et le développement d'un secteur dynamique d'entreprises compétitives, tous éléments importants pour réaliser des progrès durables.

Les examens de la politique d'investissement découlent de la décision prise par la Conférence à sa neuvième session (Midrand, Afrique du Sud) de prier la CNUCED de "poursuivre l'examen des politiques d'investissement avec les pays membres qui le souhaitent, afin de familiariser les gouvernements d'autres pays et le secteur privé international avec les conditions et la politique d'investissement de tel ou tel pays" ("Un partenariat pour la croissance et le développement", par. 89 c)).

Ces examens consistent en une analyse des forces, des faiblesses, des possibilités et des risques, et comprennent les éléments suivants :

- a) Un examen des objectifs et de la position concurrentielle du pays considéré en matière d'accueil des IED, qui permet de replacer dans une perspective dynamique, de moyen à long terme, l'action à mener pour exploiter les nouvelles possibilités régionales et mondiales;
- b) Un audit de la politique relative aux IED et des structures et procédures administratives du pays, afin de déterminer les moyens de renforcer la cohérence des structures législatives, administratives et institutionnelles;
- c) Un examen du système d'établissement de données sur les IED permettant de vérifier que le pays dispose des données nécessaires pour déterminer les incidences des IED sur l'économie, évaluer le succès des activités de promotion et planifier une stratégie de mise en valeur du potentiel d'investissement;
- d) Une enquête auprès des entreprises à capitaux étrangers en vue de recueillir des données sur les sentiments et l'expérience des investisseurs, et de pouvoir ainsi informer les responsables de la façon dont les entreprises risquent de réagir à différentes politiques et stratégies, et pourquoi.

## II. PREMIERE ETAPE - EVALUATION DE L'ENVIRONNEMENT COMMERCIAL GENERAL D'UN PAYS

7. Les situations commerciales varient selon les pays, et pour définir un indice d'efficacité commerciale aux fins de comparaisons internationales, il est important de déterminer le contexte dans lequel l'efficacité commerciale d'un pays peut être mesurée. L'évaluation de l'environnement commercial général d'un pays comprendrait une analyse de la situation commerciale courante de ce pays et de la dynamique du commerce qui influent sur cet environnement commercial.

### 1. Evaluation de la situation commerciale courante

#### a) Etablissement du contexte économique et social

8. Les indicateurs économiques et sociaux décrivent l'environnement des entreprises d'un pays. Par exemple, les obstacles et les perspectives ne seront pas les mêmes dans un pays faiblement peuplé ou à faible revenu par habitant que dans un pays comptant une large population ou affichant un revenu par habitant beaucoup plus élevé. De nombreux pays manquent de ressources humaines (compétences) et de capitaux (épargne, recettes fiscales, investissements étrangers directs), ce qui limite leurs possibilités de développer leur compétitivité commerciale internationale et d'accroître leur efficacité commerciale. Une description de l'environnement commercial d'un pays aidera les évaluateurs à définir leurs objectifs spécifiques pour l'étude de ce pays. Les indicateurs importants sont, par exemple, la taille de la population, le produit intérieur brut, la balance commerciale, le revenu par habitant, le taux de chômage, le taux d'inflation, l'endettement par habitant, les niveaux d'éducation, d'épargne et d'investissement étranger direct, les politiques commerciales publiques (incitations fiscales proposées aux investisseurs), le taux de change par rapport au dollar des Etats-Unis, etc. Les annuaires statistiques et d'autres publications de la CNUCED fournissent déjà la plupart de ces indicateurs.

#### b) Courants commerciaux

9. Les statistiques sur les courants commerciaux donnent une indication du niveau du commerce international d'un pays, de l'importance relative de certains produits de base, biens et services par rapport à la valeur des exportations totales, et des principaux partenaires commerciaux (traditionnels et nouveaux) du pays considéré. Elles indiqueront également s'il y a eu accroissement ou diminution de la valeur des importations et des exportations sur un certain nombre d'années. Ces statistiques peuvent normalement être obtenues auprès des autorités douanières nationales. D'autres sources nationales possibles d'information sont les organismes de promotion du commerce, les banques, les chambres de commerce, les associations industrielles, etc.; elles varient d'un pays à l'autre pour ce qui est de la présentation, de l'exactitude et de l'actualisation de l'information.



Différentes sources internationales d'information existent : COMTRADE <sup>4</sup>, TRAINS <sup>5</sup>, PC/TAS du Centre du commerce international <sup>6</sup>, CNUCED, Eurostat de l'Union européenne, "World Competitiveness Report" du Forum économique mondial, banques internationales et bases de données commerciales (Reuters, Dow Jones), etc.

c) Structure du commerce

10. En déterminant les principales industries ayant une activité commerciale internationale, on obtiendra une indication de la structure de l'environnement commercial du pays. Par exemple, la structure commerciale d'un pays dont les recettes d'exportation proviennent essentiellement d'un ou deux produits de base sera surtout faite de grandes entreprises ou de monopoles (souvent publics), tandis que dans un pays gros exportateur d'articles manufacturés, cette structure sera composée d'un grand nombre d'entreprises, en particulier de petites et moyennes entreprises. Les indices de diversification et de concentration publiés dans le tableau 4.5 du Manuel de la CNUCED <sup>7</sup> sont à cet égard des sources de références utiles.

11. Un indicateur supplémentaire de la structure du commerce sera la liste des entreprises participant à l'exportation de chaque produit de base ou article manufacturé, ce qui révélera le degré d'intégration verticale des activités dans les grandes entreprises.

12. La structure du commerce a des incidences sur l'efficacité commerciale d'un pays, car d'elle dépendent à la fois l'existence de services en rapport avec le commerce et l'accès à ces services. Dans une structure composée d'un grand nombre d'entreprises, en particulier de PME, ces services devront être nombreux et largement accessibles, et être davantage intégrés dans les secteurs clés, tandis que dans une structure constituée d'un tout petit nombre de grandes entreprises, ils auront souvent tendance à être internes aux entreprises mêmes, et seront donc peu accessibles à de nouveaux venus.

---

<sup>4</sup>/ COMTRADE est une base de données du Bureau de statistique des Nations Unies, composée de statistiques internationales sur le commerce et les produits de base.

<sup>5</sup>/ Le système TRAINS (Système d'analyse et d'informations commerciales) contient des informations provenant de la base de données sur les mesures de réglementation commerciale de la CNUCED, combinées avec d'autres données commerciales pertinentes. Les données sont également disponibles sur CD-ROM.

<sup>6</sup>/ Le PC/TAS (Trade Analysis System on Personal Computer - Système d'analyse du commerce sur ordinateur personnel) est un CD-ROM où l'on trouve des séries quinquennales de statistiques du commerce international, ainsi que les parts de marché et des analyses tendanciennes par pays et par produit (CTCI 3).

<sup>7</sup>/ CNUCED, Manuel de statistiques du commerce international et du développement, 1995.

d) Types d'entreprises et de partenaires commerciaux par pays

13. Outre la structure du commerce, il est important de classer les entreprises en fonction de leur taille. Les petites entreprises sont généralement plus sensibles à la qualité et au niveau des services liés au commerce, tandis que les grandes entreprises peuvent être plus autonomes ou sont davantage en position de force. Déterminer les types d'entreprises par secteur permettra de savoir quels types de services sont nécessaires. Par exemple, les exportateurs de produits de base ont tendance à utiliser des systèmes de transport de vrac, tandis que les exportateurs d'articles manufacturés utilisent davantage les conteneurs ISO et le transport multimodal. Ces besoins ressortiront de la diversité des expériences en matière d'efficacité commerciale.

14. Les entreprises qui commercent avec un pays auront chacune leur propre opinion quant à l'efficacité commerciale de ce pays. Les itinéraires commerciaux peuvent être, du point de vue des coûts et des services de transport, extrêmement efficaces vers certains pays, mais inefficaces vers d'autres. Identifier les partenaires commerciaux d'un pays est donc important pour déterminer si l'efficacité commerciale est plus élevée avec certains partenaires commerciaux.

**2. Dynamiques du commerce**

15. Divers processus dynamiques internes influent sur la situation commerciale d'un pays : politique gouvernementale en matière de commerce, stratégies nationales visant à encourager certaines catégories d'exportation, existence de groupes d'intérêts, activité des petites et moyennes entreprises dans le commerce international, etc.

a) Plans nationaux

16. La plupart des gouvernements ont compris qu'il était important de faire partie de l'économie mondiale et ont déjà engagé ou s'apprêtent à engager divers programmes visant à aider leurs entreprises à devenir compétitives sur les marchés internationaux. Le niveau des droits à l'importation et l'existence d'obstacles non tarifaires ou la façon dont les gouvernements soutiennent leurs exportateurs sont souvent révélateurs des politiques gouvernementales en matière de commerce international. Dans ce contexte, les gouvernements se sont engagés à adapter leurs politiques commerciales aux prescriptions des Accords du Cycle d'Uruguay, qui ont pour objectifs la libéralisation et l'intégration du commerce mondial. Parmi les plans nationaux visant à internationaliser l'économie d'un pays, on peut mentionner les programmes de sensibilisation et de formation au commerce, diverses incitations à l'exportation, les programmes de développement d'infrastructures liées au commerce (par exemple, ports) et les programmes destinés à renforcer la capacité des PME de soutenir la concurrence internationale.

17. L'évaluation de l'efficacité commerciale portera également sur la façon dont il a été tenu compte dans les plans nationaux du pays considéré d'éléments importants tels que l'Accord sur les télécommunications<sup>8</sup> signé à Singapour et le récent développement du commerce électronique. Les examens de la politique commerciale de l'Organisation mondiale du commerce seront une source d'information précieuse à cet égard.

b) Nouvelles exportations

18. De nouvelles exportations peuvent naître d'initiatives publiques visant à renforcer les capacités dans un secteur particulier, de l'élimination d'obstacles qui s'opposaient précédemment à ces exportations, ou de la réaction des entreprises à de nouvelles opportunités. On peut citer comme exemple le rôle joué par le Gouvernement néerlandais dans la mise en place d'une infrastructure et d'une capacité de recherche-développement qui ont permis aux Pays-Bas de devenir le premier exportateur mondial de fleurs, ou encore l'Afrique du Sud où, les filières centralisées d'exportation de vins ayant été supprimées, les producteurs peuvent désormais prospecter leurs propres marchés d'exportation, ce qui s'est traduit par un accroissement sensible des exportations de vins.

19. De nouvelles exportations sont un important facteur de dynamisme, car elles peuvent faire apparaître de nouveaux avantages compétitifs pour un pays. Elles peuvent également avoir un effet positif sur l'efficacité commerciale dès lors qu'elles stimulent la demande de services en rapport avec le commerce, mais elles peuvent en même temps révéler des inefficacités du système commercial qui, jusque-là, n'avaient jamais été observées.

c) Groupes d'intérêts

20. Les groupes d'intérêts se manifestent généralement surtout lorsqu'ils se sentent menacés dans leur existence même. Par exemple, des intermédiaires offrant des services aux entreprises qui ont des difficultés à appliquer des procédures commerciales complexes peuvent se sentir menacés par une éventuelle simplification de ces procédures. Certains services gouvernementaux administrant des procédures relativement lourdes et compliquées peuvent eux aussi s'estimer menacés dans leurs attributions et leurs fonctions par le projet d'accroître l'efficacité de ces procédures. Les inefficacités en matière commerciale créent souvent des occasions de corruption et ceux qui en tirent un profit combattront toute initiative contraire à leurs intérêts.

21. Une évaluation de l'efficacité commerciale peut donc se heurter à la résistance de ces groupes d'intérêts, et le mandat de l'évaluation doit donc être conçu de façon à permettre de faire face à ce type de situation. En revanche, on peut espérer obtenir le soutien des entreprises qui attendent des retombées positives d'un accroissement de l'efficacité commerciale. A cet égard, il sera important d'expliquer les objectifs de l'évaluation afin que celle-ci soit bien comprise et soutenue.

---

<sup>8</sup>/ OMC, Déclaration ministérielle de Singapour (WT/MIN(96)/DEC, <http://www.wto.org/govt/mindec.htm>).

d) Niveau de la participation des PME

22. Les travaux de recherche ont montré qu'il y avait un lien direct entre l'accroissement du nombre de PME exportatrices et la croissance des exportations dans les pays en développement, comme le montre l'exemple de la République de Corée. Dans beaucoup de pays développés, les PME représentent jusqu'à 50 % des exportations totales - par exemple en Italie <sup>9</sup>. La méthode d'évaluation de l'efficacité commerciale permettra d'évaluer le niveau de la participation des PME aux exportations et les domaines dans lesquels ces entreprises prédominent. En s'intéressant plus particulièrement aux PME, l'évaluation permettra aussi de recenser quelques-uns des problèmes critiques à résoudre pour accroître l'efficacité commerciale dans les six secteurs évoqués plus haut.

**III. DEUXIEME ETAPE - ENQUETE AUPRES DES ENTREPRISES**

23. Cette partie de l'évaluation est essentielle pour déterminer et quantifier l'efficacité commerciale. En toute logique, elle est centrée sur les entreprises puisque ce sont elles qui bénéficient en dernier ressort des retombées de l'efficacité commerciale et qui sont, en conséquence, la force motrice de l'économie.

24. Les entreprises n'ont pas nécessairement une expertise dans les secteurs clefs contribuant à l'efficacité commerciale, mais elles ont toutes ressenti leur impact, directement ou indirectement, à un stade ou à un autre du processus commercial. Elles devront indiquer ce qu'elles pensent du fonctionnement des secteurs clefs identifiés dans les "Recommandations et principes directeurs pour l'efficacité commerciale" (Symposium international des Nations Unies sur l'efficacité commerciale, 1994) <sup>10</sup>. Les entretiens seront donc structurés suivant le schéma indiqué dans ce document et les questions seront formulées de manière à obtenir des réponses précises sur les points qui y sont abordés. Des grilles de notation et d'autres techniques d'enquête seront employées pour permettre aux évaluateurs de quantifier autant que possible l'opinion des entreprises.

25. Il faut s'attendre à ce que leur opinion varie en fonction de leur domaine de référence. Il se peut, par exemple, que les entreprises établies en différents endroits n'aient pas les mêmes possibilités d'accès aux services liés au commerce, ou que celles qui sont spécialisées dans certains produits bénéficient de services plus efficaces que les autres. Il faudra donc tenir compte de ces facteurs et appliquer, à la lumière de la section relative à l'environnement commercial général, un coefficient de pondération approprié pour faire un classement national.

---

<sup>9</sup>/ Source : Exportations des petites et moyennes entreprises des pays en développement, Centre du commerce international CNUCED/OMC, Genève, 1993.

<sup>10</sup>/ "Recommandations et principes directeurs pour l'efficacité commerciale" (TD/SYMP.TE/2).

26. L'enquête permettra d'analyser non pas l'efficacité des secteurs eux-mêmes, mais ce qu'en pensent les entreprises. Ses résultats contribueront cependant à l'analyse des secteurs, notamment en donnant aux principaux acteurs des renseignements sur les opinions des entreprises et en les amenant à expliquer ce qui motive ces opinions.

27. L'enquête sera menée auprès d'un échantillon d'entreprises, soit par correspondance (pour toucher davantage d'entreprises), soit par interrogatoire individuel (le nombre d'entreprises est alors plus restreint), mais uniquement si l'on peut être sûr de la qualité et du niveau des réponses.

#### **1. Approche par secteur**

##### a) Douanes

28. Dans la plupart des cas, l'entreprise n'a pas eu à traiter directement avec l'administration des douanes et elle a probablement fait appel aux services d'un transitaire (à l'exportation) ou d'un commissionnaire en douanes (à l'importation). Elle connaît cependant par expérience les conséquences que peuvent avoir les procédures et les règles de dédouanement, notamment celles qui concernent les renseignements ou les documents à fournir. La moindre erreur faite par l'entreprise ou par le courtier peut entraîner des retards et des frais supplémentaires.

29. Pour évaluer l'opinion des entreprises sur les douanes, le questionnaire pourrait porter, entre autres, sur les points suivants : accès aux services de transitaires et de commissionnaires/courtiers en douanes et qualité de ces services; documents exigés pour le dédouanement; durée moyenne de la procédure de dédouanement; retards subis et coût de ces retards; incidence des règlements douaniers sur les possibilités commerciales; clarté des prescriptions de l'administration des douanes.

##### b) Transports

30. L'opinion des entreprises sur le coût des services de transport, sur leur contribution à l'efficacité commerciale et sur leur accessibilité variera sans doute en fonction de la destination ou de l'origine des marchandises et du mode de transport utilisé. En ce qui concerne l'accès aux différentes destinations internationales, le transport aérien recueillera sans doute plus d'opinions favorables que les transports routier ou maritime. L'opinion des entreprises sur les services de transport peut aussi varier selon qu'elles se trouvent à proximité d'un port ou d'un aéroport ou dans des zones rurales ou éloignées; il sera donc important de noter, à des fins de pondération, à quel endroit se trouve l'entreprise par rapport aux prestataires de services.

31. Les entreprises jugeront l'efficacité des services de transport principalement sous l'angle de leur régularité et de leur fiabilité et sous celui de leur coût. Le questionnaire portera donc, entre autres, sur les points suivants : disponibilité des services; accessibilité de l'infrastructure; coût du transport; possibilité de souscrire une assurance maritime et coût de cette assurance; possibilité d'obtenir des informations, notamment suivi des marchandises.

c) Services bancaires et assurances

32. Les besoins exprimés par les entreprises seront fonction de leur connaissance des différents aspects des services bancaires et des services d'assurance et de l'expérience qu'elles ont eue de leur efficacité dans le cadre de leurs opérations commerciales. Leurs préoccupations premières seront vraisemblablement l'accessibilité et le coût du financement du commerce, de l'assurance-crédit et des instruments de paiement. Les obstacles au commerce résultant, par exemple, du rationnement des devises et du contrôle des changes, seront probablement mis au premier plan dans bon nombre de PMA et de pays en développement. Dans les pays où le système commercial est plus développé, la question de l'accès à des produits modernes de financement du commerce et de gestion des risques occupera une place plus importante.

33. Pour connaître l'opinion des entreprises sur les services bancaires et les assurances et déterminer la connaissance qu'elles ont de ces questions, l'enquête portera principalement sur les points suivants : possibilité d'accès aux différents produits de financement du commerce et d'assurance-crédit et aux instruments de paiement et de gestion des risques et coût de ces produits; accès à l'information sur la solvabilité; questions monétaires, notamment taux de change et opérations en devises; effets du contrôle des changes (le cas échéant) et de la réglementation bancaire; gamme et qualité des services bancaires; utilisation des systèmes modernes de transmission de l'information entre institutions financières.

d) Pratiques commerciales/facilitation du commerce

34. Les entreprises, en particulier celles qui commencent à exporter, comptent généralement beaucoup sur les prestataires de services comme les banques ou les transitaires pour les informer des pratiques ayant cours dans le commerce international. La connaissance des règles et des normes internationales (comme les Incoterms <sup>11</sup>) et l'utilisation de documents normalisés laissent généralement à désirer. Cette lacune est attestée par la façon dont les contrats de vente sont négociés et par les conflits de procédure que cela occasionne. Il arrive, par exemple, que les Incoterms utilisés ne reflètent pas exactement les intentions de l'acheteur et du vendeur en ce qui concerne la répartition des coûts et des responsabilités lors de la livraison des marchandises.

35. Le commerce électronique contribue à la facilitation du commerce, mais son utilisation dépend des possibilités d'échanges électroniques entre les prestataires de services (par exemple, transmission électronique des déclarations en douane). S'il existe un pôle commercial dans le pays, la gamme des services de facilitation du commerce qu'il fournit donne une idée des possibilités d'utilisation du commerce électronique.

36. Pour permettre de déterminer dans quelle mesure les entreprises connaissent les pratiques commerciales, le questionnaire comportera les points suivants : connaissance des Incoterms, des RUU 500, d'EDIFACT, de la

---

<sup>11</sup>/ Incoterms 1990, publication de CCI No 460  
[http://itl.irv.uit.no/trade\\_law/documents/sales/incoterms/nav/inc.html](http://itl.irv.uit.no/trade_law/documents/sales/incoterms/nav/inc.html).

Formule-cadre des Nations Unies pour les documents commerciaux, etc.; application des normes internationales dans les opérations commerciales; connaissance des partenaires commerciaux; perception de la procédure commerciale en général; interaction des entreprises et des prestataires de services; et taux d'erreurs dans les documents entraînant des retards.

37. Pour permettre de déterminer dans quelle mesure les entreprises peuvent faciliter le commerce en recourant à des pratiques efficaces et comment elles perçoivent le commerce électronique, le questionnaire comportera les points suivants : connaissance des pôles commerciaux; utilisation des pôles commerciaux ou de systèmes de commerce électroniques analogues; degré d'initiation à l'informatique et volonté de recourir au commerce électronique; accès au commerce électronique et degré de facilitation du commerce par des moyens électroniques.

e) Information commerciale

38. De nombreuses petites et moyennes entreprises estiment que l'impossibilité d'avoir accès à une information commerciale appropriée est le principal obstacle qui les empêche de tirer parti des débouchés à l'exportation. A cela s'ajoutent des problèmes de disponibilité, de sélection et de normalisation internationale, qui les empêchent d'interpréter convenablement l'information et de l'exploiter aux fins de leurs opérations commerciales. La diffusion de l'information commerciale dépend dans une large mesure de la capacité et des moyens dont disposent les organismes de promotion du commerce. Il se peut que certains secteurs aient plus largement accès à l'information que d'autres et que les entreprises ne sachent pas quel genre d'informations elles pourraient obtenir localement ou au niveau international.

39. Pour connaître l'opinion des entreprises sur la disponibilité et la qualité de l'information commerciale et l'incidence du manque d'information sur leurs résultats, des questions seront posées sur les points suivants : connaissance des organismes ou des services diffusant l'information commerciale; qualité et coût de l'information; degré d'utilisation des sources d'information électroniques; connaissance des différentes sources d'information internationales.

f) Télécommunications

40. L'importance des télécommunications pour le commerce international est attestée par le fait que les différents services liés au commerce reposent de plus en plus sur ce mode de communication. L'existence d'une infrastructure et de services de télécommunication influe donc sur l'accès des entreprises à l'information et sur leur capacité de communiquer avec leurs clients et leurs prestataires de services. Il est important aussi que les entreprises aient accès aux services Internet pour pouvoir utiliser le commerce électronique. Les pays qui ne sont pas connectés au réseau risquent d'être encore plus marginalisés au moment où se développe le commerce électronique.

41. Les entreprises ont une idée précise des services de télécommunication dont elles ont besoin pour leurs opérations commerciales et l'usage qu'elles en font varie selon le type de service. On cherchera à savoir dans quelle mesure les entreprises connaissent les usages des télécommunications pour le

commerce international, si elles ont accès à ces services et si elles les jugent importants pour leurs affaires. Les questions à poser seront notamment les suivantes : quels services de télécommunication sont actuellement disponibles; dans quelle mesure l'entreprise les utilise-t-elle et de quelle façon; l'entreprise a-t-elle accès à Internet; les réseaux internationaux, comme le réseau de pôles commerciaux, sont-ils utilisés pour le commerce; les services contribuant à l'efficacité commerciale, comme les services bancaires et les transports, sont-ils accessibles par des moyens électroniques <sup>12</sup>.

## **2. Enquête sur l'opinion des partenaires commerciaux au sujet de l'efficacité commerciale d'un pays**

42. Le choix des participants à cette enquête sera difficile car les entreprises refusent en général de donner des renseignements sur leurs partenaires commerciaux et ces derniers risquent d'être peu disposés à participer. Il faut donc s'attendre à ce que l'échantillon soit assez restreint, par conséquent, les renseignements obtenus devront être considérés comme des observations générales, ne reflétant pas les vues de l'ensemble des partenaires commerciaux.

43. Dans cette enquête, il faudra faire clairement la distinction entre les partenaires commerciaux qui importent du pays considéré et ceux qui exportent vers ce pays. Les premiers n'auront sans doute pas rencontré beaucoup d'obstacles car, si tel avait été le cas, ils se seraient simplement tournés vers d'autres sources (à moins que ce pays ne soit le seul fournisseur du produit qu'ils importent). Selon toute vraisemblance, leurs observations porteront principalement sur le secteur des transports, car la disponibilité et la qualité des services de transport influent sur la rapidité des livraisons et les coûts. La possibilité d'obtenir des informations sur le pays cible est aussi un facteur important (information sur les fournisseurs, par exemple).

44. Pour ce qui est des exportateurs, il faut s'attendre à ce que leurs observations portent sur tous les secteurs clefs contribuant à l'efficacité commerciale, dans la mesure où ils ont eu recours d'une façon ou d'une autre à leurs services. La sécurité des paiements et la réglementation en la matière sont au coeur de leurs préoccupations; viennent ensuite les questions douanières - niveau des droits de douane, prescriptions en matière de licences d'importation, etc. - et le problème de la qualité des services de transport. Les exportateurs préfèrent en général traiter avec des pays ayant une bonne cote de crédit, où le coût de l'assurance-crédit n'est pas trop élevé et où ils peuvent compter sur les établissements financiers pour faciliter les paiements. Les douanes influent sur la capacité de l'exportateur d'accéder à un marché et d'y être compétitif; si elles sont inefficaces ou corrompues, elles constituent un obstacle majeur au commerce.

45. Un questionnaire sera établi à la lumière de ces considérations et sera distribué par voie postale.

---

<sup>12</sup>/ CNUCED, "Télécommunications, facilitation du commerce et efficacité commerciale. Principales incidences de l'infrastructure mondiale de l'information (GII) sur le commerce et le développement" (TD/B/COM.3/EM.3/2).



**IV. TROISIEME ETAPE - EVALUATION DES SIX SECTEURS CLEFS  
CONTRIBUANT A L'EFFICACITE COMMERCIALE**

46. Le degré d'efficacité de l'un des secteurs clefs influe sur les autres secteurs et, partant, sur l'efficacité commerciale globale d'un pays. Il peut être mesuré à l'aide d'indicateurs propres à ce secteur ou sur la base des avis des agents économiques opérant dans ce secteur et dans les autres. Il faut déterminer qui il convient d'interroger dans chaque cas, quels renseignements sont nécessaires pour l'évaluation et auprès de quelles sources ils peuvent être obtenus.

**1. Douanes**

47. Les douanes jouent un rôle clef dans le commerce international puisqu'elles sont chargées, par la loi, de contrôler le mouvement des marchandises aux frontières. Le caractère interventionniste des fonctions douanières est, par la force des choses, une source de divergence entre les services des douanes et les entreprises, qui se soucient avant tout de livrer ou de recevoir rapidement les marchandises au moindre coût. En tant qu'organisme d'Etat, les douanes doivent mettre en oeuvre la politique gouvernementale et ce que le gouvernement attend d'elles influe sur la façon dont elles s'acquittent de leurs fonctions. Si la tâche de l'administration des douanes est avant tout de percevoir des taxes et de mettre en application des mesures protectionnistes, il risque de lui être difficile de ne pas ériger d'obstacles au commerce normal.

48. Du fait de l'évolution rapide de l'environnement commercial international, les douanes sont confrontées à de nouveaux défis, dont beaucoup sont dus à des facteurs externes sur lesquels elles n'ont guère de prise. En particulier, le volume des échanges a fortement augmenté; les moyens de transport plus rapides sont apparus; les entreprises ont des exigences accrues, notamment en raison du développement de la production en flux tendus, et le champ des activités douanières s'est étendu à des domaines comme la protection des droits de propriété intellectuelle, la prévention des risques liés aux déchets toxiques et la protection des espèces menacées d'extinction. Face à la nécessité d'améliorer l'efficacité commerciale, les administrations douanières ont en général pris les devants en recourant plus largement aux technologies de l'information, en insistant sur la formation du personnel et en appliquant des techniques de gestion des risques.

49. Pour évaluer l'efficacité commerciale des douanes, il faut examiner leur fonctionnement au regard du rôle que leur assigne le gouvernement de leur capacité d'exécution, de leur niveau d'efficacité actuel et de la façon dont elle fonctionne relativement aux autres secteurs clefs.

50. Les éléments indiquant quel rôle le Gouvernement assigne à l'administration douanière sont notamment la part des recettes douanières dans les recettes publiques totales, l'étendue de la mise en oeuvre, par les autorités, des Accords du Cycle d'Uruguay, le niveau moyen des droits de douane, le fait que la douane est chargée ou non de percevoir les taxes, la nature et le niveau des taxes à percevoir, et le nombre et la nature des organismes gouvernementaux au nom desquels elle intervient (ministères de l'agriculture, de la santé, etc.).

51. Les éléments donnant des indications sur la capacité de l'administration des douanes sont notamment le niveau et l'expérience du personnel de direction (nombre d'années de service, nombre de directeurs aux différents échelons), le taux d'encadrement et le déploiement du personnel de direction, le nombre d'employés et leur déploiement, les qualifications requises pour entrer dans l'administration des douanes, l'ampleur de la formation assurée (formation théorique et formation en cours d'emploi).

52. Les éléments donnant des indications sur le niveau d'efficacité actuel d'une administration douanière sont notamment la durée des différentes opérations de dédouanement (mode de transport/objet du dédouanement, etc.), le nombre d'étapes de la procédure, le nombre de documents exigés, le degré d'automatisation de la procédure de dédouanement et l'efficacité de cette automatisation (par exemple, faut-il réintroduire des données à un moment donné), le fait que l'administration autorise ou non le dédouanement avant l'arrivée des marchandises, et le degré de sophistication des techniques de gestion des risques auxquelles elle a recours.

53. Les éléments donnant des indications sur le fonctionnement des douanes relativement aux autres secteurs clefs sont notamment la clarté de leurs objectifs pour les tiers, la disponibilité et la qualité des services de courtage en douane, le degré de coopération entre les douanes et les courtiers, la connaissance et la compréhension des règlements douaniers par les courtiers et les entreprises, la coopération avec les autres secteurs - autorités portuaires, transporteurs, banques, etc. -, l'existence de comités de facilitation du commerce et le degré de coopération avec les administrations douanières des autres pays, notamment sous forme d'échange de données.

54. Les acteurs qu'il conviendrait d'interroger sont la direction et le personnel des douanes, les courtiers en douane (commissionnaires et transitaires), les organisations professionnelles (chambres de commerce), les associations de transitaires et de commissionnaires en douane, les entreprises et les fonctionnaires responsables du commerce extérieur.

## **2. Transports**

55. L'amélioration des techniques de transport a joué un rôle important dans la croissance du commerce mondial. Il est généralement admis que le transport n'est pas un obstacle au commerce dans la plupart des pays développés et dans nombre de nouveaux pays industriels d'Asie du Sud-Est. Dans ces régions, les services de transport sont largement disponibles, de bonne qualité et d'un bon rapport coût-efficacité. En revanche, dans un grand nombre de pays en développement et pays les moins avancés, ils semblent extrêmement inefficaces et sont souvent le principal obstacle à l'accroissement de la compétitivité internationale des entreprises. Si ces pays sont généralement bien desservis par air et par mer, les problèmes commencent une fois que l'opérateur international a remis les marchandises à l'opérateur local. La compétitivité d'un pays liée aux transports dépend donc de l'existence et de la qualité de l'infrastructure et des installations locales, de l'existence d'opérateurs de transport et d'intermédiaires offrant des services de qualité, de l'accès à l'information, de la coordination entre les intervenants et de la réglementation. Ces facteurs influent sur le coût du produit final, sur la fiabilité des livraisons et sur la sécurité des marchandises, affectant ainsi la capacité concurrentielle des entreprises sur le marché mondial.

56. Pour évaluer l'efficacité commerciale du secteur des transports, il faut examiner séparément chaque mode de transport (route, rail, air et mer) relativement aux différentes formes de transport (vrac, divers et conteneurs). Il faut s'attendre à ce que ces modes et formes de transport donnent des résultats différents, et d'ailleurs, ils fonctionnent bien souvent de façon totalement indépendante. Par exemple, le transport de vrac nécessite généralement des installations ferroviaires et portuaires spécialisées de bout en bout et, comme cela représente des investissements très importants, cette forme de transport est beaucoup plus efficace que le transport de conteneurs. L'évaluation consistera, premièrement, à déterminer dans quelle mesure le secteur coordonne ses activités avec celles des autres secteurs, deuxièmement, à identifier l'infrastructure disponible, troisièmement, à recenser les opérateurs de transport et les services intermédiaires, quatrièmement, à analyser le coût et l'efficacité de la chaîne de transport en fonction des différents besoins (par exemple, exportateur-conteneur maritime, importateur-conteneur maritime, exportateur-fret aérien, etc.) et, cinquièmement, à analyser la réglementation des transports et son incidence sur l'efficacité du secteur.

57. Les éléments donnant des indications sur le degré de coordination nationale sont notamment l'existence de comités de facilitation du commerce, la composition et le statut de ces comités, et l'existence d'autres associations, tels que conseils de chargeurs ou associations de transitaires.

58. Les éléments donnant des indications sur l'infrastructure sont notamment le nombre de ports et d'aéroports, les installations portuaires, l'infrastructure routière et ferroviaire disponible (en km), et les installations de transbordement.

59. Les éléments donnant des indications sur la disponibilité des opérateurs de transport et des services intermédiaires sont notamment le nombre et le type d'opérateurs, leur statut privé ou public, la présence d'opérateurs internationaux, la taille des entreprises et le nombre et le type de services intermédiaires.

60. Des indications sur l'efficacité en termes de coût et de temps peuvent être obtenues notamment par une étude des coûts du transport (par exemple, par conteneurs de 6 mètres à l'exportation), par une comparaison internationale des redevances ferroviaires et portuaires, par un inventaire des coûts et des temps de transit moyens et par une comparaison des coûts f.o.b./c.a.f.

61. Les éléments donnant des indications sur les incidences de la réglementation sont notamment le degré d'harmonisation de la réglementation des transports routiers entre pays voisins, les conditions d'immatriculation, le niveau des taxes et le degré de protection des opérateurs publics.

62. Les acteurs à consulter au sujet du secteur des transports sont notamment les pouvoirs publics, les autorités portuaires et aéroportuaires, les comités de facilitation du commerce, les associations de transporteurs, les entreprises de transport et les prestataires de services intermédiaires, les commerçants, les chambres de commerce et les opérateurs internationaux desservant le pays considéré.

### 3. Services bancaires et assurances

63. Le secteur des services bancaires et financiers est le plus complexe de tous les secteurs contribuant à l'efficacité commerciale. Chaque jour, des milliards de dollars sont transférés électroniquement entre les pays, et la plupart des banques internationales sont reliées entre elles par le réseau de la SWIFT (Société de télécommunications interbancaires mondiales). Grâce à cette faculté d'interconnexion, les grandes banques et les grandes compagnies d'assurance internationales peuvent offrir aux exportateurs et aux importateurs, où qu'ils se trouvent, un large éventail de services de financement du commerce. Toutefois, dans bon nombre des pays en développement et des pays les moins avancés, ces services ne sont offerts que par quelques grandes sociétés/organismes parapublics/multinationales dont le chiffre d'affaires et la notation satisfont aux conditions des institutions internationales. Les petites et moyennes entreprises, en particulier dans les PMA, ne peuvent traiter qu'avec des établissements locaux dont beaucoup ne sont pas convenablement notés par les agences internationales et font partie d'un secteur où le taux de faillite est élevé. Le financement local du commerce est généralement onéreux (taux d'intérêt élevés) et la gamme des produits offerts est restreinte. Pour ce qui est de l'assurance-crédit, généralement obligatoire, les mécanismes nationaux se sont souvent avérés inefficaces, les assurés étant rarement indemnisés.

64. Cet état de choses nuit gravement à l'efficacité commerciale d'un pays, en ce sens que les PME paient les crédits commerciaux et l'assurance-crédit plus cher que leurs homologues des pays développés, pour un service de moins bonne qualité. Bien souvent, elles n'ont pas accès à des techniques de financement comme l'affacturage ou l'affacturage à forfait, ou à des outils de gestion des risques comme les contrats à terme sur devises; elles sont aussi désavantagées par certains règlements officiels, comme le contrôle des changes. En somme, face à leurs concurrentes des pays développés, elles doivent consacrer une part plus importante de leurs recettes à l'acquisition de services financiers sans pour autant être protégées contre tous les risques liés au commerce international.

65. Afin d'évaluer les capacités d'un pays dans les domaines du financement du commerce et de l'assurance, il faudra examiner l'infrastructure dont il dispose dans le secteur des banques et des assurances, la gamme des produits offerts, leurs coûts et la qualité des services.

66. Les éléments donnant des indications sur l'état de l'infrastructure locale sont notamment le nombre et la taille des banques et des sociétés d'assurances opérant dans le pays, les établissements publics et privés s'occupant de financement du commerce et d'assurance ou de garantie du crédit, le statut local ou étranger des sociétés, les taux d'insolvabilité, la notation internationale des banques et la densité et l'utilisation des services d'assurances.

67. Les éléments donnant des indications sur les différents types de produits disponibles sont notamment la gamme des produits offerts (lettres de crédit, contrats à terme sur devises, financement avant ou après expédition), les produits d'assurance disponibles (assurance-crédit à l'exportation), et les mécanismes publics de garantie du crédit à l'exportation. Pour évaluer leur importance, on utilisera autant que possible des données chiffrées (montants des prêts, exportations couvertes, primes, etc.).

68. Les éléments donnant des indications sur les coûts et la qualité des services financiers liés au commerce sont notamment les coûts des produits proposés par les banques et les sociétés d'assurances, les taux d'intérêt en vigueur, les taux de change, les écarts entre les taux perçus sur les PME et sur les grandes sociétés, les conditions à remplir pour bénéficier des services, le niveau d'acceptabilité international et règlement des demandes d'indemnisation.

69. Les acteurs à interroger seront notamment la banque centrale, les banques d'import-export (le cas échéant), les banques et les sociétés d'assurances locales et étrangères opérant dans le pays, les courtiers d'assurance et le Ministère du commerce (s'il propose des mécanismes de garantie du crédit à l'exportation).

#### **4. Information commerciale**

70. Pour être présent et compétitif sur les marchés internationaux, il est essentiel d'avoir accès à des informations commerciales valables. Dans la plupart des pays développés, les services d'information commerciale et d'intelligence économique sont largement répandus, de même que les compétences requises pour leur utilisation. Les associations professionnelles et les chambres de commerce dans ces pays ont normalement les moyens de répondre aux besoins en matière d'information de leurs membres et l'information y est généralement diffusée de manière efficace. Par contre, dans la majorité des pays en développement et des PMA, l'information est non seulement d'un accès plus difficile, mais aussi et surtout mal exploitée. Il existe un déséquilibre entre l'offre et la demande en raison d'une mauvaise diffusion de l'information et du coût élevé d'une information de qualité et des compétences nécessaires à son utilisation. On peut constater, par exemple, que de grandes multinationales implantées dans ces pays ont accès au système d'information interne de leur société mère, établie dans un pays développé, alors que les PME doivent le plus souvent s'en remettre aux organismes publics de promotion des exportations. Une des principales raisons données par de nombreuses PME à qui on a demandé pourquoi elles n'exportaient pas était qu'elles ne disposaient pas d'une information économique suffisante et fiable sur le marché international (connaissance des besoins des acheteurs, stratégie des concurrents, fixation des prix, réseaux de commercialisation, etc.). Même des informations commerciales d'ordre général telles que les statistiques du commerce sont souvent difficiles à obtenir ou, lorsqu'elles sont disponibles, elles ne sont généralement pas à jour et ne sont pas considérées comme fiables.

71. La méthode d'évaluation de l'efficacité commerciale permettra d'évaluer l'état de l'information commerciale, à savoir : sa disponibilité, sa diffusion (géographique et dans le temps), les coûts liés à son obtention, sa validité et la capacité des entreprises de l'utiliser. Il importera également de déterminer dans quelle mesure le pays considéré a fait appel à une aide internationale dans ce domaine, par exemple aux services du Centre du commerce international (CCI).

72. Les indicateurs de la disponibilité de l'information commerciale sont notamment les suivants : nombre d'établissements fournissant des informations commerciales, type d'information fournie (par exemple, statistiques

commerciales, descriptifs de pays, renseignements sur des produits particuliers), services proposés par ces établissements (par exemple, en matière de recherche), projets internationaux entrepris dans le pays (CCI, etc.).

73. Les indicateurs de la diffusion de l'information sont les suivants : situation géographique des établissements proposant des services d'information, modalités de diffusion de l'information (électronique, papier, etc.), fraîcheur de l'information et délais de réponse d'un établissement à une demande de renseignement.

74. Les indicateurs mesurant le coût de l'information sont notamment les suivants : existence ou non de système d'abonnement/adhésion, le cas échéant montant des frais d'adhésion, frais éventuels liés à certains types d'information, frais moyens de consultation, etc.

75. Les indicateurs de la fiabilité de l'information sont les suivants : type de demandes faites par des entreprises, taux de relance, proportion de plaintes, modes de présentation de l'information, pourcentage de demandes d'information commerciale aboutissant à des contrats fermes, etc.

76. Enfin, les indicateurs mesurant l'existence des compétences nécessaires à l'utilisation de l'information commerciale sont les suivants : qualifications du personnel des établissements d'information, programmes et séminaires de formation proposés, taux de participation à ces programmes ou séminaires, etc.

77. Les acteurs à interroger dans le secteur de l'information commerciale sont les suivants : organismes de promotion des exportations, chambres de commerce, ministère du commerce, consultants, associations professionnelles, membres (usagers) et organisations internationales présentes dans le pays (par exemple, personnel du CCI).

##### **5. Facilitation du commerce/pratiques commerciales**

78. Par facilitation du commerce, on entend la rationalisation systématique des procédures, des flux d'information et de la documentation. L'efficacité de ce secteur dépend donc de l'interaction des autres secteurs d'efficacité commerciale pendant le traitement d'une commande d'exportation ou d'importation. Par exemple, les interventions des secteurs des douanes, des transports, des services bancaires et des assurances dans toute transaction commerciale internationale doivent s'intégrer en un flux harmonieux et rapide d'informations communiquées au moyen de documents ou de messages électroniques présentés selon les règles et procédures locales et/ou internationales. Une information inexacte ou incomplète peut entraîner pour le négociant des retards coûteux. Les procédures commerciales sont donc des activités, des pratiques et des formalités intervenant dans la collecte, la présentation, la communication et le traitement des données nécessaires au mouvement des marchandises et à leur paiement. Une mauvaise conception des documents, la complexité de leur traitement, des communications insuffisantes et une mauvaise gestion sont autant de facteurs d'inefficacité commerciale.

79. Au niveau international, on s'est efforcé de rationaliser, de normaliser et de simplifier les procédures commerciales internationales, afin d'élaborer des pratiques commerciales efficaces, comprises et acceptées par tous les pays. Des organisations internationales y ont contribué, par exemple la Chambre de commerce internationale, l'Organisation des Nations Unies, l'Organisation mondiale des douanes et l'Organisation internationale de normalisation (ISO). Toutefois, les effets positifs de ces règles, normes et procédures internationales sont souvent neutralisés par la législation et les réglementations nationales, par l'ignorance des négociants, par la complexité des procédures et des contrôles commerciaux locaux (particulièrement de la part des administrations douanière et portuaire), par l'existence d'obstacles non tarifaires, etc.

80. La méthode proposée permettra d'évaluer le niveau d'efficacité dans le domaine de la facilitation du commerce en déterminant : 1) le degré de coordination de la facilitation du commerce au niveau national; 2) la connaissance qu'ont les secteurs liés au commerce et les entreprises des normes, des règles et des procédures internationales; 3) le processus commercial, selon qu'il s'agit d'importations ou d'exportations, le mode de transport et le mode de paiement utilisé - par exemple, la procédure commerciale sera probablement plus rationnelle pour le transport aérien de marchandises vendues en compte ouvert que pour le transport maritime de marchandises vendues avec crédit documentaire; les procédures d'importation et d'exportation varieront probablement elles aussi; 4) l'importance du commerce électronique.

81. Les indicateurs qui mesurent le degré de facilitation du commerce au niveau national sont : la présence d'organismes de facilitation du commerce, leur statut juridique, leur composition et le degré d'application au niveau sectoriel de leurs recommandations.

82. Les indicateurs mesurant la connaissance que les intervenants ont des normes, des règles et des procédures internationales sont notamment l'utilisation des codes ISO dans la documentation, l'élaboration de la documentation (Formule-cadre des Nations Unies), l'application des Incoterms, l'emploi des règles EDIFACT pour les messages électroniques.

83. Les indicateurs mesurant l'efficacité des procédures commerciales sont les suivants : études documentaires des diverses procédures commerciales, selon qu'il s'agit d'exportations ou d'importations, modes de transport et de paiement utilisés.

84. Les éléments donnant des indications sur l'importance du commerce électronique sont notamment l'utilisation sectorielle de l'EDI et le taux d'utilisation de services EDI/Internet entre les entreprises et les prestataires de services.

85. Les acteurs à interroger pour le secteur considéré sont ceux qui interviennent dans les cinq autres secteurs liés au commerce, ainsi que les entreprises et les organisations internationales.

## 6. Télécommunications

86. Les télécommunications jouent un rôle central par rapport aux autres secteurs d'efficacité commerciale, car elles fournissent l'infrastructure nécessaire à une transmission ou à un traitement efficace de l'information. L'importance des télécommunications dans le contexte de l'efficacité commerciale apparaît d'autant plus évidente que le commerce électronique devrait devenir l'un des principaux moyens d'échange à l'avenir. Il est essentiel de disposer d'une bonne infrastructure de télécommunications pour pouvoir exploiter les nombreuses et nouvelles applications (par exemple, Internet) permettant aux entreprises d'élargir leurs débouchés commerciaux internationaux. Dans les pays développés, l'infrastructure de télécommunications et les possibilités d'accès à des services à valeur ajoutée sont telles que les entreprises de ces pays profitent déjà pleinement d'une infrastructure mondiale de l'information (GII) qui contribue à accroître leur compétitivité internationale. En revanche, les pays en développement et les PMA n'y ont pas aussi facilement accès, et si rien n'est fait pour améliorer radicalement les choses, la marginalisation de leurs entreprises ne pourra que s'aggraver.

87. Pour que la méthode proposée permette d'évaluer l'influence du secteur des télécommunications sur l'efficacité commerciale et sur la compétitivité internationale d'un pays, il faudrait mesurer : 1) le degré d'accès aux infrastructures et aux services de télécommunications; 2) la qualité de ces infrastructures et services; 3) l'offre disponible de services à valeur ajoutée; 4) l'utilisation des télécommunications à des fins commerciales; et 5) les coûts liés à l'utilisation des télécommunications à des fins commerciales par rapport à d'autres pays.

88. Les indicateurs de l'accès aux infrastructures de télécommunications sont les suivants : densité de postes téléphoniques et de micro-ordinateurs, répartition géographique des lignes téléphoniques, délai moyen pour l'obtention d'une ligne, existence de réseaux cellulaires et d'infrastructures de télécommunications par satellite, etc.

89. Les indicateurs de la qualité des télécommunications sont les suivants : proportion d'équipements numériques et d'équipements analogiques, possibilités d'accès à des communications par satellite, type d'infrastructure (par exemple, fibres optiques ou fils de cuivre), application des protocoles internationaux (par exemple, recommandation X.400), etc.

90. Les indicateurs de l'offre disponible de services à valeur ajoutée sont les suivants : nombre de prestataires de services (par exemple, Internet, services de réseau à valeur ajoutée, réseaux cellulaires, opérateurs à rappel automatique), types de services à valeur ajoutée disponibles (par exemple, courrier électronique, vidéoconférences, factures détaillées), etc.

91. Les indicateurs de l'utilisation des applications des télécommunications dans le domaine commercial sont notamment le taux d'utilisation d'Internet à des fins commerciales (par exemple, services de commercialisation), le nombre d'utilisateurs de l'EDI, le taux d'utilisation du télécopieur, du courrier électronique ou du télex, etc.



92. Les indicateurs mesurant le coût des télécommunications sont : le coût par unité (locale et internationale), le coût d'installation des lignes, le coût de la location de lignes, le coût d'accès à Internet, etc.

93. Les acteurs à interroger sont : le ministère des télécommunications, les prestataires de services de télécommunication (téléphone, technologie cellulaire), les prestataires de services Internet, les universités, les concepteurs et les distributeurs de logiciels, les entreprises, les banques et les grandes sociétés utilisant ces services.

#### **V. QUATRIEME ETAPE - MISE EN OEUVRE DE LA METHODE D'EVALUATION DE L'EFFICACITE COMMERCIALE ET RESULTATS ESCOMPTEES**

##### **1. Lancement de l'évaluation**

94. Tout Etat membre intéressé devrait adresser une demande officielle au secrétariat de la CNUCED. Il devrait également s'engager à respecter les objectifs de l'évaluation et à fournir une assistance locale (par exemple, personnel, informations, etc), ainsi que les autorisations nécessaires. Un appui local est essentiel, tout comme la participation des organes compétents au comité local d'évaluation. La mission d'évaluation serait approuvée sous réserve de l'obtention d'un financement pour le projet.

##### **2. Caractéristiques de l'évaluation**

95. L'évaluation devrait en principe durer six mois. Les étapes en sont expliquées dans le calendrier d'activités (tableau 1). La première phase aurait deux grands objectifs, à savoir :

- L'évaluation de l'environnement commercial général;
- La constitution d'un comité ou groupe local d'évaluation.

96. Un expert de la CNUCED serait nécessaire pour mener à bien cette première phase et sa mission durerait environ deux semaines. Il établirait une évaluation détaillée de l'environnement commercial général sur laquelle s'appuieront les deuxième et troisième phases.

97. La deuxième phase de l'évaluation consisterait à recenser les besoins des entreprises au moyen :

- D'une enquête par correspondance auprès d'un échantillon relativement large d'entreprises, essentiellement de PME;
- D'entretiens avec un certain nombre d'entreprises représentatives de l'échantillon de l'enquête.

98. Trois experts de la CNUCED seraient nécessaires; leur mission durerait quatre semaines environ. Il s'agirait de spécialistes des transports, de la facilitation du commerce et des douanes pour le premier, des services bancaires et des assurances pour le deuxième, et des télécommunications et de l'information commerciale pour le troisième. Ils élaboreraient ensemble le questionnaire de l'enquête et aideraient à la réalisation des entretiens avec

les entreprises. L'objectif serait d'obtenir une évaluation quantitative des appréciations portées par les entreprises sur les six secteurs d'efficacité commerciale. Au terme de chacune des phases, le comité local d'évaluation serait consulté sur les progrès accomplis.

99. La troisième phase consisterait à évaluer l'efficacité commerciale des six secteurs au moyen :

- D'entretiens avec tous les acteurs compétents dans chacun des secteurs;
- De recherches documentaires, d'études et d'analyses.

100. Les trois experts choisis pour la deuxième phase participeraient à la troisième phase. Une bonne partie des activités de recherche et d'identification des acteurs aurait été réalisée pendant la deuxième phase, de même que l'analyse des six secteurs, chaque expert travaillant sur ses secteurs de compétence. L'objectif de la troisième phase serait d'obtenir une évaluation quantitative des opinions et des informations quant au niveau d'efficacité commerciale de chaque secteur.

101. Pour la quatrième phase, l'équipe d'experts serait étoffée d'un statisticien. Toutes les informations seraient regroupées et feraient l'objet d'une analyse statistique. Le résultat escompté serait :

- Le regroupement des résultats de l'évaluation;
- L'indexation des six secteurs aux fins de comparaisons internationales;
- Un résumé des conclusions (qualitatif);
- L'élaboration de recommandations.

102. Il s'agirait là du résultat final de l'évaluation et, à ce stade, l'Etat membre serait consulté sur les recommandations formulées et les solutions possibles.

### **3. Résultats attendus de l'évaluation de l'efficacité commerciale**

103. Les résultats attendus de l'évaluation de l'efficacité commerciale seraient les suivants :

- Un rapport détaillé sur les conclusions de l'évaluation;
- Un résumé des conclusions;
- L'indexation des six secteurs aux fins de comparaisons internationales;
- Une série de recommandations et de solutions adaptées aux besoins de l'Etat membre considéré;

- Un programme de sensibilisation passant par la diffusion des conclusions de l'évaluation auprès des parties intéressées dans le pays;
- La constitution d'un organe permanent et local de facilitation du commerce qui continuerait d'analyser l'efficacité commerciale et superviserait l'application des recommandations (à cette fin, des cours de formation et des financements publics pourraient être nécessaires).

#### **4. Application des résultats de l'évaluation de l'efficacité commerciale**

104. L'Etat membre entreprendrait, en collaboration avec l'organe local de facilitation du commerce et la CNUCED, l'élaboration d'un plan conforme aux recommandations de l'évaluation. Il s'engagerait à procéder à une nouvelle évaluation à une date ultérieure et s'efforcerait d'améliorer son indice d'efficacité commerciale dans l'intervalle. On peut envisager, lorsqu'un nombre suffisant de pays auront fait l'objet d'une évaluation, la publication de cet indice, qui sera un élément de référence important pour les investisseurs internationaux.

**Tableau 1 : CALENDRIER D'ACTIVITES**

ACTIVITE	1er mois	2ème mois	3ème mois	4ème mois	5ème mois	6ème mois
<b>Première phase (un expert de la CNUCED)</b>						
<b>Environnement commercial général</b>						
Recherche documentaire	XXX					
Mission I		XXX				
Désignation de partenaires locaux		XXX				
Première réunion du comité local d'évaluation			X			
Projet de rapport sur l'environnement commercial général		XXX				
<b>Deuxième phase (trois experts de la CNUCED)</b>						
<b>Enquête auprès des entreprises</b>						
Elaboration du questionnaire			XX			
Etablissement de la liste des destinataires			XX			
Envoi du questionnaire			X			
Echantillon de personnes à interroger			XX			
Entretiens avec des entreprises (Mission II)			XXXXXXXX			
Deuxième réunion avec le comité local d'évaluation			X			
Analyse statistique de l'enquête					XXXXXX	
<b>Troisième phase (trois experts de la CNUCED)</b>						
<b>Analyse des six secteurs liés au commerce</b>						
Elaboration d'un questionnaire pour chaque secteur			XXXX			
Recensement des acteurs pour chaque secteur			XXXX			
Entretiens avec les acteurs (Mission II)			XXXXXXXX			
Troisième réunion avec le comité local d'évaluation				X		
Analyse statistique des résultats des entretiens					XXXXXX	
<b>Quatrième phase (quatre experts de la CNUCED)</b>						
<b>Analyse des résultats et élaboration des conclusions</b>						
Regroupement des résultats						XXX
Elaboration des conclusions						
Indexation						XXX
Recommandations						XXX

-----