



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

Distr.
GENERALE

TD/B/COM.3/10
2 octobre 1997

FRANCAIS
Original : ANGLAIS

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

INFRASTRUCTURE DES SERVICES POUR LE DEVELOPPEMENT
ET EFFICACITE COMMERCIALE

Rapport du secrétariat de la CNUCED

TABLE DES MATIERES

	<u>Paragraphes</u>
INTRODUCTION	1 - 4
I. NOUVEAUX SERVICES POUR LE DEVELOPPEMENT	5 - 33
1. Contexte	5 - 17
2. Mesures concrètes	18 - 26
3. Résultats escomptés et incidences sur le développement	27
4. Perspectives et priorités	28 - 33
II. EFFICACITE COMMERCIALE	34 - 71
1. Stratégie	34 - 56
2. Aspects juridiques du programme relatif aux pôles commerciaux	57 - 63
3. Coopération interinstitutionnelle dans le domaine de l'efficacité commerciale	64 - 70
4. Evaluation de l'efficacité commerciale	71

INTRODUCTION

1. A sa première session, tenue du 20 au 24 janvier 1997, la Commission des entreprises, de la facilitation du commerce et du développement a procédé à un échange de vues approfondi sur le point 4 de l'ordre du jour, intitulé "Infrastructure des services pour le développement et efficacité commerciale", à la lumière de la documentation et des exposés présentés par le secrétariat à ce sujet. Elle a jugé important de poursuivre les travaux concernant l'infrastructure des services pour le développement et l'efficacité commerciale qui avaient été demandés dans le "Partenariat pour la croissance et le développement" (TD/B/378), en se fondant sur la Déclaration ministérielle de Colombus. Dans ses conclusions concertées, elle a souligné que les travaux du secrétariat dans les secteurs étudiés (télécommunications, transports, services douaniers, banques et assurances, pratiques commerciales et facilitation du commerce, information commerciale, transport en transit, mise en valeur des ressources humaines et questions juridiques) devraient être menés de façon intégrée, afin de maximaliser les économies d'échelle et la synergie entre ces activités. La Commission a ainsi arrêté les orientations et les priorités du programme de travail du secrétariat jusqu'à sa deuxième session.

2. La Commission a demandé au secrétariat d'établir une évaluation du programme relatif aux pôles commerciaux (y compris de l'interfonctionnement desdits pôles), une note d'information fondée sur une analyse coûts-avantages des moyens concrets d'assurer la protection juridique du nom et du logo des pôles ainsi que de leur réseau mondial, et un rapport intérimaire jetant les bases de l'évaluation de l'efficacité commerciale. Elle a également souligné qu'il importait que la CNUCED poursuive et resserre sa coopération avec d'autres organismes des Nations Unies et avec les institutions spécialisées, et a prié le secrétariat de lui faire rapport sur l'étendue de cette coopération.

3. La Commission a aussi décidé d'examiner, à sa deuxième session, la contribution que l'infrastructure des services peut apporter au secteur parallèle ainsi qu'au développement des micro-entreprises. Etant donné qu'elle abordera la question pour la première fois, la première partie du présent document fait le point des activités menées par le secrétariat de la CNUCED dans ce domaine.

4. La deuxième partie du présent document traite des quatre autres questions relevant du même point de l'ordre du jour de la Commission, à savoir : 1) la stratégie d'efficacité commerciale; 2) les aspects juridiques du programme relatif aux pôles commerciaux; 3) la coopération interinstitutionnelle en matière d'efficacité commerciale; 4) l'évaluation de l'efficacité commerciale. La stratégie des pôles commerciaux et le dernier bilan de leurs activités sont exposés de manière plus détaillée dans un document distinct, intitulé Trade Point Review. Les méthodes d'évaluation de l'efficacité commerciale sont examinées dans le document TD/B/COM.3/10/Add.1.

I. NOUVEAUX SERVICES POUR LE DEVELOPPEMENT

"... L'objectif sera d'aider un plus grand nombre de pauvres, dans le monde entier, à profiter des chances qui s'offrent et des perspectives qui s'améliorent, en instaurant des conditions plus favorables à l'investissement national et international, à la création d'emplois et à un développement dont la population sera le moteur et le coeur."

Kofi Annan, Secrétaire général de l'Organisation des Nations Unies

1. Contexte

5. Dans son Rapport sur le développement humain 1996, le PNUD estime qu'un tiers de la population mondiale - 1,3 milliard de personnes - vit dans la pauvreté. Les pauvres gagnent généralement leur vie dans ce que l'on appelle le "secteur parallèle", ce qui est à la fois un risque et une chance pour le développement. Un risque car il ne faudrait pas qu'ils soient condamnés à l'exclusion sociale dans une économie mondialisée qui est dominée par les lois du marché et où les mots d'ordre sont concurrence, profit, efficacité, savoir et technologie. Une chance car les pauvres représentent une force productive latente qui peut être un facteur important de croissance. L'énergie inhérente à cette force, qui trouve sa source dans la lutte pour la survie, ne doit pas être sous-estimée.

6. Les micro-entreprises, par leur flexibilité et la rapidité avec lesquelles elles exploitent les possibilités de croissance, s'affirment de plus en plus comme un outil important de lutte contre la pauvreté. Pour se développer, elles ont besoin de services d'appui appropriés au niveau local - services consultatifs, aide à la commercialisation, formation, services financiers tels que le crédit, l'épargne et l'assurance, etc. Or, dans les pays en développement, ces services sont actuellement limités et ne répondent pas aux besoins particuliers des micro-entreprises. Voilà pourquoi de nombreuses micro-entreprises, qui pourraient devenir des sources de revenus et d'emploi, ne décollent jamais.

"Plus de 500 millions de pauvres économiquement actifs dans le monde gèrent des micro-entreprises ou de petites entreprises rentables, mais moins de 2 % d'entre eux ont accès à des sources de fonds autres que les prêteurs".

Groupe consultatif d'aide aux populations les plus pauvres

7. Le secrétariat a recensé les domaines dans lesquels la CNUCED a un avantage comparatif et peut contribuer **concrètement** à satisfaire les besoins du secteur parallèle. Elle s'emploie notamment à promouvoir l'organisation d'un marché microfinancier international, question traitée dans le présent document. D'autres mesures propices au développement d'une infrastructure de services pour le secteur parallèle - création de pôles micro-économiques, mise en place de mécanismes de micro-assurance - sont actuellement à l'étude et, une fois expérimentées, seront portées à la connaissance de la Commission.

8. Bien que des ONG et des organisations internationales aient lancé de nombreuses initiatives en faveur du microcrédit, les fonds consacrés à celui-ci (dont plus de 50 % proviennent de donateurs) sont modestes et vont même diminuant (selon le rapport du Comité d'aide au développement de l'OCDE, le montant net de l'APD a fléchi de 14 % en valeur réelle de 1992 à 1995), alors que la demande ne cesse d'augmenter (les besoins potentiels sont estimés à 120 milliards de dollars des Etats-Unis). Il faudrait donc que les prestataires de services de microcrédit aient accès à des fonds privés et aux marchés internationaux de capitaux.

9. La création au Luxembourg d'un fonds privé spécialisé dans les micro-investissements, annoncée à la neuvième session de la Conférence par le Gouvernement luxembourgeois, montre bien que la CNUCED peut inciter le secteur privé à participer au financement durable du microcrédit destiné au secteur parallèle.

10. Afin de lutter contre la pauvreté, les gouvernements des pays en développement se sont efforcés, pendant des dizaines d'années, de développer le crédit et de le drainer vers le plus grand nombre par le biais de banques de développement et d'autres programmes subventionnés. Des études montrent néanmoins que, malgré l'importance des subventions versées, les banques de développement se heurtent à des problèmes d'insolvabilité et de liquidité, et ne réussissent guère à toucher les bénéficiaires visés, c'est-à-dire les particuliers dépourvus de garantie ou ayant un revenu inférieur à la moyenne.

11. Leur échec est dû en partie à la mise en oeuvre de mécanismes traditionnels de prêt sur un marché où les besoins individuels sont modestes, la sélection et le suivi des dossiers onéreux et le recouvrement difficile. Les emprunteurs offrent peu de garanties, les coûts de transaction sont élevés et il est souvent impossible de se faire rembourser en raison des contraintes politiques ou du manque de motivation des responsables bancaires. L'absence d'infrastructure complémentaire, notamment de services d'assurance, n'aide guère à résoudre les problèmes de défaut de paiement.

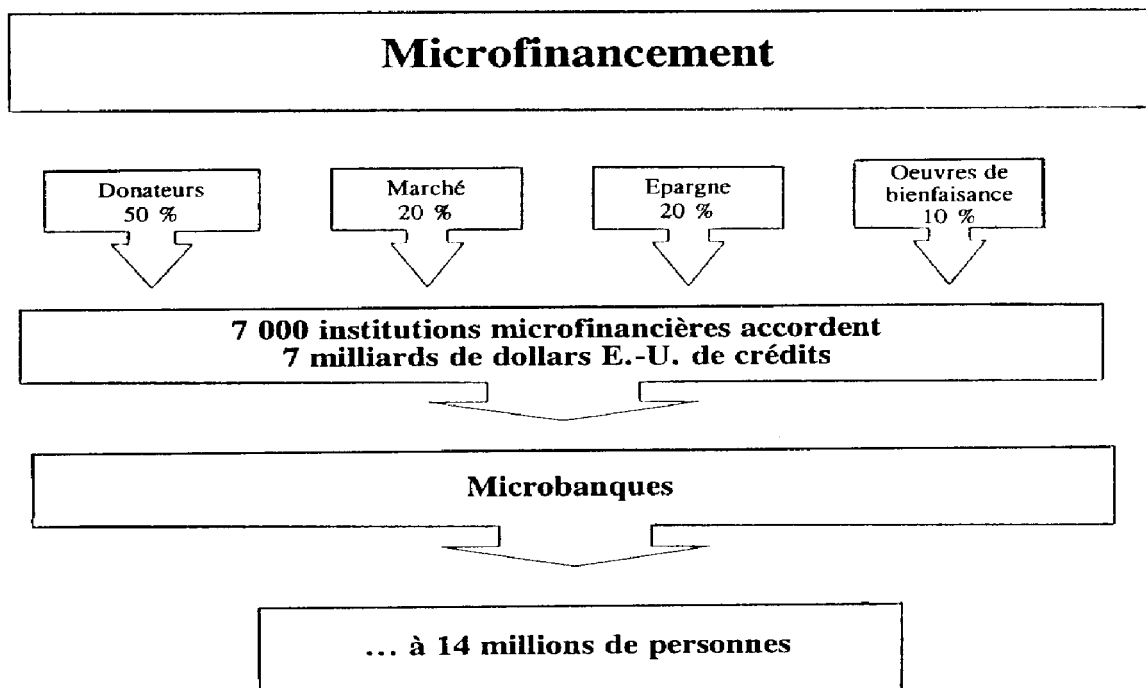
12. De nombreuses idées et initiatives novatrices visant à répondre aux besoins du secteur parallèle ont été lancées au niveau local par le secteur privé et par des ONG (souvent en raison de la désillusion causée par le fiasco du secteur public). Une de ces initiatives porte sur le microcrédit. Celui-ci consiste essentiellement à accorder aux micro-entreprises des prêts de faible montant aux conditions du marché, par l'intermédiaire d'institutions microfinancières gérées comme des établissements commerciaux. On s'accorde désormais à penser qu'il offre aux gens un moyen précieux de financer leurs projets économiques, de gagner leur vie et de sortir de la pauvreté.

13. Le Sommet de Washington sur le microcrédit, organisé en février 1997, par une ONG et parrainé par plusieurs fondations privées, a réuni plus de 2 900 personnes originaires de 137 pays. Il a abouti au lancement d'une campagne visant à proposer à 100 millions de familles parmi les plus pauvres du monde, en particulier aux femmes qui les composent, des crédits leur permettant d'exercer un travail indépendant, ainsi que d'autres services financiers et économiques, d'ici à 2005. Les participants au Sommet ont évalué

les besoins de financement à 21,6 milliards de dollars des Etats-Unis, dont près de 10 milliards devront provenir de l'épargne des pauvres et des marchés commerciaux.

14. Il existe aujourd'hui dans le monde environ 7 000 institutions microfinancières spécialisées dans les prêts de faible montant aux micro-entrepreneurs. L'attrait de ces prêts est tel que la demande de microcrédits a connu une croissance exponentielle et que les institutions microfinancières doivent trouver des sources de financement autres que l'aide au développement, qui est en stagnation, et les prêts assortis de conditions favorables, qui sont limités. Par ailleurs, les marchés de capitaux et en particulier les investisseurs ayant la fibre sociale sont intéressés par de nouvelles possibilités d'investissement.

15. Bien qu'elles soient encore nombreuses à dépendre de dons, les institutions microfinancières se tournent de plus en plus vers le secteur privé pour se procurer des fonds aux conditions du marché. Le problème est que ces établissements opèrent en dehors du secteur bancaire officiel et, souvent, ne peuvent pas satisfaire aux critères établis par les marchés traditionnels de capitaux.



"Les fonds de pension et autres fonds qui se multiplient dans le Nord disposent actuellement de près de 12 000 milliards de dollars E.-U."

Marshall Carter - Money Matters Institute

Figure 1

Il n'empêche que les institutions microfinancières affichent généralement des taux de remboursement élevés (95 à 98 %) et opèrent dans un secteur à forte croissance. Elles sont nombreuses à se soucier de plus en plus de leur viabilité financière, en réalisant des économies d'échelle ainsi qu'en appliquant des taux d'intérêt et en prélevant des frais correspondant au coût réel du crédit.

16. Dès lors qu'elles ont obtenu de bons résultats et prouvé leur capacité de recouvrer leurs créances, la plupart des institutions microfinancières devraient pouvoir lever des fonds sur les marchés de capitaux, pour financer leur développement. Celles qui l'ont fait ont constaté que cette méthode était moins lourde et moins restrictive que de solliciter des dons. De plus, les prêts rendent les institutions microfinancières plus indépendantes et leur permettent d'accéder à des sources de financement plus vastes.

17. Si on facilite l'accès des institutions microfinancières aux marchés internationaux, si on les aide à satisfaire aux critères voulus pour y lever des fonds et, dans le même temps, si on offre de nouvelles possibilités de placement aux investisseurs internationaux, il sera possible de drainer, de manière durable, des capitaux du secteur privé des pays développés vers le secteur privé des pays en développement.

2. Mesures concrètes

"... les capitaux privés constituent désormais, à n'en point douter, le moteur du développement."

Kofi Annan

18. Dans le domaine considéré, la CNUCED agit en partant de la base et non du sommet. Au lieu d'élaborer des "plans directeurs" et de faire appel aux gouvernements et aux institutions, il s'agit de proposer directement, au niveau local, des services financiers aux pauvres qui sont exclus de la vie économique.

19. Conformément aux principes qui guident sa stratégie, la CNUCED doit :

- a) S'attacher à trouver des solutions concrètes;
- b) Recenser et mettre à profit les meilleures pratiques et les meilleurs exemples;
- c) Oeuvrer de concert avec la société civile, notamment les organisations communautaires, le secteur privé, les entreprises locales et les pouvoirs publics;
- d) Jouer le rôle de catalyseur;
- e) Promouvoir l'adoption de mécanismes de marché.

20. Le principal objectif du programme est d' **attirer les investisseurs privés vers le microfinancement, ce qui est jugé indispensable pour assurer la viabilité à long terme du marché du microcrédit et pour toucher les millions de personnes vivant dans la pauvreté.**

21. Le fonds privé de la Banque internationale luxembourgeoise (BIL), créé à l'initiative de la CNUCED pour réaliser des investissements microfinanciers, a apporté aux marchés internationaux de capitaux la preuve que l'on peut faire confiance aux pauvres. D'autres fonds du même type devraient voir le jour, ce qui entraînera une augmentation du montant - et, partant, une diminution du coût - des crédits pouvant être accordés aux pauvres. Par leur réussite, ils convaincront les investisseurs privés, en particulier ceux qui ont la fibre sociale, non seulement de l'existence de possibilités d'investissement, mais aussi de l'utilité sociale des nouveaux marchés que représentent les services financiers aux pauvres.

22. L'investissement de capitaux privés sur le marché inexploité, mais prometteur, des microprêts passe en particulier par l'information des investisseurs et des gestionnaires de fonds qui doivent notamment pouvoir évaluer les risques. A l'heure actuelle, il n'existe pas de normes ni de critères permettant d'évaluer le degré de risque des investissements dans des institutions microfinancières. Le secrétariat s'efforce de combler les lacunes en matière d'information, ainsi que de faire mieux connaître et de promouvoir le marché microfinancier.

23. Les activités menées à cette fin sont exposées ci-après :

a) **Recherche de bénéficiaires potentiels des investissements**

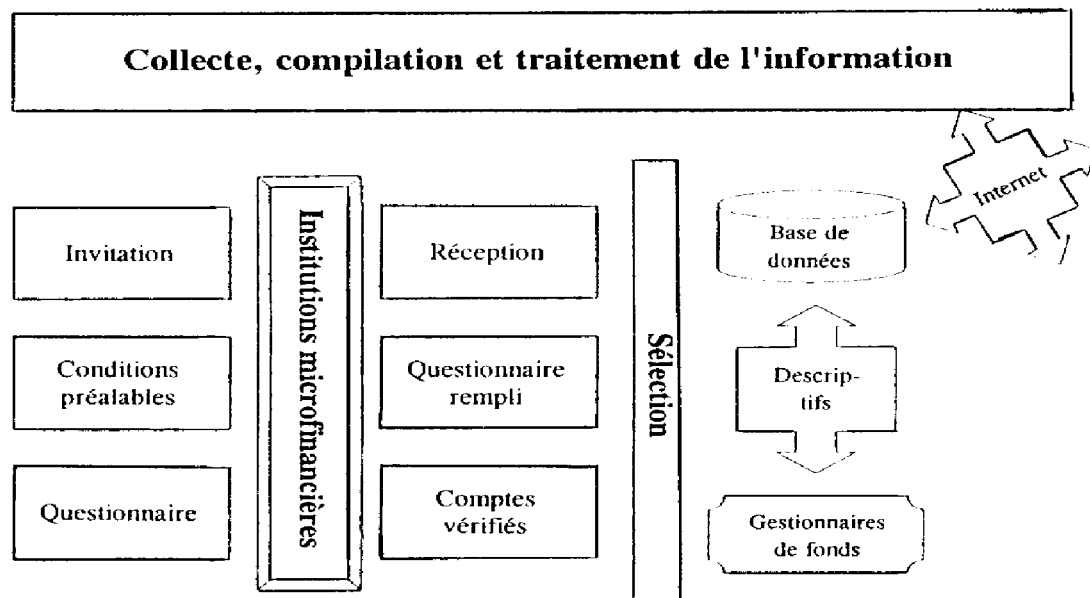


Figure 2

24. En coopération avec d'autres organisations internationales, des banques de développement, des organismes donateurs, des collectivités locales, des ONG et des sociétés privées d'investissement, le secrétariat de la CNUCED a entrepris une enquête sur les microbanques du monde entier, en vue de recenser les bénéficiaires potentiels de fonds privés d'investissement et les instruments d'investissement appropriés. Il s'agit :

- i) De rassembler des informations sur les institutions microfinancières;
- ii) De procéder à une sélection préliminaire des institutions microfinancières intéressées et d'établir des fiches récapitulatives;
- iii) De créer une base de données microfinancières qui comprendrait les éléments suivants :
 - Un inventaire des microbanques à la recherche de capitaux privés;
 - Des renseignements sur les investisseurs et fonds internationaux intéressés;
 - Des données sur la législation et la fiscalité de chaque pays dans le domaine des investissements microfinanciers;
- iv) De mettre en place un site microbancaire sur Internet, permettant d'accéder à toutes les informations susmentionnées;
- v) De rechercher des instruments viables de financement de la dette et de titrisation;
- vi) De faire connaître les meilleures pratiques des établissements de microcrédit en matière de prêt et de limitation des défauts de paiement.

b) Etudes financières

25. Les renseignements recueillis auprès des microbanques souhaitant lever des capitaux privés seront utilisés pour définir des normes et critères sectoriels qui permettront aux prêteurs ou aux investisseurs potentiels d'évaluer ces établissements. Des propositions seront ensuite faites en vue de mettre en place des mécanismes locaux ou internationaux de garantie.

Enquête sur les institutions microfinancières

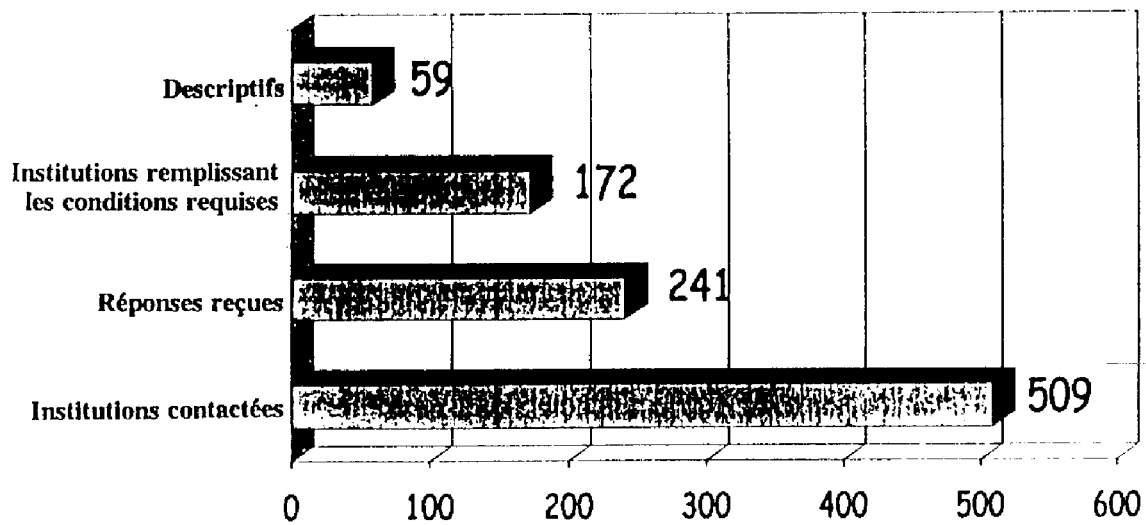


Figure 3

26. Voici le point de la situation :

- Une méthode a été élaborée afin de recenser les institutions microfinancières intéressées;
- Des questionnaires ont été établis afin de recueillir des informations auprès des institutions microfinancières;
- Un premier critère de sélection a été établi;
- En collaboration avec la BIL et son gestionnaire de fonds, une fiche récapitulative a été mise au point pour mesurer la crédibilité institutionnelle et financière des institutions microfinancières et permettre la comparaison;
- Une base de données contenant des informations sur 600 institutions microfinancières de 15 pays a été constituée;
- Les informations relatives à 60 institutions microfinancières ont été analysées et résumées dans des fiches récapitulatives;
- Des missions ont été envoyées auprès de 50 institutions microfinancières et les meilleurs outils d'investissement ont été étudiés : obligations, titres garantis par des actifs, créances garanties par des compagnies d'assurance ou d'autres personnes, etc.;

- Une étude préliminaire du cadre juridique et fiscal de 15 pays a été achevée.

3. Résultats escomptés et incidences sur le développement

27. Grâce à ces mesures, un lien direct devrait être établi entre les investisseurs privés et les institutions microfinancières des pays en développement, donnant ainsi naissance à un marché porteur qui servira les intérêts des pauvres. Les institutions microfinancières devraient ainsi disposer de davantage de fonds et pouvoir prêter à un plus grand nombre de micro-entrepreneurs potentiels : ceux-ci ne sont actuellement que 2 % environ à avoir accès au crédit. Grâce à ces prêts, les micro-entreprises pourront embaucher de la main-d'oeuvre supplémentaire, ce qui aura un effet multiplicateur. Enfin et surtout, tout cela aura des conséquences directes et positives sur la vie des gens.

4. Perspectives et priorités

28. Les résultats obtenus par le secrétariat, en collaboration étroite avec le secteur privé et les ONG, en vue de promouvoir la création d'un marché microfinancier international donnent à penser qu'il est possible de faire appel aux investisseurs privés internationaux pour financer le microcrédit dans les pays en développement.

29. La demande de microcrédits et autres services offerts par les institutions microfinancières augmente de 30 % par an, selon certaines estimations, et des investisseurs privés souhaiteraient participer à des opérations utiles sur le plan social. Toutefois, l'infrastructure est encore insuffisante pour permettre la rencontre de cette demande et de cette offre.

30. Pour qu'un marché microfinancier voie le jour, il faut, au minimum, disposer : d'informations sur les objectifs, les instruments et les mécanismes d'investissement; de normes sectorielles permettant d'évaluer et de comparer la solvabilité des institutions microfinancières; d'un cadre juridique et fiscal national favorable. Les renseignements nécessaires doivent être organisés et accessibles aux investisseurs et aux institutions microfinancières cherchant à lever des fonds. Afin de garantir la transparence du marché et de jeter les bases d'une concurrence loyale, tous les investisseurs intéressés doivent pouvoir accéder à l'information sur un pied d'égalité et toutes les microbanques devraient pouvoir être représentées sur le marché.

31. De plus, afin de permettre aux investisseurs de réduire leurs risques dans toute la mesure possible et de diversifier leur portefeuille, il est nécessaire d'élargir la sphère d'investissement. Pour cela, il faut aider les établissements susceptibles d'attirer des fonds à convaincre les investisseurs potentiels.

32. Les efforts entrepris jusqu'à présent doivent être étayés par les activités d'assistance technique ci-après, que le secrétariat, fort de ses compétences et de l'expérience acquise, est à même de mener à bien :

- a) Renforcement des capacités :
 - Formation des institutions microfinancières à la mobilisation de fonds sur les marchés internationaux de capitaux;
 - Assistance à la mise au point et à l'installation de systèmes automatisés de gestion du microcrédit pour les institutions microfinancières intéressées;
- b) Mise en relation d'investisseurs privés internationaux et d'institutions microfinancières :
 - Mise en place d'un marché microfinancier virtuel grâce à Internet;
 - Organisation de réunions et d'ateliers réels et virtuels rassemblant des investisseurs internationaux, des gestionnaires de fonds et des institutions microfinancières au niveau national, régional ou international;
- c) Instruments d'investissement microfinancier :
 - En collaboration avec les partenaires locaux, les autorités financières compétentes et les investisseurs, recensement des instruments d'investissement et des mécanismes de titrisation les mieux adaptés, tels que les obligations ou les billets à ordre garantis par des portefeuilles de prêts.

33. Compte tenu des questions, des actions et des priorités susmentionnées, le secrétariat pourrait poursuivre sa collaboration étroite avec les ONG et le secteur privé pour favoriser l'organisation d'un marché microfinancier international. Les incidences de ces travaux sur les lois et règlements nationaux pourraient être présentées à la Commission, afin qu'elle les examine et fasse éventuellement des recommandations.

II. EFFICACITE COMMERCIALE

1. Stratégie

34. Une stratégie est un ensemble de mesures qui permet d'accomplir une mission. Dans le domaine de l'efficacité commerciale, la mission de la CNUCED découle directement de son mandat, à savoir remédier à une situation que la Conférence, à sa neuvième session, a résumé en ces termes : " *L'absence de services efficaces et transparents liés au commerce, tels que douanes, transports, banques et assurances, télécommunications ou information commerciale, freine considérablement l'intégration des pays en développement et de certains pays en transition dans le commerce international et représente à la fois un formidable risque d'exclusion et un défi par rapport à l'économie*

mondiale en gestation" ¹. Ce mandat lui a été donné parce qu'elle peut concilier harmonieusement travaux analytiques, directifs et pratiques.

35. La stratégie de la CNUCED en matière d'efficacité commerciale devrait lui permettre de mener à bien ses divers programmes et d'obtenir des résultats concrets qui puissent être évalués. Elle devrait englober les éléments suivants : effets escomptés de l'efficacité commerciale (analyse comparative); définition des produits et production; positionnement sur le marché et promotion; gestion des projets; plan d'action (pour assurer la viabilité financière des produits à long terme); priorités immédiates. Ces éléments sont présentés ci-après sous une forme schématique.

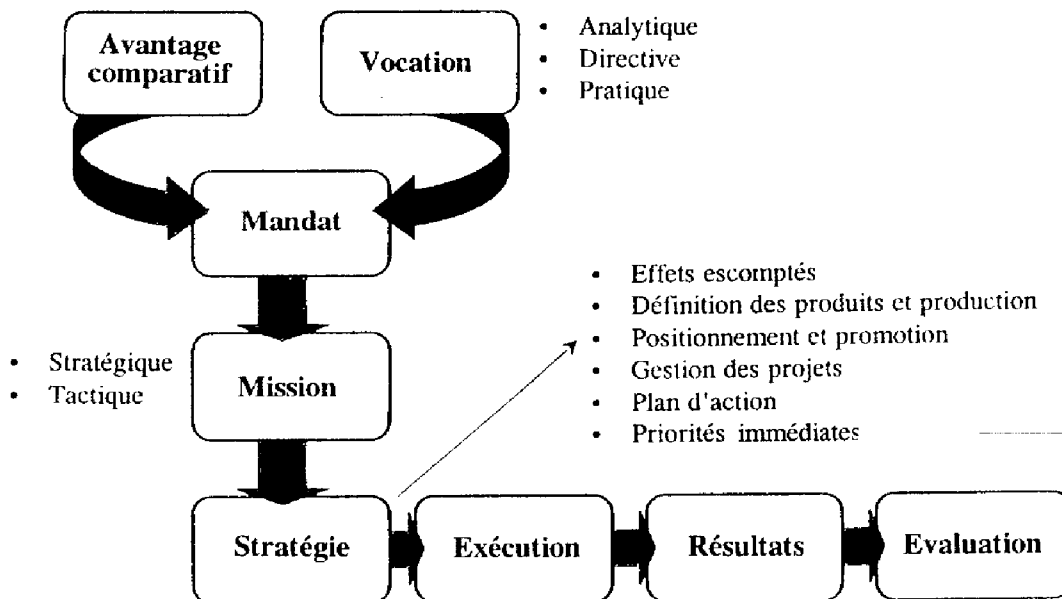


Figure 4

a) La démarche

36. Les efforts de la CNUCED dans le domaine de l'efficacité commerciale sont caractérisés par la priorité constante accordée à l'obtention de résultats concrets et mesurables, le but étant d'aider les pays membres, leurs entreprises et leurs administrations à mieux importer et exporter.

37. Présenté aux Etats membres de la CNUCED en 1991, le programme pour l'efficacité commerciale a été approuvé officiellement par la Conférence à sa huitième session (Carthagène (Colombie), mars 1992) et a été renforcé par les conclusions du Symposium des Nations Unies sur l'efficacité commerciale (Columbus (Ohio), octobre 1994) et de la neuvième session de la Conférence (Midrand (Afrique du Sud), mai 1996). L'essor rapide et la notoriété croissante du programme relatif aux pôles commerciaux ont quelque peu éclipsé

¹"Un partenariat pour la croissance et le développement" (TD/370).

les autres aspects de la stratégie. La présente section décrit cette stratégie ainsi que les priorités pour les années à venir.

Bases analytiques

38. La théorie commerciale est rapidement passée d'une conception "statique" à une conception "dynamique" de l'avantage comparatif. Une nouvelle vague d'innovations techniques convergentes (en particulier dans le secteur des télécommunications et de l'informatique) a mis en branle une véritable révolution industrielle. Cette révolution, à la différence des deux précédentes qui découlaient de découvertes concernant l'emploi de la matière et de l'énergie, se caractérise par une nouvelle utilisation du temps et de l'espace.

39. Ces changements ont d'importantes conséquences pour le commerce et le développement. En particulier, l'idée d'une division internationale du travail fondée sur la théorie des avantages comparatifs peut être envisagée dans une nouvelle optique. La "formulation moderne" de cette théorie (dite HOS, initiales de ses trois principaux auteurs : Hecksher, Ohlin et Samuelsson) repose sur une série d'hypothèses comme l'uniformité de l'information dont disposent les acteurs et le coût négligeable des transactions et du transport, hypothèses qui n'ont jamais été aussi près de se réaliser. L'action de la CNUCED dans le domaine de l'efficacité commerciale repose en particulier sur les considérations suivantes :

- Le bon usage de l'informatique peut sensiblement abaisser les coûts de transaction dans le commerce international;
- Pareille diminution profitera aux acteurs de moindre envergure, comme les pays en développement, et en particulier à leurs petites et moyennes entreprises;
- Pour porter leurs fruits, les efforts doivent être axés non seulement sur les transactions commerciales proprement dites, mais encore sur tous les services connexes (douanes, transports, banques et assurances, facilitation du commerce, information commerciale et télécommunications).

Aspects directifs

40. Au fur et à mesure que progressaient les travaux analytiques sur l'efficacité commerciale, il est devenu manifeste qu'ils auraient des conséquences importantes du point de vue directif. La stratégie pour l'efficacité commerciale aura sûrement des effets positifs dans au moins trois domaines :

- Le renforcement des moyens d'action des petits acteurs (en particulier des PME) encouragera les pouvoirs publics à donner un rang de priorité plus élevé aux entreprises dans la conception et la mise en oeuvre de la politique commerciale, ce qui pourrait avoir une influence sensible sur les stratégies de diversification ainsi que sur les efforts d'intégration régionale;

- Une prise de conscience de l'importance vitale des services d'appui au commerce, et en particulier des télécommunications en tant qu'"infrastructure pour la compétitivité", incitera le secteur public et le secteur privé à se tenir au courant de l'évolution des techniques d'information et à redoubler d'efforts pour ne pas rester en marge de la nouvelle "économie mondiale réticulée";
- Une idée plus claire des conséquences que pourrait avoir l'amélioration des pratiques commerciales, ainsi que du rôle de l'informatique dans ce domaine, influera sur l'attitude de nombreux pays en développement face aux "nouveaux thèmes" de négociation multilatérale, car ils seront mieux à même de prendre une part active et constructive aux discussions.

Aspects pratiques et spécificité des travaux de la CNUCED dans le domaine de l'efficacité commerciale

41. En secondant la Commission des entreprises, de la facilitation du commerce et du développement et ses réunions d'experts, la Division de l'infrastructure des services pour le développement et de l'efficacité commerciale offre aux Etats membres la possibilité d'obtenir des renseignements récents et d'échanger des données d'expérience sur l'efficacité commerciale. Sur le terrain, elle aide les pouvoirs publics et les entreprises à accroître l'efficacité des services d'appui au commerce et, partant, du commerce lui-même, principalement dans le cadre de ses programmes d'assistance technique - système d'information anticipée sur les marchandises (SIAM), système douanier automatisé (SYDONIA), programme relatif aux pôles commerciaux - et de programmes de formation comme TRAINMAR et TRAINFORTRADE. En outre, la CNUCED mettant l'accent sur l'obtention de résultats concrets dans les Etats membres, ses travaux dans le domaine de l'efficacité commerciale présentent des caractéristiques qui lui permettent de collaborer plus étroitement avec des partenaires non traditionnels, notamment dans le secteur privé.

b) Premier exemple concret : le programme SYDONIA

Contexte

42. Le SYDONIA vise à simplifier l'application, l'harmonisation et la normalisation des régimes douaniers en ce qui concerne non seulement l'importation et l'exportation, mais encore le mouvement des marchandises. Il repose sur l'idée que les techniques d'information peuvent grandement accroître le rôle des services douaniers dans la facilitation du commerce et dans la perception de recettes fiscales. Le but est de permettre aux Etats membres de faire de cette possibilité une réalité économique.

43. Le contexte dans lequel s'inscrit le programme SYDONIA est complexe. Les administrations douanières doivent se réformer, se moderniser, sortir de leur "cocon" et prendre des risques, en rivalisant parfois avec le secteur privé et en établissant des partenariats avec nombre de ceux qu'elles considéraient auparavant comme des adversaires. Le SYDONIA pourrait sonner le glas de la corruption née d'intérêts personnels ou institutionnels et de la

recherche du profit. Il arrive cependant que les priorités politiques soient dictées par des considérations à court terme et que l'on ne mesure pas l'importance d'une réforme douanière durable, domaine dans lequel le SYDONIA peut jouer un grand rôle. Il faut pourtant aller de l'avant et venir à bout des lourdeurs d'un appareil administratif qui n'est pas habitué aux exigences de dynamisme, de rapidité et de compétitivité du commerce moderne. Le SYDONIA doit être constamment amélioré pour accroître l'efficacité des services douaniers, dans l'intérêt des importateurs et des exportateurs.

Eléments de la stratégie

44. Effets escomptés. En dotant les administrations douanières d'outils appropriés, le SYDONIA peut 1) favoriser grandement la réforme des douanes; 2) faciliter les échanges et accroître l'efficacité commerciale. Des résultats concrets devraient être obtenus dans les domaines suivants : formalités plus rapides (dédouanement, par exemple) et plus efficaces (inspection "sélective" des marchandises, etc.), diminution de la corruption et des pratiques "parallèles", adoption générale de normes internationales pour les formalités et la documentation douanières.

45. Définition et évolution du produit. Créé au début des années 80, le SYDONIA est devenu un système ouvert et pleinement intégré pour la gestion et la réforme des douanes. Son logiciel, unique en son genre, est constamment actualisé à l'aide des techniques d'analyse et de programmation les plus perfectionnées, et sa facilité d'emploi en fait un instrument adaptable à toutes sortes de pays, grands ou petits, quel que soit leur niveau de développement. Depuis le lancement du programme de la CNUCED pour l'efficacité commerciale, il est possible de relier le SYDONIA à d'autres systèmes de gestion de l'information intéressant le commerce international, notamment ceux du SIAM et du programme relatif aux pôles commerciaux.

46. Positionnement et promotion. En tant que système ouvert, très souple et intégré pour la réforme et la gestion des douanes, le SYDONIA soutient actuellement bien la concurrence. Ses débuts prometteurs dans de petits pays d'Afrique avaient cependant d'abord donné l'impression qu'il s'agissait d'un "système pour les petits pays"; son application récente dans des pays de taille moyenne comme la Roumanie ou les Philippines a heureusement aidé à corriger cette impression, et le produit est maintenant mieux positionné. Il a également fallu faire comprendre que le SYDONIA n'était pas un simple "produit logiciel", et le promouvoir en tant qu'"outil de réforme et de gestion". Les efforts devront être poursuivis dans ce sens. Une synergie accrue avec les programmes concernant l'efficacité commerciale et les pôles commerciaux aidera à atteindre cet objectif.

47. Gestion des projets et plan d'action. L'équipe du SYDONIA, basée à Genève, passe beaucoup de temps en mission sur le terrain. Il convient donc d'accorder une attention particulière à la préparation et au compte rendu des missions. A cet égard, priorité devrait être donnée : 1) à la mise en place de services d'appui efficaces; 2) à l'étude des centres d'appui régionaux et de leurs relations avec Genève; 3) au transfert de connaissances, aux utilisateurs et aux centres d'appui régionaux, selon des directives précises. Du point de vue financier, il importe : 1) compte tenu des travaux accomplis à ce jour sur la question, d'étudier et de proposer des méthodes

novatrices pour financer le programme SYDONIA, qui soient acceptables pour l'ONU, les donateurs et les utilisateurs; 2) d'envisager en particulier d'établir des partenariats avec le secteur privé, d'utiliser le surcroît de recettes douanières attribuables au SYDONIA et d'obtenir un financement à long terme de l'ONU ou de donateurs; 3) d'étudier des possibilités comme la sous-traitance de certains services, d'évaluer les coûts véritables et d'établir une politique de tarification réaliste, en faisant notamment payer pour l'utilisation des logiciels ainsi que pour les services d'appui centraux et régionaux.

Priorités (mission tactique)

48. Les priorités immédiates en ce qui concerne le développement et la viabilité du SYDONIA sont les suivantes :

- Favoriser le commerce des pays en développement en supprimant les obstacles à l'importation et à l'exportation et améliorant les services douaniers;
- Mettre au point, produire et fournir des produits de haute qualité que certains pays n'auraient sinon pas les moyens d'acquérir, tout en conservant une avance technique par rapport à d'autres concurrents commerciaux;
- Assurer la viabilité de l'initiative et du programme SYDONIA après leur mise en oeuvre.

c) Deuxième exemple concret : le programme relatif aux pôles commerciaux

Contexte

49. Dans les domaines où l'innovation technique est quasiment quotidienne, la théorie et les idées évoluent très vite et la pratique est souvent un outil essentiel de connaissance et de prévision. Au début des années 90, lorsque le programme relatif à l'efficacité commerciale allait être lancé, de nombreux pays en développement ou en transition étaient dans la plus grande incertitude quant à l'évolution structurelle de leur économie (c'était notamment le cas des pays d'Europe centrale et orientale) et quant au rôle qu'ils pourraient jouer dans le commerce international (on ne savait pas encore à quoi aboutirait le Cycle d'Uruguay). Il est donc apparu nécessaire d'adopter une démarche aussi concrète que possible - d'où l'invention des "pôles commerciaux".

50. Les contradictions entre l'idée fondatrice du programme et le mandat donné à la CNUCED constituent cependant un obstacle de taille. On était parti du principe que les pôles commerciaux seraient des entités autonomes (relevant principalement du secteur privé) qui ne survivraient que s'ils apportaient une valeur ajoutée à leurs clients et s'ils rentraient dans leurs frais en faisant payer leurs services. Les mécanismes de la concurrence élimineraient naturellement les pôles les moins efficaces et inciteraient les autres à se surpasser. Or, le mandat reçu prévoit expressément la participation des pouvoirs publics, ce qui rend plus difficile de créer des pôles qui se comportent comme de véritables entreprises. Dans certains cas, des

entreprises locales du secteur privé, ayant mesuré le potentiel des pôles commerciaux, ont réussi à offrir des services concurrentiels. Dans d'autres, des organismes publics ou privés déjà en place ont fait obstacle à l'établissement de pôles. Signalons, toutefois, que même quand rien n'entrave la création de pôles dans le secteur privé, ceux-ci se heurtent parfois à un climat d'hostilité : comme leurs activités ont notamment pour effet immédiat de réduire le rôle des intermédiaires en rapprochant les entreprises des marchés, de la clientèle et des fournisseurs, ils sont et resteront sans doute en butte à l'opposition directe ou indirecte de ces intermédiaires.

Eléments de la stratégie

51. Effets escomptés. Les pôles commerciaux visent des objectifs concrets. Ils doivent : 1) faire comprendre aux pouvoirs publics et aux entreprises locales qu'une amélioration des pratiques commerciales et un bon usage des techniques d'information peuvent grandement accroître l'efficacité du commerce et la compétitivité internationale; 2) contribuer à l'abaissement des coûts de transaction pour les importateurs et les exportateurs locaux, notamment en leur permettant d'accomplir au même endroit toutes les formalités commerciales et en leur offrant des moyens peu coûteux de participer aux échanges internationaux dans des secteurs où l'information joue un grand rôle, comme le commerce électronique; 3) promouvoir l'adoption de règles et normes internationales pour les opérations commerciales et la documentation connexe.

52. Avec la multiplication des pôles commerciaux², il est devenu manifeste qu'ils pouvaient devenir les éléments fondamentaux d'un réseau d'avant-garde dans le domaine de l'information commerciale et du commerce électronique. A l'occasion du Symposium international des Nations Unies sur l'efficacité commerciale (Colombus, octobre 1994), il a donc été décidé d'entreprendre la deuxième phase du programme en créant un réseau mondial de pôles commerciaux (GTPnet), lequel est devenu très rapidement le plus grand réseau d'information prétransactionnelle. Il fallait ensuite donner aux pôles un rôle véritablement transactionnel et faire du réseau le premier instrument mondial de commerce électronique. C'est ainsi qu'au Colloque sur l'efficacité commerciale tenu parallèlement à la neuvième session de la Conférence (Midrand, mai 1996), on a engagé la troisième phase du programme ("Des contacts aux contrats"). Des projets pilotes sont en cours pour permettre l'utilisation d'une bourse de commerce électronique (ETO) et de moyens de paiement sûrs (projet SEAL); ils seront bientôt étendus à un plus grand nombre de pôles.

53. Positionnement et promotion. La participation au réseau mondial de pôles commerciaux doit être considérée comme un moyen (en particulier pour les petits acteurs comme les pays en développement et les PME) de s'implanter dans les secteurs les plus dynamiques du commerce international, notamment le commerce électronique. Dans cette optique, le "pôle commercial" est un produit très différent d'un système d'information commerciale.

²Il y a aujourd'hui 131 pôles plus ou moins développés dans 106 pays, dont 20 PMA.

54. Gestion des projets et plan d'action. L'objectif premier du programme reste d'obtenir des résultats concrets au niveau local, c'est-à-dire de donner aux entreprises (et en particulier aux PME) des outils souples et peu coûteux qui leur permettent de soutenir la concurrence sur les marchés internationaux. Vu l'augmentation rapide du nombre de pôles commerciaux dans un éventail toujours plus large de pays, il faudra poursuivre les efforts de décentralisation et faire davantage appel à des partenaires locaux, comme des organismes régionaux. Cette décentralisation se manifestera sur le plan technique, le réseau mondial reposant de plus en plus sur l'utilisation de "sites miroirs" locaux, ce qui aidera à réduire les coûts d'accès. La viabilité financière des pôles commerciaux restera un objectif à long terme dans les régions les plus pauvres et dans les pays les moins avancés, qui devraient continuer à bénéficier d'un appui extérieur pour améliorer leur stratégie en matière d'efficacité commerciale. Dans la plupart des autres cas, la rentabilité pourra être assurée par la vente de services à valeur ajoutée. A cet égard, il serait bon d'adopter des règles et principes directeurs applicables à tous les pôles, et d'établir une fédération de pôles commerciaux (voir plus loin). Quant au financement du programme, il faut s'employer activement à mobiliser des fonds pour permettre au réseau de devenir véritablement mondial et interopérable - ce qui nécessitera un appui spécial à certaines régions où l'infrastructure de télécommunication est médiocre ou inexistante. Il conviendrait de conclure des alliances stratégiques des partenariats avec d'autres organisations et instances internationales, ainsi qu'avec le secteur privé.

Priorités (mission tactique)

55. Objectifs. Au cours des prochaines années, la stratégie de la CNUCED dans le domaine des pôles commerciaux restera axée sur les objectifs suivants :

- i) Utiliser les pôles pour faire mieux comprendre aux pays membres la nature des recommandations de Colombus et leurs incidences sur l'efficacité commerciale; aider les pays intéressés à mettre en oeuvre ces recommandations en vue de réduire les coûts de transaction internationaux et de stimuler la compétitivité des petites et moyennes entreprises (PME);
- ii) Collaborer avec le secteur privé et notamment conclure avec lui des partenariats et des alliances stratégiques, en particulier dans le cadre du programme relatif aux pôles commerciaux;
- iii) Offrir une assistance technique intégrée dans le domaine de l'efficacité commerciale, grâce au réseau de pôles; d'autres programmes de la Division de l'infrastructure des services pour le développement et de l'efficacité commerciale - comme TRAINFORTRADE, TRAINMAR, le SYDONIA et le SIAM - pourraient contribuer à cet effort;
- iv) Etoffer le programme relatif aux pôles commerciaux - interopérabilité accrue, protection juridique des appellations et logos, établissement d'un cadre institutionnel digne de ce nom

et offre de nouveaux outils pour le commerce électronique (paiement électronique, sécurité des opérations effectuées au moyen d'Internet, etc.).

56. Domaines exigeant une attention particulière. Dans la limite de ses ressources humaines et financières, la CNUCED accordera une attention particulière aux objectifs ci-après :

- i) Aider tout spécialement les pôles commerciaux créés ou en passe d'être créés dans les pays les moins avancés (notamment en Afrique), priorité étant donné à la mobilisation de donateurs;
- ii) Mettre fortement l'accent sur la formation dans les activités et projets concernant les pôles commerciaux;
- iii) Aider les pôles commerciaux qui obtiennent de bons résultats à devenir progressivement indépendants sur le plan institutionnel et financier;
- iv) En coopération avec des acteurs plus avancés (notamment le secteur privé), fournir des outils sûrs et perfectionnés pour les paiements électroniques et les transactions au moyen d'Internet;
- v) Abaisser le coût de l'accès au réseau mondial de pôles commerciaux, notamment grâce à l'augmentation du nombre de sites miroirs;
- vi) Informer les pôles commerciaux et leurs clients de l'évolution récente dans le domaine de la facilitation du commerce, du commerce électronique et de la législation.

2. Aspects juridiques du programme relatif aux pôles commerciaux

a) Principes directeurs communs pour les pôles commerciaux au niveau national

57. En octobre 1993, la CNUCED a publié des principes directeurs pour la création de pôles commerciaux ³. Il est notamment essentiel que les pôles soient constitués et mènent leurs activités conformément à la législation du pays dans lequel ils sont établis. Vu la diversité des lois et règlements nationaux, les "statuts types" proposés constituent un canevas très souple. Les pôles peuvent être des organismes publics, semi-publics ou privés. Les questions les plus souvent posées sont les suivantes : quelles règles fondamentales faut-il inclure dans les statuts ? Quelle devrait être la situation juridique d'un pôle commercial ? Comment le gérer ? Comment le financer ? Quelles sont les responsabilités des participants ? En cas de différend, quelles sont les règles à appliquer et quel doit être le for ? La plupart des pôles commerciaux estiment que pour répondre à ces importantes questions, il faudrait établir des principes directeurs plus explicites

³"Trade Point" : Définition et mise en place (TD/B/WG.2/7/Add.1), 7 octobre 1993.

concernant la création et le fonctionnement des pôles au niveau national, qui tiennent compte de l'élargissement de leur gamme d'activités et de leur répartition géographique. Le secrétariat de la CNUCED pourrait à cet égard rédiger des textes de base. L'adoption et l'application de principes directeurs dans les divers pays exigera cependant une reconnaissance officielle, ce qui demeure l'affaire des acteurs locaux et notamment des pouvoirs publics.

b) Nécessité d'institutionnaliser la coopération internationale entre pôles commerciaux

58. Il est devenu nécessaire de créer un cadre institutionnel pour faciliter la coopération entre les pôles commerciaux aux niveaux international, régional et sous-régional. C'est ainsi qu'en novembre 1996 un forum interaméricain de pôles commerciaux a vu le jour, qui regroupe les pôles d'Amérique du Nord, d'Amérique centrale et d'Amérique du Sud ainsi que ceux des Caraïbes. Son objectif premier est de renforcer le réseau de pôles sur le continent grâce à une coopération régionale et à une assistance mutuelle. Le forum fournira à ses membres une assistance technique et des services de formation. Il coordonnera l'échange d'informations sur les débouchés commerciaux ainsi que sur les services offerts par des organismes internationaux, régionaux et nationaux dans le domaine du financement et de la promotion du commerce, de la formation et de la coopération technique.

59. Un forum ouest-africain a été établi à l'occasion d'une réunion régionale de pôles commerciaux tenue à Dakar (Sénégal) les 7 et 8 juillet 1997. Comme prévu à la deuxième réunion de pôles commerciaux d'Afrique orientale et australe, tenue à Harare (Zimbabwe) les 14 et 15 juillet 1997, un forum devrait aussi être institué pour cette partie du continent africain. Un comité intérimaire a été formé pour en coordonner la création. Des organismes similaires constituant des structures permanentes de coopération et de discussion seront sans doute bientôt mis en place dans d'autres régions.

60. Avec la multiplication rapide des pôles commerciaux dans le monde entier et l'évolution technique dans ce domaine, l'absence de fédération internationale représentant les pôles commerciaux se fait cruellement sentir. Les forums régionaux et sous-régionaux sont de plus en plus nombreux et la CNUCED est appelée à fournir une assistance juridique pour l'élaboration et l'harmonisation de leurs statuts.

61. A la huitième réunion directive du Conseil du commerce et du développement (juin 1995), la CNUCED a été priée d'établir un projet de statuts pour une fédération internationale de pôles commerciaux. Le secrétariat a rédigé un avant-projet qui a été soumis aux pôles et servira de base de discussion.

62. La fédération proposée par la CNUCED serait une organisation non gouvernementale à but non lucratif. Elle aurait pour objectif de promouvoir la coopération et la coordination entre les pôles, ce qui faciliterait l'échange international de biens et services entre tous les pays et, plus particulièrement, contribuerait à élargir la participation des pays en développement et des pays en transition au commerce mondial. Elle favoriserait

le développement des pôles commerciaux dans le monde entier; coordonnerait leurs activités et les représenterait au niveau international; adopterait une politique commune et formulerait des recommandations à l'intention des pôles; fournirait une assistance technique; établirait et tiendrait à jour une liste des pôles commerciaux qui sont membres de la fédération et sont associés au réseau mondial (GTPNet); coopérerait avec les gouvernements et d'autres organisations internationales. Elle devrait avoir une assemblée générale, un conseil et, s'il y a lieu, des conférences régionales. Elle coopérerait étroitement avec la CNUCED.

c) Protection juridique des appellations et logos "Pôle commercial", "Réseau mondial de pôles commerciaux (GTPNet)" et "Bourse de commerce électronique (ETO)"

63. Les pôles commerciaux doivent se conformer aux règles et principes directeurs de la CNUCED ⁴ ainsi qu'aux normes internationales établies ou promues par l'ONU. Vu le succès des pôles commerciaux, des tiers pourraient vouloir créer des bureaux portant le même nom, mais ne respectant pas les règles établies. Ce risque est bien réel, aussi la protection des appellations et logos "Pôle commercial", "Réseau mondial de pôles commerciaux (GTPNet)" et "Bourse de commerce électronique (ETO)" apparaît-elle de plus en plus nécessaire. L'absence de fédération internationale rend difficile d'assurer la protection voulue au niveau mondial. Le secrétariat de la CNUCED a consulté des experts de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) quant aux moyens de protéger ces appellations et logos. On l'a informé qu'il n'était pas possible, en l'espace, d'appliquer la Convention de Paris pour la protection de la propriété intellectuelle. Chaque pôle a cependant la possibilité de les faire enregistrer en tant que marques ou en tant que dénominations sociales ou commerciales conformément à la législation du pays où il est établi. Une coordination internationale, par le secrétariat de la CNUCED, des mesures prises dans ce domaine devrait assurer une bonne protection contre les usurpateurs.

3. Coopération interinstitutionnelle dans le domaine de l'efficacité commerciale

a) Coopération avec la Commission économique des Nations Unies pour l'Europe (CEE) et le Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI)

64. La CEE oeuvre depuis longtemps déjà à l'établissement de normes pour la facilitation du commerce, ainsi qu'à l'automatisation des procédures commerciales. Le CCI, quant à lui, fournit une assistance technique très appréciée aux Etats membres dans le domaine de l'information commerciale et de la promotion des exportations. Par son programme relatif aux pôles commerciaux, la CNUCED peut contribuer à faire connaître ces travaux et à en diffuser les résultats. Pour mettre leurs atouts respectifs au service d'objectifs communs, les trois organismes coopèrent étroitement, de façon

⁴Voir le document TD/B/WG.2/7/Add.1 du 7 octobre 1993.

aussi bien officielle qu'informelle ⁵. Un groupe de travail interinstitutionnel comprenant des représentants de la CEE, du CCI et de la CNUCED se réunit tous les deux mois pour échanger des données sur les activités en cours et les activités prévues de chaque organisme, ainsi que pour étudier les possibilités d'action commune.

65. Des experts de chaque organisme sont régulièrement invités à participer aux réunions des deux autres, ce qui leur permet de faire connaître leurs travaux à une audience plus large et différente. Chaque fois qu'une mission en rapport avec l'efficacité commerciale se rend à Genève, auprès de la CNUCED, du CCI ou de la CEE, ou chaque fois qu'une réunion ou un stage est organisé sur la question, l'organisme responsable fait appel aux compétences et à la participation des deux autres. En outre, vu les contraintes budgétaires, on profite de la plupart des missions pour faire connaître les travaux des autres organismes. Les pôles commerciaux sont devenus beaucoup plus conscients de cette étroite collaboration interinstitutionnelle, comme en témoignent les invitations qu'ils lancent à la fois au CCI et à la CNUCED - par exemple, pour la première réunion des pôles commerciaux du MERCOSUR, tenue à Córdoba (Argentine) en mars 1997.

66. L'information commerciale étant un des objectifs prioritaires des pôles à leurs débuts, une coopération étroite et fructueuse s'est instaurée entre la CNUCED et le CCI dans ce domaine. La synergie est d'autant plus grande que ces deux organismes travaillent souvent avec les mêmes partenaires dans les pays membres. C'est le cas, en particulier, en Europe centrale et orientale où de nombreux pays sont en train de créer, avec l'assistance technique du CCI, des organes de promotion du commerce qui accueillent souvent des pôles commerciaux. Par exemple, le CCI et la CNUCED exécutent actuellement un projet commun (pôle commercial, TRAINFORTRADE) avec le Centre du commerce extérieur de la Roumanie, projet financé par le Gouvernement suisse, et coopèrent également en Lituanie et en Lettonie. Le CCI s'efforce aussi d'associer les pôles commerciaux existants à la préparation et à l'exécution de ses activités d'information commerciale. Ainsi, des ateliers ont déjà été organisés et un descriptif de projet est actuellement mis au point avec le concours de la CNUCED et des pôles des pays concernés, pour la création d'un réseau d'information commerciale CEI/Etats baltes (ICTIN). La formation est un autre domaine de coopération entre la CNUCED et le CCI. Celui-ci a mis sur pied un séminaire de deux jours sur la gestion de l'information commerciale, à l'occasion de la réunion annuelle du forum interaméricain de pôles commerciaux (Mexico, septembre 1997). L'organisation d'un séminaire du même genre a été demandée à la deuxième réunion régionale des pôles commerciaux d'Afrique orientale et australe (Harare, juillet 1997); ce séminaire devrait avoir lieu en 1998.

67. Le CCI et la CNUCED s'emploient à promouvoir l'application de la norme EDIFACT et des recommandations de l'ONU concernant la facilitation du commerce. La formule-cadre de l'ONU, le programme de travail sur le transport combiné, ainsi que l'utilisation par la CNUCED des normes ONU/CEE pour les

⁵Pour plus de détails à ce sujet, voir "Trade Facilitation and Efficiency: A Coordinated Programme of the United Nations", ONU/CEE-CNUCED-CCI, avril 1996.

programmes SYDONIA et SIAM sont autant d'exemples de cette coopération. De même, le système COMREG du CCI pour l'information sur les entreprises et la bourse de commerce électronique (ETO) de la CNUCED reposent sur des messages compatibles avec la norme EDIFACT de l'ONU. Le logiciel COMREG a été distribué à un échantillon de pôles commerciaux pour qu'ils le mettent à l'essai, et l'on s'emploie actuellement à rendre les structures ETO et COMREG pleinement compatibles. Les "produits" de la CEE devraient être encore plus utilisés à l'avenir, les pôles étant appelés à prendre une part croissante à la facilitation du commerce et à l'échange électronique de données - activités qui sont plus exigeantes sur le plan technique et qu'ils n'entreprennent généralement pas tout de suite.

b) Coopération avec d'autres organisations

68. Dans chacun des grands secteurs visés par le programme de la CNUCED pour l'efficacité commerciale, une coopération étroite a été établie avec des organisations ou organismes compétents. On citera, notamment, l'Organisation mondiale des douanes (OMD), l'Organisation maritime internationale (OMI), la Fédération internationale des associations de transitaires (FIATA), la Société mondiale de télécommunications financières interbancaires (SWIFT), l'Organisation des assurances africaines (OAA), l'Association internationale des contrôleurs d'assurance (IISA), et la Société Internet (ISOC). La collaboration avec l'Union internationale des télécommunications (UIT) va se renforçant : elle a abouti, en particulier, à l'organisation conjointe d'une réunion d'experts de la CNUCED sur les télécommunications, la facilitation du commerce et l'efficacité commerciale (8-10 septembre 1997) et d'une réunion de l'UIT sur les télécommunications interactives (8-14 septembre 1997). Les recommandations des experts ont indiqué la voie à suivre pour renforcer cette coopération.

69. La CNUCED coopère aussi avec des organismes régionaux, notamment les commissions régionales de l'ONU et des banques régionales de développement. Elle collabore avec des organisations ayant des compétences intersectorielles comme l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), la Banque mondiale (en particulier dans le cadre des programmes MIGA et InfoDev), le Fonds monétaire international, la Chambre de commerce internationale, l'Association des chambres de commerce du Groupe des 77 et l'Association des centres internationaux d'affaires (WTCA).

70. La coopération avec l'Organisation mondiale du commerce (OMC) devrait devenir nettement plus étroite, avec l'examen en commun de questions concernant la facilitation du commerce et le commerce électronique. En outre, quand les travaux sur les aspects juridiques de l'efficacité commerciale (voir plus haut) s'intensifieront, la CNUCED fera davantage appel au concours d'organismes comme la Commission des Nations Unies pour le droit commercial international (CNUDCI), l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) et l'Organisation internationale de normalisation (ISO).

4. Evaluation de l'efficacité commerciale

71. Comme nous l'avons mentionné dans l'introduction du présent rapport, la question des méthodes d'évaluation de l'efficacité commerciale est traitée dans le document TD/B/COM.3/10/Add.1.
