



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

Distr.
GÉNÉRALE

TD/B/COM.3/35
19 décembre 2000

FRANÇAIS
Original : ANGLAIS

CONSEIL DU COMMERCE ET DU DÉVELOPPEMENT
Commission des entreprises, de la facilitation du commerce
et du développement
Cinquième session
Genève, 22-26 janvier 2001

**RENFORCEMENT DES CAPACITÉS POUR LE COMMERCE
ÉLECTRONIQUE : IMPACT DE LA NOUVELLE ÉCONOMIE SUR
LES SECTEURS TRADITIONNELS DES PAYS EN DÉVELOPPEMENT :
COMMERCE ÉLECTRONIQUE ET TOURISME**

Note du secrétariat de la CNUCED

I. INTRODUCTION

1. La présente note est soumise pour donner effet au paragraphe 170 du Plan d'action adopté par la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement à sa dixième session (TD/386), dans lequel elle a accueilli avec satisfaction le document établi par le secrétariat de la CNUCED intitulé "Amélioration du fonctionnement et de la structure du mécanisme intergouvernemental de la CNUCED". Conformément à l'alinéa a) du paragraphe 6 dudit document du secrétariat, dans la présente note sont récapitulées et analysées les questions de fond traitées lors de la Réunion d'experts sur le commerce électronique et le tourisme. Compte tenu des délibérations des experts et des conclusions de la Réunion, dans la présente note sont tout d'abord exposées dans leurs grandes lignes les principales raisons pour lesquelles la CNUCED, entre autres, devrait continuer à réserver une place de premier plan au commerce électronique dans son ordre du jour relatif au développement. L'accent est ensuite mis sur certaines questions de fond précises touchant au commerce électronique en général et au tourisme électronique en particulier, en tenant compte ce faisant de l'opinion exprimée par les experts selon laquelle les mesures préconisées pour promouvoir le commerce électronique dans le secteur du tourisme devraient également porter sur le commerce électronique en général.

II. LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE EN TANT QUE VECTEUR MAJEUR DU DÉVELOPPEMENT

2. Le commerce électronique a eu un impact économique considérable sur les entreprises - comme l'atteste l'évolution dans les pays développés, où le commerce électronique est en passe de devenir un instrument de transaction ordinaire dans de nombreux secteurs. Selon les prévisions, au cours des trois prochaines années le commerce électronique pourrait finir par représenter jusqu'à 10 % du commerce mondial en valeur. Les indications disponibles font apparaître un accroissement considérable du nombre d'individus et d'entreprises raccordés au réseau Internet dans le monde. Les nouveaux produits et activités commerciales se sont multipliés sur l'Internet, avec notamment la création de places de marché permettant de relier vendeurs et acheteurs à l'échelon mondial. L'apport de l'Internet et du commerce électronique n'est cependant pas réductible à la seule valeur des échanges de biens et des services puisqu'ils induisent de surcroît des améliorations sensibles dans les systèmes d'intégration finale, la gestion interne des entreprises et la gestion des chaînes d'approvisionnement ainsi qu'un accroissement des compétences et de la productivité des travailleurs, sans oublier la diminution des besoins en fonds de roulement et en infrastructure physique. Enfin, ils permettent une amélioration prononcée des relations commerciales entre les entreprises.

3. Les avantages que les pays développés tirent du commerce électronique donnent une bonne idée des possibilités s'offrant en la matière aux pays en développement. La part du commerce électronique dans le commerce mondial continuant à s'accroître, les pays en développement ne peuvent que rester attentifs à son impact sur le développement. Si la présence de ces derniers pays dans le commerce électronique demeure modeste, ce n'est pas parce que ce type de commerce n'est pas avantageux pour eux mais parce qu'ils sont confrontés à certaines contraintes particulières dans ce domaine, notamment méconnaissance, coût élevé du raccordement, insuffisance de l'infrastructure, questions juridiques et problèmes de sécurité. Dans le souci de faire face à ces contraintes, il importe donc de réserver une place de premier plan au commerce électronique dans l'ordre du jour relatif au développement. S'ajoutant à ces constatations, pour un certain nombre de raisons - exposées plus loin - il faudrait accorder une place accrue dans le débat relatif au développement à la nécessité pour les pays en développement de participer plus activement au commerce électronique.

4. Dans les pays en développement, alors que les petites et moyennes entreprises (PME) jouent un rôle stratégique sur les plans de l'emploi, de l'investissement et de la production globale, ils ne disposent en général pas des ressources et moyens voulus pour s'engager sur le marché international et accroître leur activité. Le commerce électronique leur ouvre dès lors des perspectives certaines car il repose sur la mise en œuvre d'une technologie assez bon marché et facile à transférer et peu d'obstacles entravent l'accès à ce commerce. Les PME se voient ainsi offrir une chance non négligeable de concurrencer sur les marchés mondiaux des entreprises de plus grande taille originaires des pays développés.

5. Le commerce électronique est un vecteur clef de la mondialisation de l'économie et des marchés internationaux. Du fait, pour une large part, de la mondialisation, de nombreuses entreprises de pays en développement font désormais partie intégrante de chaînes mondiales d'approvisionnement, en particulier par le canal d'opérations interentreprises. Les entreprises de pays développés s'engageant dans le commerce électronique sont ainsi susceptibles d'inciter des entreprises de pays en développement à adopter de nouvelles technologies de l'information. Un exemple en est fourni par l'importance grandissante de l'externalisation de la production de

certaines biens et services intermédiaires. Face à une concurrence désormais mondiale, de nombreuses entreprises de pays développés tendent à sous-traiter la fabrication de certains produits et la prestation de certains services, en se tournant en particulier vers des pays à faibles coûts salariaux. L'externalisation passe toutefois par des communications efficaces, des échanges rapides d'information et le matériel informatique indispensable pour assurer le contrôle de la conception, du développement et de la qualité des produits. Les pays en développement doivent donc acquérir des "compétences électroniques" afin de tirer parti des possibilités qu'offre l'externalisation de la fabrication de certains produits et la prestation de certains services.

6. Amplifier la participation des pays en développement au commerce électronique est impératif mais il ne faut pas perdre de vue que certaines entreprises de ces pays y sont déjà parties prenantes, en particulier sous la forme d'opérations interentreprises dans l'industrie des services; des opérations de ce type portent en outre sur la fabrication, l'achat, la distribution, le financement et la mise au point de systèmes d'information. Il est malaisé de déterminer pleinement l'ampleur et le rôle de ces opérations en raison du manque de données et des ambiguïtés entourant la définition de ce qu'est le commerce électronique.

7. Malgré les contraintes d'ordre infrastructurel et autres, les pays en développement devraient être encouragés à participer au commerce électronique en tirant parti des possibilités que certaines technologies, telles que la téléphonie mobile de type cellulaire et la télévision interactive, leur offrent de brûler les étapes et de surmonter ainsi certains obstacles.

8. Si elles ne participent pas au commerce électronique, les entreprises des pays en développement risquent d'avoir à encourir des surcoûts importants. L'histoire enseigne que certains progrès technologiques révolutionnaires se sont soldés par des pertes économiques énormes pour les pays ayant tardé à les introduire. Tel a été manifestement le cas avec la révolution qu'a constituée la conteneurisation du transport maritime dans les années 60 et 70, qui s'est traduite par une forte augmentation du coût du transport pour les pays en développement ne s'étant pas dotés d'installations appropriées de manutention des conteneurs. Dans cette optique, on ne saurait tolérer que le faible degré de participation des pays en développement au commerce électronique perdure et débouche sur une fracture numérique internationale désastreuse.

9. La non-participation au commerce électronique a pour résultante une compétitivité et des possibilités commerciales moindres. Partout dans le monde, l'Internet est une source grandissante d'informations sur les produits pour les acheteurs comme pour les vendeurs; les entreprises non connectées au Web sont dès lors susceptibles de voir leur échapper un grand nombre de clients recourant à l'Internet pour effectuer certains achats. Le tourisme constitue un exemple de ce phénomène : dans les principaux pays pourvoyeurs de touristes à destination des pays en développement, la plupart des clients se servent de l'Internet pour obtenir des renseignements sur les différentes destinations. Ceux des pays de destination qui resteront à l'écart de l'Internet et du commerce électronique risquent à l'évidence de voir leur échapper un nombre important de touristes potentiels. Dans le même ordre d'idées, le commerce électronique, vu sa portée mondiale, offre aux pays en développement de grandes possibilités de développer certaines exportations non traditionnelles dont la commercialisation sur les marchés mondiaux en recourant aux seules filières classiques appellerait un effort de très longue haleine.

III. QUESTIONS DE FOND À PRENDRE EN CONSIDÉRATION PAR LA COMMISSION

10. La Réunion d'experts a formulé à l'intention des gouvernements et des entreprises diverses recommandations en vue de l'amplification de la participation des pays en développement et des pays en transition au commerce électronique, en particulier dans le secteur du tourisme.

11. Les experts ont souligné que le tourisme électronique ne pouvait se développer en l'absence d'un environnement commercial d'ensemble favorable à la croissance du commerce électronique. Dans la suite de la présente note figurent donc d'abord certaines observations relatives aux questions de fond mises en évidence par les experts ayant une relation directe avec l'industrie du tourisme, puis un examen des principes généraux des politiques et stratégies en matière de commerce électronique que les experts ont jugés revêtir une importance critique pour la promotion dudit commerce. On y formule enfin certaines propositions quant aux travaux que la CNUCED devrait mener à l'avenir compte tenu des conclusions de la Réunion d'experts.

A. Questions de fond à prendre en considération par la Commission en vue de la formulation de recommandations relatives au tourisme électronique

12. Les pays en développement occupent une position très solide sur le marché du tourisme, totalisant 15 % (63 milliards de dollars) des recettes du tourisme international. Ce secteur se trouve à une phase très dynamique de son développement car un nombre croissant d'individus est appelé à voyager toujours plus fréquemment vers des destinations toujours plus nombreuses avec des motivations toujours plus diverses. La croissance du tourisme électronique devrait être particulièrement soutenue puisque selon les projections entre 2000 et 2003 le nombre des réservations en ligne sera multiplié par deux et demi. L'industrie du tourisme est donc porteuse de possibilités prodigieuses de croissance pour les pays en développement, d'autant plus que certaines technologies nouvelles telles que l'Internet sans fil et les satellites à orbite basse peuvent permettre de brûler certaines étapes pour s'engager dans le commerce électronique.

13. Pour exploiter ces possibilités, il est vital d'intégrer une stratégie de "gestion des destinations" dans l'action de promotion du tourisme électronique. Pareille stratégie devrait être fondée sur les résultats des recherches – au besoin de nouvelles recherches – concernant les tendances du marché, les besoins, les habitudes en matière d'utilisation de sites Web et le profil démographique, entre autres, des clients effectifs et potentiels.

14. La gestion des destinations devrait venir s'insérer dans un partenariat associant les autorités centrales et locales, les communautés locales et toutes les parties prenantes à la prestation de services touristiques. Il s'agit plus précisément : des organismes gouvernementaux et non gouvernementaux de promotion du tourisme, des organisations de gestion des destinations (OGD), des prestataires locaux et internationaux de services touristiques, des agences de voyages locales et internationales, des systèmes mondiaux de distribution, des portails touristiques et du secteur des technologies de l'information et de la communication (TIC).

15. Les nouvelles technologies pourraient grandement aider à instaurer et entretenir un partenariat ainsi qu'à assurer la cohésion dans un environnement commercial extrêmement concurrentiel. Il importe de souligner que la révolution numérique constitue un défi qu'aucun opérateur de la branche n'est à même de relever à lui seul en raison du coût élevé de la création et de l'entretien d'un site Web et plus encore de sa promotion et de sa commercialisation.

Les concurrents devront donc se résoudre à coopérer pour faire connaître et renforcer l'image de marque d'une destination tout en se livrant une concurrence sans merci sur le marché considéré.

16. Représentatifs de tous les segments de l'industrie du tourisme, les experts ont procédé à un échange de données d'expérience et fait ressortir, entre autres, les points exposés ci-après en se fondant sur des constatations effectuées sur le terrain et les ouvrages spécialisés.

17. La gestion des destinations devrait avoir pour but de promouvoir un tourisme qui soit socialement, culturellement, écologiquement et économiquement viable. Gérer une destination, plutôt que se contenter de la vendre, suppose de préserver les ressources et l'environnement faisant de cette destination ce qu'elle est et sera à l'avenir. Un élément essentiel d'une telle stratégie consisterait à augmenter la part des recettes du tourisme restant dans les pays en développement, qui selon les estimations n'atteindrait même pas les 30 % dans certains. L'Internet pourrait y concourir en évinçant certains intermédiaires qui n'apportent pas nécessairement une valeur ajoutée au produit.

18. Les OGD peuvent contribuer de manière déterminante à la réussite des stratégies nationales et locales de tourisme écologique. Se consacrant à une destination spécifique, leur fonction diffère intrinsèquement de celles des intermédiaires touristiques non axés sur une destination précise. Les OGD sont principalement appelées à : développer l'image de marque mondiale de la destination et susciter l'intérêt et la confiance des consommateurs; mettre en œuvre des activités de relations publiques; faire office de centre d'information touristique en ligne, notamment en menant une action de promotion de la destination par l'intermédiaire des principaux portails consacrés au tourisme, les moteurs de recherche et les passerelles. La mise en place d'un portail national pourrait constituer un élément essentiel d'une telle stratégie.

19. Les OGD seront appelées à coordonner l'action des intervenants publics et privés intéressés et à représenter les parties prenantes à l'échelon local. Les différentes OGD ne sauraient, à l'évidence, mettre en œuvre une stratégie type et il est donc nécessaire d'étudier autant d'options que possible. Dans certains cas, les OGD pourraient concourir à assurer une certaine cohérence entre les plates-formes de commerce électronique utilisées par les producteurs de services touristiques. En fonction des conditions locales, elles pourraient de plus assurer directement la prestations de certains services électroniques par un dispositif interne de commerce électronique permettant de relier les membres de la branche du tourisme. Enfin, elles pourraient aussi contribuer à sensibiliser et former le personnel de leurs filiales et négocier avec les banques et les organismes financiers une diminution des frais bancaires afférents aux paiements en ligne.

20. En collaboration avec le secteur privé, les OGD pourraient par ailleurs promouvoir le développement du tourisme thématique, par exemple le tourisme écologique et le tourisme culturel, qui se prête particulièrement bien à une commercialisation par l'intermédiaire de l'Internet.

21. Pour être efficaces, les OGD devraient avoir une existence institutionnelle et disposer des ressources humaines, financières et logistiques nécessaires. À terme, cela exigerait un renforcement de leurs capacités du point de vue non seulement de la formation technique, mais aussi des ressources techniques et financières. Compte tenu de la modicité des budgets affectés à la promotion du tourisme, diverses solutions pourraient être expérimentées, dont la création de portails régionaux ou sous-régionaux, financés au moins en partie par une commission prélevée

sur les ventes. Une coopération internationale de la part d'organismes spécialisés comme l'Organisation mondiale du tourisme et la CNUCED serait également nécessaire.

22. Les pays en développement devraient non seulement s'efforcer d'accroître leur présence sur le Web mais aussi de développer leurs produits et attractions touristiques ainsi que divers services d'appui, tels que services bancaires, assurances, transport et douanes.

23. Les agents de voyages traditionnels et autres intermédiaires devraient s'adapter aux nouvelles technologies de l'information et renforcer leurs compétences et leur créativité de façon à accroître leur efficacité et à assurer la continuité de leur activité. Maintenir des contacts - virtuels ou physiques - avec le client demeure cependant important car la technologie ne saurait se substituer à la compétence humaine. Les options s'offrant aux agents de voyages sont donc très variées, allant du maintien d'une présence physique au tout numérique - devenant ainsi de facto des portails consacrés au tourisme. En toute circonstance, la solution spécifique retenue devrait prendre dûment en considération la situation particulière du pays concerné. Comme dans nombre de pays tous les prestataires de services touristiques ne sont pas encore en mesure de s'engager dans des opérations en ligne, les agents de voyages devraient intégrer dans leurs stratégies le recours à des centres d'appel locaux, un appui aux transactions ordinaires, la mise en place de kiosques multimédias dans les points physiques de ventes au détail et la possibilité pour le client de combiner l'option virtuelle et l'option réelle pour la réservation et le paiement.

24. Sur le plan international, les gouvernements ont été encouragés à étudier de concert les conditions de fonctionnement du marché électronique du tourisme afin de s'assurer que ce marché n'encourage pas des pratiques déloyales ou anticoncurrentielles préjudiciables aux pays en développement.

B. Questions de fond à prendre en considération par la Commission en vue de la formulation de recommandations relatives au commerce électronique en général

25. Comme indiqué plus haut, les experts ont estimé que les mesures préconisées pour promouvoir le commerce électronique dans le secteur du tourisme devraient également porter sur le commerce électronique en général, et ses incidences, notamment positives, sur le développement. À ce propos, les experts ont formulé un ensemble de recommandations concernant les différents aspects du commerce électronique, sur lesquelles la Commission souhaitera peut-être se pencher.

1. Infrastructure

26. Dans le cadre de l'action tendant à favoriser le développement du commerce électronique dans les pays en développement, il faudrait être particulièrement attentif à la nécessité d'améliorer l'accès à l'Internet et l'infrastructure de télécommunications.

27. Les éléments recueillis par le secrétariat de la CNUCED et récapitulés dans le rapport *Building Confidence* (UNCTAD/SDTE/Misc.11) font apparaître que l'infrastructure d'information et de communication indispensable au commerce électronique fait encore défaut dans nombre de pays en développement et que l'accès à l'Internet est en général plus coûteux en valeur absolue dans les pays en développement. Ces disparités sont encore plus frappantes s'il est tenu compte des écarts de revenu par habitant.

28. L'absence de dorsale - sous forme de câble optique ou de liaison satellite - entre pays constitue une des causes fondamentales de cette situation. Un opérateur public de télécommunications assure en général l'exploitation de la passerelle internationale ou de l'accès à la dorsale nationale en concédant au secteur privé la revente de l'accès à l'Internet à l'utilisateur final. Dans quelques pays, l'opérateur public de télécommunications exploite une passerelle internationale en concurrence avec le secteur privé. Dans un cas comme dans l'autre, les prestataires de services Internet se voient souvent contraints de regrouper tout leur trafic sur un seul circuit international à coût élevé et le trafic Internet dans une région en développement donnée est assuré contre rémunération par un prestataire de services des États-Unis d'Amérique ou d'Europe. De surcroît, les prestataires de services Internet de pays en développement doivent assurer l'intégralité du coût de la connexion avec l'Europe et les États-Unis - ce qui en fait donne accès gratuitement à leur réseau aux prestataires de services Internet des pays développés. De plus - élément présentant sans doute un intérêt plus immédiat dans l'optique du commerce électronique -, la fiabilité de la liaison n'est pas garantie puisqu'en cas d'interruption de l'unique liaison internationale existante aucune autre ne peut venir s'y substituer.

29. Un autre facteur expliquant l'insuffisance des services de télécommunications et leur coût élevé est que jusqu'à une date récente ces services ont, dans une large mesure, été entre les mains de monopoles d'État. Les opérateurs étatiques de télécommunications ne disposent bien souvent pas de ressources suffisantes pour assurer l'expansion ou l'amélioration de leur réseau ou fournir les services de pointe à présent requis. La privatisation doit cependant être envisagée et mise en œuvre avec circonspection car dans bien des pays les recettes directes provenant des télécommunications représentent une part considérable des recettes publiques.

30. Dans la plupart des pays les monopoles ont en fait pratiquement cessé d'exister, principalement par le jeu de l'attribution de licences à des opérateurs de téléphonie mobile qui ont rapidement fini par concurrencer le réseau de téléphonie fixe en tant que fournisseurs de services de télécommunication vocale. Les opérateurs de téléphonie mobile de type cellulaire pratiquant en général des tarifs bien plus élevés que les opérateurs de téléphonie fixe, la téléphonie mobile ne peut encore assurer au grand public des communications à bon compte, même si elle a enregistré une croissance vigoureuse en raison de la pénurie de lignes téléphoniques et de la faiblesse de l'infrastructure publique d'information et de télécommunication, à quoi est venue s'ajouter la chute des tarifs intervenue depuis la libéralisation de ce secteur.

31. La privatisation et la libéralisation du secteur national des télécommunications ne constituent au demeurant qu'une exigence minimale. Des investissements sont indispensables pour accroître la capacité de circuit et la bande passante et abaisser ainsi le coût d'accès. À cet effet, il faudrait encourager la participation et la concurrence du secteur privé. Une évolution importante intervenue à cet égard est que les progrès techniques récents ont rendu plus abordable l'infrastructure d'information et de télécommunication. En particulier, les coûts de déploiement de l'infrastructure réseau et d'utilisation ont déjà enregistré une très forte diminution et continueront à baisser à brève échéance. Ce phénomène sera conforté par une multiplication des capacités en bande passante (fibre, sans fil et satellite) susceptible de rendre les zones rurales aussi facilement joignables que les zones urbaines.

32. Le coût de l'abonnement facturé par les prestataires de services Internet constitue un autre obstacle à l'accès à l'Internet. Les coûts d'accès sont en général plus faibles dans les pays comptant un grand nombre de prestataires de services Internet et on a constaté dans l'ensemble

que les prix baissaient et que la qualité du service s'améliorait partout où le marché était concurrentiel.

33. Face au coût élevé d'une ligne téléphonique particulière, une autre évolution positive est intervenue dans certains pays : l'accroissement rapide du nombre de bureaux de téléphone privés, qui viennent répondre aux besoins du public dans les endroits non équipés de cabines publiques de téléphone ou dans lesquels les lignes téléphoniques particulières font défaut ou sont inabordables. On constate pareillement que l'intérêt suscité par les kiosques, cybercafés et autres formes publiques d'accès à l'Internet (regroupés sous l'appellation de télécentre) va en s'accroissant rapidement; des ordinateurs raccordés à l'Internet sont ainsi installés dans des bureaux communautaires de téléphone, des écoles, des postes de police et des dispensaires. La mise en œuvre de ce concept bénéficie d'un appui considérable de la part de l'UIT et d'autres membres de la communauté internationale ainsi que d'un certain nombre de gouvernements nationaux et d'opérateurs publics de télécommunications. Le télécentre semble la démarche la plus à même d'assurer l'accès à des services de pointe en milieu rural mais de nouvelles études s'imposent pour déterminer les modalités les plus adaptées de mise en œuvre, à quoi s'ajoute la nécessité d'une action de sensibilisation.

2. Contenu local

34. La Réunion d'experts a souligné qu'il importait de développer le contenu local des sites Internet dans les langues vernaculaires et les langues des principaux consommateurs de services touristiques.

35. À ce propos, il convient de souligner que l'existence d'un contenu local contribue grandement à induire un trafic Internet local et international et conditionne donc directement le taux de pénétration Internet et l'intérêt pour les investisseurs d'investir dans la mise en place de capacités.

36. Les gouvernements pourraient jouer un rôle important en sensibilisant les milieux d'affaires aux gains d'efficacité dont l'Internet est porteur en tant que support administratif et commercial.

3. Paiements en ligne

37. L'expansion du commerce électronique ne peut que s'accompagner d'une augmentation de la demande de paiements en ligne. Cette demande émanera de fournisseurs essayant de vendre leurs produits et services en ligne ainsi que des consommateurs cherchant à tirer parti des possibilités de paiements en ligne sécurisés. Lors de la Réunion d'experts, les participants se sont penchés sur les problèmes liés aux paiements en ligne, en particulier leur inexistence dans les pays en développement, leur coût élevé et les difficultés éprouvées à en assurer la sécurité. Les experts ont recommandé aux gouvernements et aux entreprises d'examiner tant les travaux de recherche existants - de réaliser le cas échéant des travaux de recherche supplémentaires - sur les incidences de l'absence de possibilités de réaliser des transactions en ligne que les autres éléments d'information pouvant contribuer au développement d'une industrie touristique viable. Ils ont en outre recommandé à la CNUCED de réaliser des études de cas et des analyses sur le commerce électronique dans le secteur du tourisme, concernant notamment les problèmes relatifs aux paiements en ligne.

38. Alors qu'une partie des paiements au titre de transactions conclues par le canal du commerce électronique continuent à s'effectuer hors ligne, de manière traditionnelle, les systèmes de paiements en ligne sont en expansion. Ces derniers comportent cependant certains risques et les utilisateurs s'inquiètent de la sécurité des transferts informatisés d'informations sensibles s'effectuant par l'intermédiaire de l'Internet. Un certain nombre de systèmes de sécurité et de cryptage ont en conséquence été mis au point dans le souci de renforcer la sécurité.

39. De pair avec le développement des techniques de cryptage, un large éventail de nouveaux systèmes de paiement en ligne se met en place, notamment : les systèmes reposant sur les cartes de crédit, les chèques électroniques, les systèmes de paiement électronique en liquide et les systèmes de micropaiement employés pour le règlement de petites sommes.

40. Le grand nombre de systèmes de paiement disponibles pose problème en ce qu'il n'existe aucune norme universellement acceptée en matière de paiement en ligne. En outre, la multiplicité de ces systèmes de paiement donne à penser qu'ils n'en sont qu'à leur tout début sur le plan de la sécurité et de la fiabilité. Les systèmes de paiement mis au point par les principales banques en coopération avec de grandes entreprises technologiques permettent pourtant à l'heure actuelle d'assurer le gros des paiements en ligne, même si persiste le besoin d'établir des systèmes compatibles transparents de normes internationales susceptibles d'être utilisés dans les différentes parties du monde.

41. Dans les pays en développement, les paiements afférents à des transactions conclues par le canal électronique peuvent continuer à s'effectuer en ligne mais au fur et à mesure de l'accroissement du volume du commerce électronique la mise au point de modalités de paiement en ligne est une question appelée à devenir pressante. Les banques et les entreprises prestataires de services financiers des pays en développement auront à introduire des systèmes de paiement et des pratiques répondant aux besoins nouveaux de leurs clients découlant du passage au commerce en ligne. Il leur faudra se doter de systèmes permettant de répondre aux principaux sujets de préoccupation des usagers, à savoir : la sécurité, la confidentialité, l'identification des vendeurs et des acheteurs, la vérification de la solvabilité des acheteurs et la garantie de livraison. Pareillement, les autorités chargées de la réglementation devront adopter les mesures de soutien nécessaires pour assurer l'introduction et l'application de normes de systèmes acceptables.

4. L'infrastructure juridique et décisionnelle et la protection du consommateur

42. Il est indispensable de mettre en place une législation et une réglementation appropriées ainsi que des normes de service adaptées en vue d'instaurer un climat de sécurité et de susciter la confiance des consommateurs ainsi que de protéger le droit à la vie privée, les consommateurs et les droits de propriété intellectuelle. Il est tout aussi essentiel de promouvoir une coopération en vue de la définition d'un cadre international pour la protection des voyageurs réalisant des transactions sur l'Internet. De plus, en coopération avec les autres organismes compétents, la CNUCED devrait réaliser des études de cas et des analyses sur des questions telles que le cryptage et les certificats ou signatures électroniques, et promouvoir le renforcement des capacités par le canal de la formation et de l'éducation de base dans les domaines pertinents.

43. À l'occasion d'un certain nombre de réunions et de débats intergouvernementaux organisés sous les auspices de la CNUCED, on a constaté que la mise en place d'une infrastructure juridique et décisionnelle propre à appuyer et à favoriser le développement du commerce

électronique constituait un préalable à sa croissance. On a également fait ressortir à plusieurs occasions qu'un cadre juridique prévisible et facilitateur constituait un élément essentiel de nature à instaurer le degré de confiance voulu entre opérateurs commerciaux et consommateurs pour rendre possibles les transactions commerciales. La confiance est un élément particulièrement important dans le secteur du tourisme vu certains traits caractéristiques du commerce électronique, en particulier la facilité et la rapidité avec lesquelles les entreprises et les consommateurs peuvent communiquer et effectuer des transactions transfrontières. Le peu de contact en tête à tête ou l'absence totale d'un tel contact entre les fournisseurs de services touristiques, agents de voyages et autres intermédiaires et les voyageurs faisant appel à ces services rend d'autant plus nécessaire une place de marché prévisible et inspirant confiance. Dans cette optique, la protection du consommateur constitue un volet important de l'industrie du tourisme puisqu'elle englobe tous les stades de la relation commerciale entre entreprises et consommateurs, à savoir les communications commerciales relatives aux services (publicité, promotion et commercialisation), l'information (pré)contractuelle et la diffusion, la conclusion du contrat, le paiement, la prestation, les garanties et enfin un dispositif abordable de règlement des litiges et de compensation. Alors que les systèmes juridiques de nombreux pays assurent une protection renforcée aux consommateurs contre la fraude ou des actes et pratiques déloyaux ou trompeurs de la part de commerçants sans scrupules, l'anonymat relatif et la distance géographique des parties prenantes au tourisme électronique et au commerce électronique tendent en général à accroître le risque de voir se poser de tels problèmes et donc la nécessité de prendre des mesures idoines. Pour veiller à ce que les principes sous-jacents aux règles en vigueur assurent un degré de protection équivalent aux opérations en ligne et à ce que les consommateurs jouissent d'une protection transparente et efficace, il faut que les gouvernements déterminent si la mise en œuvre des règles et pratiques en vigueur suffit à protéger les consommateurs en ligne, en particulier les voyageurs, ou si un nouveau corpus de règles ou de mesures d'autoréglementation s'impose. Tout effort engagé dans ce sens suppose de prendre dûment en considération la dimension mondiale de la place de marché et l'impératif d'adopter une approche globale des questions liées à la protection du consommateur ne tendant pas à entraver indûment la croissance et le développement du commerce électronique en général et du tourisme électronique en particulier.

5. Protection de la vie privée

44. Parmi les autres questions dégagées lors de la Réunion d'experts figure la nécessité d'assurer le respect de la vie privée. La plupart des pays ont érigé le droit à la vie privée en droit fondamental de la personne humaine depuis l'adoption de la Déclaration universelle des droits de l'homme par l'Assemblée générale des Nations Unies, en 1948 (art. 12). Pour garantir l'exercice du droit à la vie privée, de nombreux pays ont conclu des traités et accords à l'échelon régional avant, plus récemment, de se doter de dispositions législatives et/ou de mécanismes d'autoréglementation tendant à protéger les particuliers contre l'usage abusif de données personnelles les concernant. Pratiquement toute opération commerciale électronique donne lieu au transfert de données personnelles, telles que le nom du particulier, son adresse et le numéro de sa carte de crédit; or des données personnelles de ce type sont susceptibles d'être acheminées via des pays dépourvus de législation relative à la protection de données ou bien dotés d'une législation lacunaire. Diverses approches – allant de la réglementation exhaustive à la réglementation sectorielle en passant par l'autoréglementation et la coréglementation – ont été mises en œuvre dans le souci d'assurer la protection des données. Pour déterminer à quel point pareille protection est adéquate, il convient de se pencher non seulement sur la teneur des règles

applicables aux données personnelles mais aussi sur les procédures en place pour en assurer la bonne application. À cet égard, la définition d'un système type de protection des données contribuerait utilement à faciliter la recherche d'une solution mondiale au problème que posent les flux transfrontières de données personnelles.

6. Droits de propriété intellectuelle

45. Même si l'institution et le respect de la propriété intellectuelle présentent par essence un caractère territorial, les droits s'y rapportant ne peuvent que revêtir une dimension internationale car les flux d'informations transcendent les frontières et sont intangibles. La création de l'Internet s'est traduite par un accroissement marqué de la rapidité et de l'efficacité des échanges transnationaux d'informations tout en permettant une intensification des échanges – autorisés ou non – d'idées protégées par un brevet et d'ouvrages assortis de droits d'auteur. L'Internet a en outre aidé des entreprises autrefois locales, même de petite taille, à se faire connaître sur la scène internationale, conférant ainsi une importance cruciale à la fonction d'identification de la source (marque). Un aspect déterminant de cette question est la relation existant entre les "noms de domaine" – noms faciles à se rappeler et conviviaux servant à désigner les sites Internet – et les marques déposées. Les litiges nés du dépôt de certains noms de domaine en contravention avec les droits de propriété intellectuelle ont conduit l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) à formuler un certain nombre de recommandations à ce sujet à l'intention de l'ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers). Ces recommandations portent sur l'adoption d'un certain nombre de pratiques types améliorées par les autorités chargées de l'enregistrement, la politique en matière de règlement des litiges liés à l'enregistrement abusif de noms de domaine, la protection des marques célèbres et les conditions d'introduction de nouveaux noms de domaine génériques. La définition de principes juridiques et de pratiques types dans ce domaine devrait avoir pour but d'assurer la protection des droits de propriété intellectuelle sans entraver la croissance du commerce électronique.

7. Cryptage et signatures électroniques

46. En ce qui concerne le cryptage et les certificats ou signatures électroniques, un consensus semble se dégager quant à la nécessité critique de mettre en place un mécanisme d'authentification sûr des communications électroniques pour favoriser le développement du commerce électronique. Pareil mécanisme doit garantir confidentialité, authentification (permettre à chaque partie à une transaction de vérifier avec certitude l'identité de l'autre partie) et non-résiliation (faire en sorte que les parties à une transaction ne puissent ultérieurement revenir sur leur engagement). Les projets de Règles uniformes sur les signatures électroniques et de Guide pour l'incorporation dans le droit interne des Règles uniformes en cours de finalisation par la CNUDCI constitueront une référence internationale importante pour les pays en développement soucieux de se doter d'une législation relative aux signatures électroniques.

IV. PROPOSITIONS RELATIVES AUX TRAVAUX FUTURS DE LA CNUCED EU ÉGARD AUX CONCLUSIONS DE LA RÉUNION D'EXPERTS

47. Les délibérations et recommandations de la Réunion d'experts confortent le mandat énoncé dans le Plan d'action adopté par la Conférence à sa dixième session de même que les recommandations formulées à l'occasion d'une série de séminaires et tables rondes régionaux de la CNUCED consacrés au commerce électronique et au développement. Elles permettent de

dégager, comme exposé ci-après, la teneur des travaux futurs de la CNUCED dans le domaine du commerce électronique.

48. Il est nécessaire que le secrétariat de la CNUCED continue à étudier les incidences économiques, sociales et juridiques du commerce électronique pour les pays en développement dans la perspective du développement, comme la Conférence l'a demandé à sa dixième session. Vu l'intérêt suscité par la publication de la CNUCED intitulé *Building Confidence*, le secrétariat publiera les résultats de ses travaux analytiques dans une publication annuelle qui portera sur les questions générales de politique dans le domaine du commerce électronique ainsi que sur certains points plus techniques, afin d'offrir une source d'informations utile sur la formulation de stratégies et de politiques relatives au commerce électronique. Cette publication sera de plus diffusée et utilisée dans le cadre d'activités techniques de la CNUCED sur le terrain afin de contribuer à sensibiliser les pays en développement aux nouvelles technologies de l'information et à mettre en place des capacités dans ce domaine. Étant donné le surcroît de travail qu'entraînera cette activité, la Commission pourrait envisager de recommander d'attribuer au secrétariat les ressources humaines et financières voulues au titre du budget ordinaire.

49. Il est essentiel que le secrétariat de la CNUCED continue à suivre les tendances dans l'industrie du tourisme, en accordant en particulier une attention prioritaire et un appui au développement d'un tourisme économiquement, socialement et culturellement viable dans les pays en développement. Ces travaux analytiques - à entreprendre en étroite collaboration avec l'Organisation mondiale du tourisme, les centres de recherche sur le tourisme et les établissements universitaires - auront pour but de formuler des recommandations tendant à optimiser les retombées du commerce électronique sur le plan du développement et seront consignés dans le prochain numéro de la publication annuelle. Ces travaux seront illustrés, et au besoin complétés, par des études de cas et des analyses concernant certains points techniques tels que les paiements en ligne et des technologies nouvelles - du type télévision interactive et téléphonie cellulaire - susceptibles de servir de vecteurs au commerce électronique. Les paiements en ligne, en particulier, constituent un domaine dans lequel la Réunion d'experts a estimé qu'il y avait lieu de prendre d'urgence des dispositions. Face à ces préoccupations, il pourrait être souhaitable d'organiser une réunion d'experts sur le commerce électronique et les services financiers chargés d'étudier cette question plus avant et de proposer une action stratégique.

50. Conformément à une recommandation adoptée par la Réunion d'experts sur le renforcement des capacités dans le domaine du commerce électronique : Aspects juridiques et réglementaires (14-16 juillet 1999), approuvée ultérieurement après modification par la Commission à sa quatrième session (19-23 juillet 1999) (voir TD/B/COM.3/28 et TD/B/COM.3/29), la CNUCED continuera à suivre l'évolution des aspects juridiques et réglementaires du commerce électronique et en informer les pays, en s'intéressant tout particulièrement aux questions suivantes : juridiction, droit applicable, mécanismes de règlement des litiges, fiscalité, propriété intellectuelle, noms de domaine, respect de la vie privée et protection des données, protection des consommateurs, criminalité informatique, réglementation du contenu de l'Internet, authentification, les règles de droit concernant les autorités de certification et leurs incidences sur la reconnaissance internationale des certificats, et rôle des organismes d'agrément et de normalisation. Ce faisant, elle devrait coopérer étroitement avec les autres organismes internationaux compétents, comme la CNUDCI, la Commission économique pour l'Europe, l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle, l'Organisation mondiale du commerce et l'Organisation de coopération et de développement économiques. Afin d'informer

les pays en développement de l'évolution dans ce domaine, le secrétariat incorporera dans sa publication annuelle relative au commerce électronique et au développement un chapitre sur les faits nouveaux d'ordre juridique et réglementaire concernant le commerce électronique.

51. La CNUCED devrait aider les OGD des pays en développement et des pays en transition à formuler une stratégie en matière de commerce électronique. Le secrétariat de la CNUCED pourrait en particulier, en collaboration avec les instituts de recherche et avec l'Organisation mondiale du tourisme, élaborer du matériel de formation ad hoc à l'intention des OGD pour faciliter leur informatisation et renforcer leur aptitude à s'acquitter des fonctions qui leur sont imparties. Ce matériel de formation pourrait ensuite être utilisé dans le cadre du programme TRAINFORTRADE. Le secrétariat pourrait en outre aider à promouvoir des partenariats entre les OGD des pays en développement, d'une part, et les intermédiaires et OGD des pays d'origine, de l'autre, et d'une manière générale à promouvoir les échanges de données d'expérience entre les OGD des différents pays et des différentes régions.

52. Le secrétariat de la CNUCED pourrait engager une réflexion sur des modalités qui permettraient à la CNUCED de jouer un rôle de pépinière de petites et moyennes entreprises de commerce électronique et de tourisme électronique, dans le cadre de programmes appropriés des Nations Unies. Dans ce même cadre, le secrétariat pourrait en outre étudier les moyens de promouvoir la visibilité des portails touristiques dans les pays en développement, ainsi que les possibilités de créer un portail mondial consacré au tourisme au profit des pays en développement.

53. En coopération avec les organisations internationales compétentes, la CNUCED s'efforcera, à l'aide des ressources humaines et financières à sa disposition, d'aider les pays en développement, à la demande, à déterminer les incidences des diverses approches législatives envisageables pour encadrer le commerce électronique.

54. Afin de sensibiliser davantage les fonctionnaires nationaux, les praticiens du commerce, les juristes et les entrepreneurs des pays en développement aux aspects juridiques du commerce électronique, un cours sur les aspects juridiques du commerce électronique est en voie de mise au point dans le cadre de TRAINFORTRADE et sera dispensé à partir du début de l'année prochaine. Élaboré en étroite collaboration avec la CNUDCI, ce cours comportera un module exposant en détail les questions juridiques soulevées par le commerce électronique, les problèmes se posant dans un environnement électronique et les solutions possibles. Le cours abordera les points suivants : conclusion, respect et validité des contrats; prescriptions réglementaires (respect de leurs engagements par les entreprises, commercialisation/publicité); sécurité, questions de juridiction; paiement; fiscalité; protection des consommateurs, protection des données et règlement des litiges.
