



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

Distr.  
GÉNÉRALE

TD/B/COM.3/30  
TD/B/COM.3/EM.9/3  
30 novembre 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

**RAPPORT DE LA RÉUNION D'EXPERTS SUR LE COMMERCE  
ÉLECTRONIQUE ET LE TOURISME**

tenue au Palais des Nations, à Genève, du 18 au 20 septembre 2000

**TABLE DES MATIÈRES**

<u>Chapitre</u>	<u>Page</u>
I. Recommandations .....	2
II. Résumé des discussions informelles de la Réunion d'experts établi par le Président .....	6
III. Questions d'organisation .....	11
<u>Annexes</u>	
I. Suggestions présentées par les pays latino-américains.....	13
II. Participation .....	14

## I. RECOMMANDATIONS<sup>1</sup>

1. Les experts ont exprimé leurs vues sur les politiques et les stratégies devant être adoptées par les pays en développement pour accroître leur participation au commerce électronique dans le secteur du tourisme et sur le rôle que pourraient jouer la CNUCED et d'autres organisations internationales pour que ces politiques et ces stratégies contribuent au développement. On trouvera ci-après un résumé des recommandations formulées par les experts. Les vues exprimées n'étaient pas nécessairement partagées par tous les participants; ce résumé reflète donc une large diversité de vues.

### A. Recommandations adressées aux gouvernements et aux entreprises

2. 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.
3. Intégrer le "tourisme électronique" dans une stratégie multisectorielle d'amélioration de l'accès à Internet et des infrastructures de télécommunication, et utiliser cette stratégie pour influencer l'investissement dans le secteur des télécommunications.
4. Libéraliser les services de télécommunications et les services Internet afin d'attirer de nouveaux investissements, d'abaisser les prix et d'améliorer la qualité des services.
5. Actualiser en permanence le contenu local des sites Internet dans les langues vernaculaires et les langues des principaux consommateurs de services touristiques afin de fournir des renseignements et des bases de données sur les expériences et les attractions touristiques ainsi que des renseignements généraux sur les destinations.
6. Examiner les travaux de recherche existants, et réaliser des travaux de recherche supplémentaires le cas échéant, sur le commerce électronique dans le secteur du tourisme afin de disposer d'une information sur les tendances du marché, les besoins des consommateurs, l'utilisation des sites Web, les profils démographiques, les incidences de l'absence de possibilités de réaliser des transactions en ligne et autre information pouvant contribuer au développement d'une industrie touristique viable.
7. Mettre en place, dans les pays en développement, des mécanismes permettant de sécuriser les paiements électroniques se rapportant à des transactions touristiques aux niveaux local, régional et mondial.
8. Promouvoir un tourisme qui soit socialement, culturellement, écologiquement et économiquement viable. À cette fin, instaurer des partenariats et des relations entre tous les maillons de la chaîne d'approvisionnement dans le secteur du tourisme – pouvoirs publics, organisations de gestion ou de promotion des destinations (OGD), fournisseurs locaux de services touristiques, agents de voyages et autres intermédiaires, systèmes mondiaux de distribution, portails Web spécialisés dans les voyages, secteur des technologies de l'information et de la communication, communautés locales, prestataires étrangers de services.

---

<sup>1</sup> Adoptées par la Réunion d'experts à sa séance plénière de clôture, le 20 septembre 2000.

9. Intégrer les nouvelles filières de tourisme électronique dans les filières de distribution traditionnelles et non traditionnelles et promouvoir le développement de sites Web spécialisés (par exemple, écotourisme, tourisme culturel). Ces filières de distribution pourraient s'appuyer sur une base de données commune qui permettrait de répartir les coûts de développement et de proposer une information impartiale.
10. Élaborer au niveau national une stratégie, des plans et des directives concernant le tourisme électronique et associer les acteurs du secteur et les communautés locales à l'élaboration des stratégies et des produits touristiques dans le contexte de stratégies globales de commercialisation et de développement de l'offre touristique.
11. Définir des normes de services et élaborer des lois et règlements appropriés qui inspireront confiance aux consommateurs et garantiront la confidentialité et la protection des droits des consommateurs et des droits de propriété intellectuelle. Coopérer également à la mise en place d'un instrument international permettant de protéger les voyageurs réalisant des transactions sur Internet.
12. Demander aux gouvernements d'étudier ensemble 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.
13. Renforcer à tous les niveaux les organisations de gestion ou de promotion des destinations (OGD) afin de leur donner les moyens de coordonner les activités des acteurs publics et privés compétents et de jouer ainsi un plus large rôle, s'agissant notamment de permettre aux pays en développement de tirer parti des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Pour être efficaces, les OGD doivent être représentatives de tous les acteurs compétents au niveau local, avoir de solides bases institutionnelles et être dotées des ressources humaines, financières et logistiques nécessaires. À terme, cela permettrait aux pays en développement de profiter d'une coopération et d'une intégration verticales.
14. Élargir le rôle des OGD en matière de commerce électronique. Ces organisations devraient promouvoir les destinations dans les portails consacrés au tourisme, les moteurs de recherche et les passerelles, et aussi multiplier les liens et les renvois de façon que l'on puisse accéder à des descriptions de destinations sans se limiter à une recherche par site touristique ou nom de pays.
15. Renforcer, dans le cadre de toute stratégie d'expansion des sites Web, l'image de marque des destinations afin de susciter l'intérêt et la confiance des consommateurs.
16. Renforcer les capacités par la formation et l'éducation de base dans les domaines pertinents, par exemple l'informatique et les télécommunications, et mener des campagnes de sensibilisation sur le tourisme électronique.
17. Les gouvernements et les institutions donatrices devraient encourager les activités relatives au commerce électronique par des subventions, des incitations fiscales, des lignes de crédit spéciales et autres modalités de financement initial, et doter les OGD des ressources technologiques et financières nécessaires.

18. Le développement des transactions en ligne doit être associé au développement des sites touristiques et de la qualité des produits touristiques, ainsi qu'à la fourniture de services d'appui (services bancaires, assurances, transports, douanes). Étant donné qu'il n'est pas encore possible de généraliser les transactions en ligne, les stratégies en matière de promotion des destinations devraient comprendre un appui aux transactions ordinaires, ainsi que le recours à des centres d'appel locaux et aux connaissances et compétences locales.

19. 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.

## **B. Recommandations adressées à la CNUCED**

En coopération avec d'autres organismes appropriés, la CNUCED devrait :

20. Analyser les incidences que le commerce électronique dans le secteur du tourisme a eues ou aura sur le développement et les politiques de développement. Cette analyse devrait porter sur les incidences positives, négatives ou neutres, ainsi que sur leurs causes, et conduire à formuler des recommandations pour une exploitation optimale du commerce électronique dans l'intérêt du développement.

21. Diffuser des informations dans les pays en développement sur la nature et le contenu des politiques gouvernementales en matière de tourisme électronique, en s'appuyant sur l'expérience acquise dans les pays en développement et les pays développés.

22. Accorder une attention et un appui prioritaires au développement d'un tourisme électronique durable dans les pays en développement.

23. Encourager l'échange d'expériences entre les gouvernements et les entreprises du secteur de tourisme des pays en développement, d'une part, et les gouvernements et les entreprises d'autres pays, d'autre part, et diffuser dans les pays en développement une information sur les expériences en matière de tourisme électronique par le biais de différents sites Web, de publications périodiques, d'une coopération interinstitutions, etc.

24. Concevoir et réaliser des études de cas et des analyses sur le commerce électronique dans le secteur du tourisme, s'agissant notamment des problèmes relatifs aux transactions en ligne, des questions de sécurité (cryptage, certificats ou signatures électroniques), et de nouvelles technologies en matière de commerce électronique telles que la télévision interactive et les téléphones cellulaires; et collaborer avec des centres de recherche sur le tourisme et des établissements universitaires en vue de promouvoir le renforcement des capacités et des connaissances concernant le tourisme électronique dans les pays en développement.

25. Encourager l'adoption de normes de données ouvertes, de signatures électroniques et de nouvelles techniques Internet (par exemple, nouveaux noms de domaines principaux tels que .geo) pouvant contribuer à l'ouverture du marché du tourisme électronique, en tenant compte en particulier des aspects liés au développement, et veiller à ce que le commerce électronique réponde équitablement aux besoins des pays développés et des pays en développement et puisse contribuer à une responsabilisation sociale et environnementale dans le secteur du tourisme.

26. Promouvoir des échanges d'informations sur les moyens d'accroître l'efficacité des OGD.
27. Proposer 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 des Nations Unies appropriés.
28. 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.
29. Contribuer à promouvoir des partenariats entre OGD de pays en développement, d'une part, et intermédiaires et OGD de pays d'origine, d'autre part, et encourager des activités conjointes de commercialisation entre OGD de pays en développement.
30. Renforcer les capacités par la formation et l'éducation de base dans les domaines pertinents, par exemple l'informatique et les télécommunications, et mener des campagnes de sensibilisation sur le tourisme électronique.

## II. RÉSUMÉ DES DISCUSSIONS INFORMELLES DE LA RÉUNION D'EXPERTS ÉTABLI PAR LE PRÉSIDENT

31. L'industrie du tourisme est entrée dans une phase de développement extrêmement dynamique, car un nombre croissant de personnes voyageront plus souvent vers un plus grand nombre de destinations et voudront vivre des expériences plus diverses. Les projections pour 2003 indiquent une multiplication par deux et demi des réservations en ligne par rapport à l'an 2000. Pour de nombreux pays en développement, le tourisme est une importante source de revenus et de devises; c'est un secteur dans lequel beaucoup de pays bénéficient d'un avantage compétitif manifeste et qui offre donc de formidables perspectives de croissance.

32. Dans ce contexte, le principal thème des discussions à la Réunion d'experts a porté sur les perspectives ouvertes au secteur du tourisme par les nouvelles technologies de l'information, ainsi que sur les difficultés inhérentes auxquelles étaient confrontés les opérateurs commerciaux. Les discussions informelles ont été principalement axées sur trois sujets : l'expérience des professionnels du secteur du tourisme qui utilisent Internet dans les pays en développement; le rôle des organisations de gestion et de promotion des destinations; et les technologies de l'information et de la communication. Dans chaque cas, des options stratégiques à l'intention des pays en développement ont été identifiées et examinées par les experts.

33. Le premier sujet a été illustré par plusieurs entreprises qui ont présenté leurs stratégies en matière de commerce électronique. Les entreprises du secteur du tourisme utilisaient Internet de diverses façons. Certaines fonctionnaient comme des agences de voyages traditionnelles et réalisaient des ventes supplémentaires via leur site Web. D'autres étaient uniquement des portails touristiques virtuels et se présentaient comme un nouveau type d'intermédiaires, s'adressant non seulement au consommateur final mais aussi aux prestataires de services et aux agents de voyages. Généralement, ces entreprises proposaient un large éventail de services : elles aidaient notamment les consommateurs à trouver le meilleur prix pour des produits touristiques en leur proposant un vaste catalogue en ligne, elles assuraient réservations et ventes en ligne pour le compte de prestataires de services, ou encore elles géraient les sites Web d'agents de voyages.

34. Les principaux obstacles rencontrés par ces entreprises ont été évoqués. En tout premier lieu, le coût de la technologie et de la connexion à Internet restait extrêmement élevé, en particulier dans les pays où le secteur de télécommunications était encore un monopole d'État. Les agents de voyages déploraient donc que seule une minorité de prestataires de services et de consommateurs dans leur pays puisse avoir accès à Internet, ce qui les empêchait de tirer pleinement parti de leur stratégie de commerce électronique. Il était difficile de convaincre des opérateurs commerciaux de l'utilité d'adopter des technologies Internet et Intranet vu le coût actuel de ces instruments.

35. En outre, la gestion des sites Web était onéreuse, en particulier eu égard à la nécessité de mettre à jour en permanence l'information, de suivre l'évolution rapide de la technologie, de présenter un site attrayant au moyen d'un environnement graphique accrocheur et de répondre à toutes les demandes reçues par courrier électronique. La commercialisation d'un site Web était également difficile, car il fallait l'enregistrer auprès d'un nombre toujours croissant de moteurs de recherche et se positionner correctement sur les portails consacrés au tourisme afin d'attirer un grand nombre de visiteurs.

36. Un autre important obstacle était que, dans de nombreux pays, la réglementation nationale ne prévoyait rien en matière de paiements en ligne. Dans ces pays, les entreprises réalisant des transactions commerciales par voie électronique court-circuitaient le système bancaire local ou déplaçaient leurs services en ligne vers des pays où ces paiements étaient possibles. Il en résultait que les recettes touristiques n'étaient pas nécessairement entièrement comptabilisées sur le marché de destination. Les pays en développement étaient donc encouragés à prendre les mesures législatives nécessaires à une généralisation des techniques de paiement en ligne.

37. Quelques experts ont déploré l'absence d'office du tourisme qui puisse vendre un pays en tant que destination touristique, ou l'inefficacité de cet organisme, le cas échéant.

38. Les experts ont identifié les conditions de succès des entreprises. Tout d'abord, il était important de choisir une technologie évolutive et adaptable, afin de pouvoir publier une information locale et cibler la bonne audience au moyen de la technologie la plus appropriée. L'un des experts a présenté le modèle d'organisation de sa société, qui reposait sur l'utilisation simultanée de différentes technologies : Internet et la messagerie électronique étaient complétés par une chaîne de télévision câblée, un système de communications hertziennes (WAP) et un système de messagerie SMS (Short Messaging System).

39. Un autre facteur essentiel de succès était la maîtrise de l'offre, c'est-à-dire le préachat de chambres d'hôtel et d'autres services touristiques, qui permettait d'obtenir de larges rabais et de maîtriser la qualité. Il était surtout primordial d'investir dans le capital humain, ce qui exigeait d'importants moyens de formation technique et aussi un renforcement des capacités au sens large.

40. Le deuxième sujet examiné concernait le rôle des organisations de gestion et de promotion des destinations (OGD). Les OGD étaient fondamentalement différentes des intermédiaires touristiques généralistes et avaient donc un rôle bien précis à jouer; les experts sont convenus que leur domaine de compétence traditionnel était la promotion de leurs destinations par le biais d'activités de relations publiques, d'activités renforçant la confiance des consommateurs et d'activités propres à un centre d'information touristique en ligne.

41. Les experts ont souligné qu'actuellement, les prestataires de services dans les pays en développement ne percevaient effectivement qu'un faible pourcentage des recettes provenant du tourisme - 30 % seulement dans certains cas. Un expert a toutefois fait observer que ce chiffre s'expliquait par le fait qu'une grande partie des 70 % restants correspondait aux frais de voyage et au coût des transports internationaux. Pour en bénéficier, il faudrait que les pays en développement exploitent des liaisons aériennes internationales. Quoi qu'il en soit, les experts ont estimé que les OGD et les prestataires de services dans les pays en développement pouvaient accroître leur part des recettes touristiques grâce à Internet en faisant l'économie d'intermédiaires qui n'ajoutaient pas nécessairement de la valeur aux produits. Il fallait améliorer la rentabilité à long terme des opérateurs du secteur privé en renforçant leur pouvoir de négociation vis-à-vis des grandes entreprises du secteur. Un accroissement de la part des revenus revenant aux pays permettrait aux OGD non seulement de devenir de véritables centrales d'information et de réservation, mais aussi de "gérer" leurs destinations. Cela passait par une compréhension à long terme et une gestion prudente de l'impact social, culturel et environnemental du tourisme.

42. À cet égard, les OGD devraient contribuer à la mise en place d'un partenariat entre toutes les parties à la chaîne d'approvisionnement en produits et services touristiques - gouvernement, prestataires locaux de services de tourisme, agents de voyages et autres intermédiaires, systèmes mondiaux de distribution, portails consacrés aux voyages, secteur des technologies de l'information et de la communication, communautés locales, fournisseurs étrangers - en vue d'accroître la part des recettes restant dans le pays et de préserver la qualité à long terme des destinations.

43. Avec Internet, l'idée d'un partenariat revêtait d'autant plus d'importance qu'il fallait éviter un morcellement excessif de l'information entre de trop nombreux sites Web. Les OGD pouvaient jouer un rôle appréciable à cet égard en favorisant une certaine cohérence entre les plates-formes de commerce électronique utilisées par les producteurs de services touristiques et en instaurant de bonnes liaisons avec les principaux portails de produits touristiques, moteurs de recherche et services d'accès.

44. Les experts ont souligné qu'il existait de nombreuses sortes d'OGD. Ces organisations pouvaient être des organisations publiques, semi-privées ou privées : il ne pouvait y avoir de stratégie unique pour toutes les OGD, et il fallait donc explorer toutes les options possibles. En fonction des conditions locales, outre fournir une information sur leurs destinations, ces organisations pouvaient assurer directement des services électroniques, par exemple, prendre des réservations en ligne pour des prestataires locaux. Enfin, elles pouvaient aussi contribuer à sensibiliser les prestataires de services de tourisme électronique aux progrès techniques les intéressant, assurer la formation du personnel de leurs filiales et négocier avec les banques et les organismes financiers une diminution des frais bancaires liés aux paiements en ligne. En collaboration avec le secteur privé, les OGD pouvaient aussi développer un tourisme spécifique - par exemple, écotourisme, tourisme culturel - qui pouvait être particulièrement bien adapté à une commercialisation sur Internet.

45. Les OGD présentes à la Réunion ont déploré le coût élevé des connexions Internet, les difficultés d'accès dans de grandes parties de leur pays et l'absence de "culture Internet" chez les prestataires de services touristiques. Elles ont en outre souligné que les pays en développement devaient non seulement s'efforcer d'accroître leur présence sur le Web, mais aussi développer leurs produits et attractions touristiques ainsi que divers services d'appui, tels que services bancaires, assurances, transports et douanes.

46. Pour être efficaces, les OGD devaient 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 pouvaient être expérimentées, dont la création de portails régionaux ou sous-régionaux, en partie financés par une commission prélevée sur les ventes. Une coopération internationale de la part d'institutions spécialisées telles que l'Organisation mondiale du tourisme et la CNUCED serait également nécessaire. La formation et le renforcement des capacités, jugés essentiels, pourraient être conçus et exécutés conjointement par la CNUCED, l'Organisation mondiale du tourisme et des établissements de formation spécialisés. La CNUCED pourrait également contribuer à la création d'un portail Web international pour les OGD, de façon à accroître leur présence sur Internet.

47. Le troisième sujet examiné concernait les technologies de l'information et de la communication, et leur contribution au commerce électronique dans le secteur du tourisme. Ces technologies étaient à la base du commerce électronique dans ce secteur. Des intermédiaires technologiques pouvaient s'occuper des aspects proprement techniques, ce qui permettrait aux entreprises de tourisme et aux agents de voyages de se concentrer sur leur activité principale. Par exemple, un fournisseur de services touristiques, tel qu'une société de location de véhicules ou un hôtel, pouvait faire connaître ses capacités sur un très large éventail de filières de distribution à travers une seule connexion Internet. D'après certains experts, l'absence de réseau terrestre pouvait cesser d'être un problème avec la technologie Internet sans fil et la technologie des satellites en orbite terrestre basse, ce qui permettrait aux pays en développement de passer directement à l'ère du commerce électronique. D'après d'autres experts, les nouvelles technologies pouvaient être un obstacle supplémentaire pour les pays en développement, et le succès d'une stratégie de commerce électronique passait par une coopération entre les pouvoirs publics, les entreprises et les simples individus.

48. En outre, les experts ont examiné les éventuelles conséquences pour l'industrie du tourisme de nouvelles initiatives, dont la proposition d'un nouveau nom de domaine ".geo".

49. Concernant les options stratégiques pour les pays en développement, une option possible pour résoudre les problèmes d'accès public à Internet communs à de nombreux pays en développement était celle des kiosques Internet et des télécentres communautaires polyvalents (TCP). Les TCP pouvaient s'adresser à différents publics (personnes âgées, enfants, jeunes adultes, entrepreneurs, etc.), et ils pouvaient être créés en partenariat avec les pouvoirs publics, le secteur privé, des organisations non gouvernementales et des organisations internationales.

50. Ont également été examinées diverses pratiques anticoncurrentielles dans l'industrie du tourisme : offre sélective de places d'avion et de chambres d'hôtel dans les systèmes mondiaux de réservation, droits élevés d'accès aux systèmes de réservation informatisés, obstacles à l'entrée de nouveaux concurrents sur les itinéraires à gros trafic, fusions de voyagistes, prix prédateurs et clauses d'exclusivité dans les contrats de réservation de chambres d'hôtel, etc. Une réunion d'experts organisée à la CNUCED en 1998 avait notamment recommandé l'adoption d'une annexe à l'AGCS consacrée au tourisme qui établirait de nouvelles disciplines applicables aux services touristiques; cela serait essentiel pour promouvoir une concurrence équitable et assurer un développement durable de l'industrie du tourisme.

51. Un certain nombre d'experts ont notamment suggéré que la CNUCED réalise les activités ci-après :

- Analyser les avantages concrets pour les pays en développement du "tourisme électronique" et sensibiliser ces pays aux technologies de l'information et de la communication;
- Faire mieux comprendre les mesures générales nécessaires dans le contexte de l'industrie du tourisme, ainsi que la nécessité d'adopter une politique générale de promotion du commerce électronique dans les pays en développement;

- Concevoir, en coopération avec des établissements de formation et d'autres organisations internationales, un module de formation à l'intention des voyageurs dans les pays en développement pour les aider à passer du commerce traditionnel au commerce électronique;
- Aider les OGD des pays en développement à acquérir la capacité de mieux gérer, à long terme, leurs destinations, en encourageant un échange d'expériences entre OGD de diverses régions;
- Promouvoir la visibilité des portails touristiques dans les pays en développement, éventuellement en créant un portail mondial à l'intention des pays en développement;
- Convoquer une réunion d'experts sur les paiements électroniques et la sécurité des transactions sur Internet, s'agissant en particulier des signatures électroniques;
- Explorer les moyens de jouer un rôle de "pépinière" d'entreprises de commerce électronique et de petites et moyennes entreprises de tourisme électronique.

### **III. QUESTIONS D'ORGANISATION**

#### **A. Convocation de la réunion d'experts**

52. Conformément à la décision adoptée par le Conseil du commerce et du développement à sa vingt-quatrième réunion directive, le 12 mai 2000<sup>2</sup>, la Réunion d'experts sur le commerce électronique et le tourisme a eu lieu au Palais des Nations, à Genève, du 18 au 20 septembre 2000; elle a été ouverte le 18 septembre 2000 par M. Jean Gurunlian, Directeur de la Division de l'infrastructure des services pour le développement et de l'efficacité commerciale.

#### **B. Élection du bureau**

(Point 1 de l'ordre du jour)

53. À sa séance d'ouverture, la Réunion d'experts a élu le bureau suivant :

Président : M. Virasakdi Futrakul (Thaïlande)

Vice-Président/Rapporteur : M. Patrick Pardo (Suisse)

#### **C. Adoption de l'ordre du jour**

(Point 2 de l'ordre du jour)

54. À la même séance, la Réunion d'experts a adopté l'ordre du jour provisoire qui avait été distribué sous la cote TD/B/COM.3/EM.9/1/Rev.1; l'ordre du jour de la Réunion se lisait donc comme suit :

1. Élection du bureau
2. Adoption de l'ordre du jour
3. Commerce électronique et tourisme
4. Adoption des recommandations ou conclusions de la Réunion

#### **D. Documentation**

55. Pour l'examen du point de fond de son ordre du jour (point 3), la Réunion d'experts était saisie d'un rapport du secrétariat de la CNUCED intitulé "Commerce électronique et tourisme : Nouvelles perspectives et nouveaux enjeux pour les pays en développement" (TD/B/COM.3/EM.9/2).

---

<sup>2</sup> Voir le rapport du Conseil du commerce et du développement sur sa vingt-quatrième réunion directive (TD/B/EX(24)/3, par. 46 et annexe III).

## **E. Adoption des recommandations ou conclusions de la Réunion**

(Point 4 de l'ordre du jour)

56. À sa séance de clôture le 20 septembre 2000, la Réunion d'experts a autorisé le Rapporteur à établir, sous l'autorité du Président, le rapport final de la Réunion, et à y inclure les recommandations qu'elle avait adoptées (voir le chapitre I), ainsi que le résumé des discussions informelles établi par le Président (voir le chapitre II); elle a également décidé de faire figurer dans le rapport, en tant qu'annexe I, un texte intitulé "Suggestions présentées par les pays latino-américains".

## Annexe I

### SUGGESTIONS PRÉSENTÉES PAR LES PAYS LATINO-AMÉRICAINS

Les pays latino-américains présents à la Réunion d'experts sur le commerce électronique et le tourisme – Brésil, Chili, Colombie, Équateur, Mexique, Panama, Pérou, Uruguay et Venezuela – présentent les recommandations ci-après, en demandant qu'elles soient intégrées aux conclusions de la Réunion :

1. Nous considérons que la mondialisation doit contribuer à une croissance économique durable et à un développement soutenu. En conséquence, la coopération internationale doit viser à apporter un soutien efficace aux efforts locaux et régionaux;
2. La promotion de l'image touristique d'une région ou d'un pays, par exemple la commercialisation de produits et de services touristiques par le biais de réseaux de communication, doit faciliter et renforcer la participation des pays en développement;
3. La commercialisation électronique de ces produits et services doit encourager une participation active et compétitive des pays en développement et contribuer au développement social de leur économie;
4. Les suggestions ci-après peuvent également être adoptées par d'autres régions du monde présentant des caractéristiques géographiques, ethnographiques, culturelles et environnementales analogues :
  - a) Nous suggérons que des organisations multilatérales telles que la CNUCED et l'Organisation mondiale du tourisme (OMT) encouragent le transfert de technologie, de ressources financières et de connaissances vers les pays en développement de façon que les petites et moyennes entreprises, qui constituent la majorité des entreprises dans nos pays, puissent bénéficier des possibilités offertes par le nouvel ordre économique;
  - b) Nous suggérons que ces organisations multilatérales et d'autres poursuivant des objectifs analogues amènent et encouragent les gouvernements de nos pays à reconnaître l'importance de cette évolution et accordent la priorité dans leurs politiques et programmes aux moyens budgétaires et logistiques nécessaires pour mettre en œuvre ces solutions;
  - c) Nous demandons à ces organisations (CNUCED, OMT et autres) d'apporter l'appui technique, logistique et pédagogique nécessaires à la création d'un portail Internet sud-américain, qui permettra de faire connaître toute la richesse de nos ressources naturelles, notre culture, notre patrimoine historique et architectural, nos sites touristiques naturels et nos réalisations modernes, point de départ du développement d'une autre forme de tourisme qui fait l'objet d'une demande croissante dans les pays économiquement plus avancés;
  - d) Quant à nous, nous nous engageons à développer un tourisme durable et soutenu, reposant sur des principes de qualité, de service, de sécurité et de bonne gestion.

## Annexe II

### PARTICIPATION\*

1. Des experts des États membres de la CNUCED ci-après ont participé à la Réunion :

Albanie	Lettonie
Allemagne	Liban
Angola	Madagascar
Arabie saoudite	Malaisie
Arménie	Malawi
Autriche	Maroc
Bahamas	Maurice
Barbade	Mexique
Bénin	Myanmar
Bolivie	Niger
Brésil	Oman
Burkina Faso	Panama
Cameroun	Pays-Bas
Chili	Pérou
Chine	Philippines
Colombie	Qatar
Congo	Républicaine dominicaine
Costa Rica	République populaire démocratique de Corée
Côte d'Ivoire	République-Unie de Tanzanie
Cuba	Roumanie
Chypre	Royaume-Uni de Grande-Bretagne et d'Irlande du Nord
El Salvador	Sainte-Lucie
Équateur	Samoa
Espagne	Sao Tomé-et-Principe
Éthiopie	Sénégal
Fédération de Russie	Slovaquie
Finlande	Slovénie
France	Soudan
Ghana	Suède
Grèce	Suisse
Guatemala	Thaïlande
Guinée	Togo
Guinée-Bissau	Trinité-et-Tobago
Haïti	Turquie
Iran (République islamique d')	Uruguay
Israël	Vanuatu
Italie	Venezuela
Jamaïque	Yémen
Japon	Zambie
Jordanie	
Kenya	

---

\* La liste des participants porte la cote TD/B/COM.2/EM.7/INF.1.

2. La Palestine a participé à la Réunion en qualité d'observateur.
3. Les organismes intergouvernementaux ci-après étaient représentés à la Réunion :
  - Association des organisations africaines de promotion commerciale
  - Ligue des États arabes
  - Organisation arabe du travail
  - Organisation de la Conférence islamique
  - Organisation mondiale du tourisme.
4. Les institutions spécialisées et institutions apparentées ci-après étaient représentées à la Réunion :
  - Organisation internationale du Travail
  - Organisation des Nations Unies pour le développement industriel
  - Organisation mondiale du commerce.
5. Les organisations non gouvernementales ci-après étaient représentées à la Réunion :
  - Catégorie générale*
    - Confédération internationale des syndicats libres
    - Fédération mondiale des associations pour les Nations Unies
    - Fonds mondial pour la nature (International)
    - Organisation internationale de perspective mondiale.
  - Organisation spécialement invitée*
    - Association of European Travel Agents.

-----