



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

Distr.
LIMITÉE

TD/L.397
13 juillet 2004

FRANÇAIS
Original: ANGLAIS

Onzième session
São Paulo, 13-18 juin 2004

**RÉUNION ANNUELLE DU FORUM INTERAMÉRICAIN DE PÔLES
COMMERCIAUX DE LA FÉDÉRATION MONDIALE
DES PÔLES COMMERCIAUX**

(16 et 17 juin 2004)

Résumé établi par le secrétariat de la CNUCED

1. La onzième réunion annuelle du Forum interaméricain de pôles commerciaux s'est tenue parallèlement à la onzième session de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement. Les participants ont examiné des questions qui étaient également inscrites à l'ordre du jour de la Conférence – les outils d'information et de communication au service du développement économique et la promotion du commerce électronique pour les entreprises – outre des sujets spécifiquement interaméricains.
2. Ont participé à la réunion des représentants de la CNUCED et de la Fédération mondiale des pôles commerciaux, ainsi que des directeurs de pôles d'Amérique du Nord, d'Amérique centrale et d'Amérique du Sud et des Caraïbes. Y ont également assisté en qualité d'observateurs des représentants d'organismes souhaitant créer de nouveaux pôles commerciaux, de pôles commerciaux d'autres régions du monde (Italie et Afrique du Sud), d'un gouvernement (Allemagne) et de partenaires de la Fédération.
3. À l'assemblée générale annuelle de la Fédération, tenue en décembre 2003, plusieurs décisions avaient été prises au sujet du plan de travail des pôles commerciaux pour 2004

et de nouveaux outils avaient été présentés. À São Paulo, on a donné un aperçu des progrès accomplis par les pôles commerciaux d'Amérique dans l'exécution de ce plan. Cette région a toujours été très réceptive aux idées novatrices et les chiffres qui ont été présentés montraient que la majorité des pôles commerciaux s'étaient déjà dotés d'un site Web nouvelle formule, ce qui contribuait grandement à les faire connaître et à rehausser leur image de marque.

4. En outre, les pôles commerciaux des Amériques ont beaucoup fait pour diffuser des données sur les services liés à des réunions, manifestations ou activités commerciales organisées dans le monde (dans la section «Market Point» du site, où les foires, expositions et manifestations analogues sont présentées par catégorie). Ils ont aussi établi des liens avec des sites intéressants pour le commerce (également dans la section «Market Point»), avec des explications, et créé une bibliothèque commerciale (dans la section «Knowledge Point») qui contient des documents électroniques sur le commerce avec une introduction en anglais. Certains pôles commerciaux ont affiché plus de 100 éléments d'information.

5. Ces nouveaux outils confèrent divers avantages aux entreprises qui sont membres d'un pôle commercial. En un seul lieu physique et virtuel, une structure commerciale fiable a été mise en place, qui permet d'entrer en contact avec des marchés voisins mais jusqu'alors inaccessibles. Si une entreprise a accès à l'Internet, elle peut facilement trouver sur le site Web de son pôle des renseignements sur la réglementation commerciale, les fournisseurs de services liés au commerce et les conditions du commerce dans tout pays qui a un ou plusieurs pôles commerciaux, et elle peut afficher ou recevoir des propositions commerciales (bourse de commerce électronique).

6. Si l'entreprise membre n'a pas accès à l'Internet ou si elle a besoin d'une assistance plus personnalisée, le pôle commercial et son équipe peuvent l'aider à trouver les données dont elle a besoin, à faire des études de marché, à afficher ses offres et à faire mieux connaître le marché grâce, entre autres, à l'établissement et à l'hébergement d'un site Web et à la création d'une adresse électronique. Les profils des pôles commerciaux sont disponibles sur le site Web de chaque pôle et la Fédération donne une liste de leurs services. À cela s'ajoutera bientôt un nouvel instrument: l'annuaire du commerce mondial.

7. Cet annuaire est une base de données mondiale sur les sociétés. Elle est en train d'être constituée par Siemens Business Services, partenaire de la Fédération, qui y introduit des renseignements sur les entreprises membres des pôles commerciaux. Pour familiariser les pôles d'Amérique avec ce service, qui est au cœur du réseau, une réunion de présentation et de formation a été organisée. On a souligné combien il était important que les pôles commerciaux incitent leurs entreprises membres à s'inscrire dans l'annuaire.

8. On a fait brièvement le point de la situation en ce qui concerne le nombre total de pôles commerciaux d'Amérique et leur degré de développement. Les demandes officielles de création de pôles commerciaux reçues par la Fédération correspondent à une augmentation annuelle de 30 %. Le Comité directeur du Forum interaméricain s'emploie activement à atteindre les objectifs fixés dans le cadre de son mandat.
