



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

Distr.  
GÉNÉRALE

TD(X)/PC/3  
14 septembre 1999

FRANÇAIS  
Original : ANGLAIS

CONSEIL DU COMMERCE ET DU DÉVELOPPEMENT  
Quarante-sixième session  
Genève, 18-29 octobre 1999

**Rapport de l'Atelier préparatoire de la dixième session  
de la Conférence pour l'échange interentreprises  
de données d'expérience dans le domaine  
du commerce électronique**

Tenu au Palais des Nations, à Genève  
17-18 juin 1999

**Résumé**

Le présent rapport est établi dans le cadre des préparatifs de fond de la dixième session de la Conférence. Il doit permettre au Comité préparatoire plénier de cette dixième session de recommander des façons dont la Conférence pourrait aborder la question du commerce électronique et la participation des pays en développement à ce type de commerce. Les experts ont fait observer que, s'il est vrai que le commerce électronique est en croissance rapide et devrait potentiellement offrir des avantages considérables aux pays en développement et à leurs petites et moyennes entreprises, la plupart de ces pays ne disposent pas des moyens requis et ne bénéficient pas d'autres conditions nécessaires pour participer au commerce électronique. Ils ont indiqué un ensemble de mesures à prendre pour augmenter cette participation.

Elles comprennent notamment un meilleur accès au réseau Internet et aux télécommunications, une réduction du coût d'accès à Internet, une plus grande libéralisation des services des fournisseurs d'accès à Internet et des organismes qui attribuent des noms de domaine, un renforcement des capacités, et des mesures favorisant une plus grande confiance et une sécurité accrue. Ils ont également mis l'accent sur le rôle des pouvoirs publics, qui doivent non seulement promouvoir des services et des systèmes favorisant le commerce électronique et l'harmonisation internationale de la réglementation, mais également participer directement à des activités liées au commerce électronique.

**TABLE DES MATIÈRES**

<b>Chapitre</b>	<b>Paragraphes</b>
Introduction . . . . .	1
<b>I. RÉSUMÉ DES DISCUSSIONS DE FOND . . . . .</b>	<b>2 - 25</b>
A. La situation actuelle . . . . .	5 - 17
1. Mesures et définitions . . . . .	5 - 6
2. Expériences . . . . .	7 - 11
3. Définitions nouvelles . . . . .	12 - 17
B. L'avenir . . . . .	18 - 25
1. Permettre l'accès et réduire les coûts . . . . .	19 - 21
2. Renforcement des capacités, du savoir-faire et du contenu au niveau local . . . . .	22
3. Établir des relations de confiance . . . . .	23 - 25
<b>II. OBSERVATIONS GÉNÉRALES ET CONCLUSIONS . . . . .</b>	<b>26 - 29</b>

**Annexes**

	<b>Pages</b>
I. Programme de travail . . . . .	9 - 11
II. Déclarations et exposés . . . . .	12 - 14
III. Participation . . . . .	15

## Introduction

1. L'Atelier a eu lieu les 17 et 18 juin 1999, au Palais des Nations à Genève. À la suite d'une proposition de la délégation japonaise, il s'est tenu en application des conclusions concertées adoptées le 14 décembre 1998, lors de la séance plénière de clôture de la troisième session de la Commission des entreprises, de la facilitation du commerce et du développement et à la suite des consultations que le Président du Conseil du commerce et du développement a eues le 30 avril 1999, qui ont autorisé le secrétariat à organiser quatre manifestations préparatoires en vue de la dixième session de la Conférence. Cet Atelier a constitué la première de ces manifestations. Les conclusions de l'Atelier seront soumises au Comité préparatoire de la dixième session de la CNUCED.

### I. RÉSUMÉ DES DISCUSSIONS DE FOND

2. Les participants à l'Atelier étaient des experts qui représentaient une large gamme de spécialités dans le domaine du commerce électronique<sup>1</sup>. Ils ont échangé des données d'expérience et des idées sur l'avenir du commerce électronique et ont discuté des moyens de passer des projets à des solutions concrètes. Ils ont porté leur attention sur les problèmes des petites et moyennes entreprises (PME), en particulier celles des pays en développement. Les objectifs de l'Atelier étaient les suivants : i) évaluer et prévoir la participation des entreprises (en particulier des PME et notamment celles des pays en développement) au commerce électronique; ii) procéder à un échange de données d'expérience entre utilisateurs du commerce électronique, en particulier d'utilisateurs de pays en développement; et iii) déceler les obstacles et les possibilités nouvelles dans la perspective d'une plus grande participation des entreprises des pays en développement au commerce électronique.

3. Conformément à ces grands objectifs, l'Atelier s'est déroulé en groupes de travail<sup>2</sup>, qui ont examiné les questions suivantes : a) mesure et évaluation comparative; b) réussites enregistrées et obstacles rencontrés par les entreprises pratiquant le commerce électronique; c) question des noms de domaine; d) possibilités de réduire les coûts du commerce électronique pour les entreprises et expérience acquise à cet égard; et e) solutions de commerce électronique pour des PME - l'offre.

4. Les exposés et les discussions sur les expériences acquises ont permis à l'Atelier d'examiner le thème du commerce électronique et du développement en adoptant les deux optiques principales dans lesquelles il doit encore être considéré : la situation actuelle et l'action susceptible d'être menée à l'avenir.

---

<sup>1</sup>Voir la liste des participants dans l'annexe III.

<sup>2</sup>Voir le programme de travail dans l'annexe I.

## A. La situation actuelle

### 1. Mesures et définitions

5. Selon des données récentes, le commerce électronique est en croissance rapide mais encore inégale. Les experts ont souligné qu'il est actuellement l'élément moteur des investissements dans les activités liées à Internet. Il prend une importance telle qu'il influencera probablement les tendances en matière d'infrastructures et les coûts relatifs de ces dernières. Le commerce électronique deviendra un élément important des échanges internationaux au cours des années à venir (300 milliards de dollars en 2002 et pas moins de 25 % du total du commerce mondial d'ici à 2005). La majorité des "entreprises électroniques" sont établies dans les pays avancés, en particulier les États-Unis. Cependant, un grand nombre d'entre elles concluent des transactions avec des consommateurs, ce qui ne représente peut-être pas l'avenir du commerce électronique, étant donné que les transactions entre entreprises deviennent rapidement l'élément dominant du commerce électronique.

6. Dans une large mesure, les recettes du commerce électronique ont un caractère indirect (elles proviennent par exemple de la publicité). La croissance du commerce électronique remet en question un grand nombre de modèles économiques et industriels bien établis, et de nouveaux acteurs font leur apparition (*infomédiaires*), ce qui exige des stratégies appropriées de la part des PME.

### 2. Expériences

7. L'une des utilités de l'Atelier a été de montrer que le commerce électronique n'est pas une activité réservée aux pays et entreprises avancés ou disposant de bonnes connexions, comme cela résulte des descriptions faites par les experts de ce qui s'est passé dans leur pays, notamment dans des pays appartenant à la catégorie des pays les moins avancés (PMA) tels que le Népal et le Bénin.

8. Il a été souligné que, dans certains cas, il peut être avantageux de commencer à participer tardivement à la révolution du commerce électronique, à un moment où l'infrastructure de télécommunications est encore incomplète. En effet, le nouveau matériel et les nouvelles technologies offrent de bien meilleurs rapports performance-coût, comme le montre la proportion plus élevée de lignes numériques (par opposition à analogiques) constatée dans de nombreux pays en développement (Chili, par exemple). Dans ce contexte, cependant, il a été signalé qu'un environnement réglementaire favorable est essentiel au succès.

9. Plusieurs experts ont expliqué qu'une meilleure sensibilisation au potentiel du commerce électronique avait convaincu des gouvernements (Sri Lanka, Pérou) de donner la priorité à une amélioration des connexions dans les zones rurales. Des experts ont décrit des actions novatrices qui ont permis de réduire le coût de l'accès à Internet.

10. Des participants ont mentionné de nombreux cas dans lesquels des efforts visant à promouvoir l'incorporation d'éléments locaux (produits, langues) avaient été accomplis avec succès.

11. La création d'équipes spéciales nationales pour le commerce électronique dans des pays avancés (France) et la proposition d'une "approche sociétale" du commerce électronique parmi certains de ces pays (Japon) ont suscité beaucoup d'intérêt parmi les experts des pays en développement.

### **3. Définitions nouvelles**

12. Le commerce électronique remet en question certaines des définitions traditionnelles de notions telles que le marché, le consommateur et le producteur : à mesure qu'il se répand, les consommateurs deviennent des producteurs et vice-versa, et les marchés se trouvent modifiés par les réseaux d'information.

13. Le commerce électronique n'est pas seulement un mode d'approvisionnement réservé à une petite gamme de produits avancés ou supérieurs. Grâce à l'optimisation des chaînes de production et de livraison, on l'utilise de plus en plus pour des biens et des services banals, comme le démontrent certains pays développés (France, par exemple). Dans le domaine des services, le commerce électronique peut devenir une source de compétitivité internationale pour les pays en développement, non pas uniquement pour les services traditionnels (tels que le tourisme et le transport), mais également pour des services plus avancés et de plus grande valeur, tels que l'édition, la conception et la traduction.

14. Le risque et le manque de sécurité des transactions électroniques (notamment en ce qui concerne les paiements) ont généralement été surestimés par les acheteurs et minimisés par les vendeurs (en particulier les PME).

15. Le développement international du commerce électronique ne doit pas être réservé à un nombre limité de "géants" : grâce à des stratégies et à des alliances appropriées, des PME de tous les pays (y compris les PMA) peuvent y participer. Le nombre de cas de réussite et leur pertinence augmentent rapidement, comme cela a été décrit dans beaucoup d'exposés présentés lors de l'Atelier.

16. Le réseau Internet passe rapidement des mains des techniciens à celles des entrepreneurs. C'est l'usage social qui déterminera en grande partie son intérêt, en particulier en matière de commerce et de développement. Cette évolution de la nature du réseau Internet est le mieux illustrée par le commerce électronique : alors que de nombreuses entreprises s'adressant aux consommateurs (Amazon.com, par exemple) n'ont pas encore réalisé de bénéfices, un nombre croissant d'entreprises ciblant d'autres entreprises (Cisco, par exemple) accélèrent leur transition vers des transactions reposant sur Internet.

17. Pour les entreprises des pays en développement, cette évolution représente de nouvelles occasions de participer aux marchés mondiaux (par exemple dans le contexte d'appels mondiaux à la concurrence en matière de marchés publics) mais crée aussi de nouveaux risques de marginalisation, en particulier pour les entreprises établies dans des zones insuffisamment connectées ou celles qui doivent faire face à des frais de connexion (aux réseaux publics de télécommunications et à Internet) qui sont encore excessivement élevés.

## B. L'avenir

18. Au cours de l'Atelier, les experts ont défini plusieurs domaines d'action prioritaire et les démarches pratiques correspondantes.

### 1. Permettre l'accès et réduire les coûts

19. De nombreux experts ont souligné qu'il est essentiel d'atteindre un certain seuil : le cas de pays tels que le Ghana montre que, lorsque l'utilisation augmente, les prix baissent. À cet égard, des politiques nationales visant à stimuler le commerce électronique peuvent créer un "cercle vertueux" et attirer des investissements dans l'infrastructure télématique.

20. Dans de nombreux cas, il existe des solutions et des outils concrets qui peuvent répondre en partie aux besoins des pays en développement dans le domaine du commerce électronique. Plutôt que de "réinventer la roue", les pays relativement peu avancés et leurs entreprises devraient pouvoir bénéficier d'informations à jour sur l'offre, c'est-à-dire les produits proposés par différents fournisseurs (tels que les logiciels, y compris des logiciels gratuits).

21. De nombreux obstacles et problèmes concernant la participation des entreprises au commerce électronique doivent faire l'objet de mesures au niveau local (tarifs, taxes, concurrence), tandis que d'autres nécessitent une action au niveau international (coût des lignes louées, facturation selon le mode circuit intégral). L'échange de données d'expérience pratiques devrait être considéré comme une façon de renforcer l'efficacité des pays en développement dans les deux contextes. Une meilleure connaissance de ce qui s'est passé dans d'autres pays permet aux entreprises et aux pouvoirs publics de définir des solutions à coût réduit. Les exemples dont il a été question lors de l'Atelier (multicabines du Pérou, utilisation de matériel peu coûteux par PEOPLink, proposition de "Terminodes" de l'École polytechnique fédérale de Lausanne) ont montré qu'il serait utile d'organiser d'autres ateliers de ce type, notamment au niveau régional. De même, une mise en commun des connaissances devrait accroître l'aptitude des pays en développement à participer activement à des débats internationaux sur le commerce électronique (notamment dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce, de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle, de l'Union internationale des télécommunications et d'enceintes telles que l'Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)).

### 2. Renforcement des capacités, du savoir-faire et du contenu au niveau local

22. Les experts ont défini les priorités suivantes en vue de stimuler le renforcement des capacités locales relatives au commerce électronique et leur utilisation par des entreprises de pays en développement :

a) Il est essentiel d'établir des liens entre les flux d'information (reposant sur Internet en particulier) et la chaîne d'approvisionnement logistique du commerce dans tous les pays qui sont encore tributaires dans une large mesure des exportations de matières premières et de produits manufacturés; s'ils établissent de tels liens, ils renforceront les synergies

entre leur stratégie de commerce électronique et leurs efforts visant à faciliter le commerce et à le rendre plus efficace.

b) La production de contenu local (langues) est essentielle et il faut recueillir et diffuser des informations sur des exemples d'activités réussies de ce type.

c) Il est maintenant bien établi qu'il est utile d'élaborer des politiques nationales en matière de commerce électronique, ce qui permet de s'efforcer de mobiliser l'ensemble de la société. Il faudrait poursuivre les efforts accomplis dans cette direction pour créer une culture du commerce électronique à laquelle tant les pouvoirs publics que les entreprises adhèrent.

### **3. Établir des relations de confiance**

23. Les succès remportés par certains pays (tels que le Venezuela) dans la promotion d'instruments de sécurisation du commerce électronique (certification et documents électroniques, tels que des factures et des signatures numériques) ont été présentés et ont suscité de l'intérêt au cours d'autres échanges de données d'expérience, notamment sur le plan régional. Des réussites de ce genre ont renforcé le respect mutuel que se témoignent les entreprises et les pouvoirs publics.

24. Les pays en développement et leurs entreprises peuvent contribuer plus activement au processus d'adoption et de promotion de règles et de normes relatives au commerce électronique, telles qu'une version XML d'EDIFACT (Échange de données informatisé pour l'administration, le commerce et le transport).

25. Les difficultés propres aux PME des pays en développement en matière de marque ont été examinées, compte tenu des exposés présentés par des experts de l'OMPI, de l'ICANN et de la Société internationale de télécommunications aéronautiques (SITA) sur les marques et les noms de domaine Internet. Les experts ont préconisé une plus grande participation des pays en développement aux discussions relatives à cette question.

## **II. OBSERVATIONS GÉNÉRALES ET CONCLUSIONS**

26. Les experts ont été d'accord pour estimer que les objectifs de l'Atelier avaient été pleinement atteints, dans la mesure où le débat sur le commerce électronique et les entreprises des pays en développement était allé au-delà de l'anecdote pour atteindre le niveau de la description de cas concrets. Contrairement aux anecdotes, qui peuvent se prêter à des extrapolations, les descriptions de cas concrets offrent une diversité et une comparabilité suffisantes pour qu'un observateur attentif puisse tirer des enseignements à partir de réalités mesurables. En définitive, ces enseignements peuvent déboucher sur la définition d'objectifs stratégiques et la prise de mesures appropriées. On était également parvenu à distinguer le rêve de la réalité et à définir les éléments des réalités d'aujourd'hui qui pouvaient servir à l'élaboration des stratégies de développement des pays en développement et de leurs entreprises.

27. Pour aboutir, les stratégies en matière de commerce électronique doivent tenir pleinement compte des facettes multiples et du caractère multisectoriel du commerce électronique. Si les stratégies sont axées sur un seul aspect du commerce électronique (tel que la sécurité, les paiements, les négociations commerciales multilatérales ou les aspects relatifs à la propriété intellectuelle), on risque de perdre de vue le but final d'une politique en matière de commerce électronique, qui doit être d'accroître l'efficacité et la compétitivité de l'économie et d'améliorer le niveau de vie et le bien-être de la société dans son ensemble.

28. À bien des égards, le commerce électronique peut provoquer l'avènement d'une véritable économie reposant sur la connaissance dans les pays en développement. Il peut en résulter un meilleur accès à l'information et à la connaissance, et la mondialisation peut prendre une signification plus positive dans de nombreuses régions du monde. La dimension sociétale du commerce électronique peut trouver son expression dans le recours à la notion de "développement électronique".

29. Dans un domaine où les changements et les innovations technologiques transforment constamment la situation, l'échange de données d'expérience reste un raccourci précieux pour les acteurs dotés de moyens modestes. Les experts ont exprimé le vœu que leurs délibérations et leurs conclusions seraient prises en compte lors de la dixième session de la CNUCED et dans ses conclusions. Ils avaient l'intention de poursuivre leur coopération, notamment dans le cadre des ateliers régionaux que la CNUCED organiserait au cours des mois suivants sur le thème du commerce électronique et du développement.

\* \* \*



**Annexe I**

**PROGRAMME DE TRAVAIL**

**Jeudi 17 juin 1999**

10 heures - Discours de bienvenue - Jean Gurunlian, Directeur de la division de l'infrastructure des services pour le développement et l'efficacité commerciale de la CNUCED

10 h 30 - "Entreprises, commerce électronique et développement"  
Bruno Lanvin, Chef de la section du commerce électronique de la division de l'infrastructure des services pour le développement et l'efficacité commerciale de la CNUCED

11 h 15 - Pause café

11 h 30 - Groupe de travail 1 : Quelles sont les entreprises qui utilisent le commerce électronique ? Mesure et évaluation comparative

\* Ben Petrazzini                                    Unité de planification stratégique  
de l'Union internationale  
des télécommunications

\* Bernard Stoven                                    Président de SIMPROFRANCE, France

\* P<sup>r</sup> Jean-Pierre Hubaux                            EPFL et ICA, Suisse

12 h 30 - Discussion générale

13 heures - Déjeuner

15 heures - Groupe de travail 2 : Entreprises utilisant le commerce électronique : réussites et obstacles (Partie 1)

\*P<sup>r</sup> Nagaaki Ohyama                                    Institut de technologie de Tokyo,  
Président du Groupe d'étude gouvernemental  
sur le commerce électronique, Japon

\* Javier Baquero                                    Président de la Corporación  
Tecnicofinanciera, Équateur

\* Dr. Lalith Gamage                                    Directeur exécutif, TradeNet SL, Sri Lanka

16 heures - Discussion générale

16 h 30 - Pause café

16 h 45 - Groupe de travail 3 : Structures de pouvoir dans le cyberspace  
- la question des noms de domaine

- \* Chris Gibson                                      Chef du service du commerce électronique de l'OMPI
- \* Izumi Aizu    Directeur, Asia Network Research, Malaisie
- \* Rosa Delgado                                        Division internationale de SITA, Suisse

17 h 30 - Discussion générale

18 heures - Fin des travaux

**Vendredi 18 juin 1999**

10 heures - Groupe de travail 4 :      Entreprises utilisant le commerce électronique : réussites et obstacles (Partie 2)

- \* Philippe Monnier                                  Directeur général d'Eureka, Suisse
- \* Abdul-Wahab Bakary                                Directeur général de COBUCO International, Bénin
- \* James Kainyiah                                    Directeur général de Jam Kay Enterprise, Ghana
- \* Ted Johnson                                        Coordonnateur technique de PEOPLink, États-Unis

10 h 45 - Discussion générale

11 h 15 - Pause café

11 h 30 - Groupe de travail 5 :      Réduction du coût du commerce électronique pour les entreprises : expériences et possibilités

- \* José Soriano                                        Coordonnateur général, Red Cientifica Peruana, Pérou
- \* Nii Quaynor                                        Directeur général de Network Computer Systems, Ghana
- \* Shashank Kansal                                    Vice-Président principal de WorldLink Communications, Népal

12 h 15 - Discussion générale

13 heures - Déjeuner

- 15 heures - Groupe de travail 6 : L'offre - Solutions de commerce électronique pour les PME
- \* Judith Payne                            Directeur, American Management Systems, États-Unis
  - \* José Ali Vivas                            Directeur de Cavecome-e, Venezuela
  - \* Sherif Hashem                            Directeur du Projet égyptien d'autoroutes de l'information, Égypte
- 15 h 45 -    Discussion générale
- 16 h 30 -    Résumé des discussions de l'Atelier et conclusions préliminaires à porter à l'attention du Comité préparatoire de la dixième session de la CNUCED
- 17 heures - Déclaration finale de M. Rubens Ricupero, Secrétaire général de la CNUCED
- 17 h 30 -    Fin de la réunion

## Annexe II

DÉCLARATIONS ET EXPOSÉS <sup>3</sup>

## A. Déclarations

Dans sa déclaration liminaire, le **Directeur de la Division de l'infrastructure des services pour le développement et l'efficacité commerciale** a dit qu'il était un temps où le commerce électronique était un rêve pour certains et un cauchemar pour d'autres. Aujourd'hui, ce n'était plus ni l'un ni l'autre : en quelques années, le commerce électronique était passé du monde de l'exagération et de l'utopie à une réalité presque tangible. Il ne s'agissait plus d'affirmer ou de nier que le commerce électronique existerait un jour. Il était bel et bien né et ne manquerait de croître de façon accélérée au cours des années à venir.

Cependant, il était utile de se demander qui bénéficierait du commerce électronique et si ce dernier constituerait un instrument d'équité et d'efficacité ou ne ferait que creuser encore les écarts entre les riches et les pauvres. Ces questions n'avaient pas un caractère théorique. Pour les aborder de façon pragmatique, il était nécessaire de déterminer avec autant d'exactitude et d'objectivité que possible qui pratiquait effectivement le commerce électronique aujourd'hui et qui serait en mesure de le faire au cours des années à venir.

Depuis longtemps, la CNUCED veillait à travailler avec la société civile et, en particulier, avec le secteur privé. La présence à l'Atelier d'un nombre élevé de représentants du monde des affaires confirmait que des entreprises et des organisations internationales telles que la CNUCED avaient intérêt à échanger des idées et des données d'expérience, ce qui constituait un signe rassurant au cours du processus de préparation de la dixième session de la CNUCED.

Dans sa déclaration finale, le **Secrétaire général de la CNUCED** a souligné l'importance que la CNUCED accordait à la question du commerce électronique, en particulier dans le contexte des préparatifs en vue de la dixième session de la CNUCED. Les techniques de ce type de commerce influent sur une large gamme d'activités et de secteurs, non seulement les services mais également la fabrication de produits manufacturés et les marchés de matières premières. Pour un grand nombre de ces activités, le commerce électronique était non seulement une façon plus efficace de faire des affaires, mais également un moyen radicalement différent de produire de la valeur, d'atteindre les consommateurs et les marchés, et de créer des relations et des synergies au niveau international. Cependant, la plupart de ces changements avaient lieu à un rythme beaucoup plus rapide que celui auquel

---

<sup>3</sup>Pour obtenir le texte de ces exposés, veuillez consulter le site Web de la CNUCED ([www.unctad.org/en/special](http://www.unctad.org/en/special)) ou prendre contact avec M. Bruno Lanvin, Chef de la Section du commerce de la Division de l'infrastructure des services pour le développement et l'efficacité commerciale (adresse électronique : [bruno.lanvin@unctad.org](mailto:bruno.lanvin@unctad.org)).

les pouvoirs publics pouvaient adopter des réglementations et des mécanismes de garantie. Certains soutenaient qu'ils ne devaient pas essayer de le faire, tandis que d'autres soulignaient le caractère irremplaçable du rôle joué par le secteur public.

Dans toutes les régions du monde, les entreprises et les pouvoirs publics s'associaient pour mieux définir le potentiel et les spécificités du commerce électronique et les façons dont il pourrait influencer sur les économies. On avait entamé des discussions sur la possibilité d'inclure le commerce électronique dans une nouvelle série de négociations commerciales multilatérales.

Il était encore trop tôt pour dire dans quelle mesure et avec quelle rapidité l'OMC serait capable d'accomplir des progrès en vue d'englober le commerce électronique dans le domaine des disciplines du commerce. Cependant, il était clair que plus les pays en développement connaissaient le commerce électronique, plus il serait facile d'obtenir des résultats équilibrés et avantageux pour tous dans ce domaine. Cependant, que signifiait "connaître" dans un domaine où la technologie changeait presque quotidiennement et où de nombreux modèles économiques, industriels et réglementaires bien établis étaient remis en question ? La réponse était qu'en matière de commerce électronique, la connaissance provenait de la pratique et non des manuels. C'est pourquoi la CNUCED s'employait à associer autant que possible les praticiens du commerce électronique à ses travaux et à ses réflexions. Cette démarche était bien illustrée par la présence à l'Atelier de nombreux praticiens du commerce électronique, provenant aussi bien du secteur public que du secteur privé.

En outre, la présence de nombreux experts des capitales constituait un signe important. Elle confirmait que non seulement il existait un intérêt considérable dans les pays membres pour la question du commerce électronique, mais également que les travaux accomplis par la CNUCED dans ce domaine depuis le colloque des Nations Unies sur l'efficacité commerciale en octobre 1994 étaient appréciés à leur juste valeur sur le plan international.

Alors qu'on se préparait pour la dixième session de la CNUCED et pour le prochain millénaire, la question du commerce électronique avait pris une dimension très symbolique. En premier lieu, il s'agissait d'un domaine dans lequel les technologies avaient porté leurs fruits : même si l'accès était encore inégal, la télématique était disponible, tout comme l'étaient le réseau Internet et la plupart des outils essentiels qui facilitaient le commerce électronique mondial. Cependant, il était encore nécessaire d'assurer le succès de la révolution de l'information, qui ne reposerait pas sur des performances technologiques, mais sur des réalisations humaines. Deuxièmement, le développement rapide du commerce électronique était la traduction sur le plan économique de la naissance d'une société de la connaissance, dans laquelle la croissance, le développement, l'emploi et l'amélioration des conditions de vie dépendaient de plus en plus de l'information, de l'éducation et des ressources humaines.

Le phénomène du commerce électronique portait en lui l'ensemble des dangers et des avantages potentiels de la mondialisation. Il était encore trop tôt pour dire s'il augmenterait ou rétrécirait l'écart entre les nantis et

les laissés pour compte en matière d'information. Cependant, il était manifeste que l'aptitude des entreprises (et en particulier des PME) des pays en développement à utiliser le commerce électronique serait un élément essentiel d'une société véritablement mondiale de la connaissance.

#### B. Exposés

- Bruno Lanvin "Partager des données d'expérience entre partenaires inégaux"
- Ben Petrazzini "Profil des activités de commerce électronique dans les économies émergentes"
- Javier Baquero "Le commerce électronique"
- Dr Lalith Gamage "Un acteur du cybercommerce : Une entreprise électronique typique"
- Chris Gibson "Noms de domaine et entreprises"
- Izumi Aizu "Gestion d'Internet : est-il vraiment possible de faire fonctionner cette entité mondiale ?"
- Rosa Delgado "Structures de pouvoir sur Internet et en matière de commerce électronique : Le système d'attribution de noms de domaine"
- Ted Johnson "PEOPLink : succès et obstacles rencontrés par une organisation à but non lucratif qui commercialise des objets artisanaux pour le compte de petits artisans"
- Nii Quaynor "Le développement d'Internet au Ghana"
- Shashank Kansal "La réduction du coût du commerce électronique : réalités et possibilités"
- Judith Payne "De quels instruments disposons-nous aujourd'hui pour aider les PME des pays en développement à pratiquer le commerce électronique avec succès ?"
- Abdul-Wahab Bakary "L'expérience de Co.Bu.Co International dans le domaine du commerce électronique"
- James Kainyiah "Entreprises utilisant le commerce électronique : réussites et obstacles"

**Annexe III**

**PARTICIPATION**

1. Trente-sept experts des États membres ci-après de la CNUCED ont participé à l'Atelier :

Arabie saoudite	Jamahiriya arabe libyenne
Bangladesh	Japon
Bénin	Pérou
Brésil	Philippines
Chine	République tchèque
Côte d'Ivoire	Royaume-Uni
Cuba	Sri Lanka
Égypte	Suisse
Équateur	Tunisie
États-Unis d'Amérique	Turquie
Fédération de Russie	Venezuela
France	Viet Nam
Indonésie	

2. Onze représentants d'organismes et d'organisations du système des Nations Unies et d'organisations intergouvernementales étaient présents lors des séances de l'Atelier.

3. Vingt-trois autres experts ont participé à l'Atelier.

-----