



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

Distr.  
LIMITÉE

TD/B/COM.3/EM.9/L.1  
27 septembre 2000

FRANÇAIS  
Original : ANGLAIS

---

CONSEIL DU COMMERCE ET DU DÉVELOPPEMENT  
Commission des entreprises, de la facilitation du commerce  
et du développement  
Réunion d'experts sur le commerce électronique et le tourisme  
Genève, 18-20 septembre 2000  
Point 3 de l'ordre du jour

**COMMERCE ÉLECTRONIQUE ET TOURISME**

Recommandations de la Réunion d'experts

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 voyage 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.
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 voyage 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.

-----