



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

Distr.
LIMITÉE

TD/B/EX(8)/L.4
20 juin 1995

FRANCAIS
Original : ANGLAIS

CONSEIL DU COMMERCE ET DU DEVELOPPEMENT
Huitième réunion directive (reprise)
Genève, 29 juin 1995

Projet de critères pour l'établissement et l'exploitation
de pôles commerciaux */

1. La création de pôles commerciaux s'inscrit dans l'initiative pour l'efficacité commerciale lancée par la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement à sa huitième session. Il s'agit d'encourager un plus grand nombre d'acteurs, en particulier les petites et moyennes entreprises, à participer au commerce international, en accordant une attention particulière aux PMA et autres pays moins avancés dans le domaine de l'efficacité commerciale. C'est là un préalable du développement, ainsi que le souligne la Déclaration ministérielle de Columbus sur l'efficacité commerciale. Les pôles commerciaux ont également pour objectif la réduction du coût des opérations commerciales internationales. En oeuvrant sur ces deux fronts, ils pourront apporter une contribution importante à la croissance économique et au développement durable, à l'atténuation de la pauvreté et à la création d'emplois dans le monde entier.

2. Un pôle commercial est tout à la fois :

a) Une source d'informations commerciales, fournissant aux négociants des renseignements sur les créneaux et les débouchés, sur les clients et les fournisseurs potentiels, sur les règles et conditions du commerce, etc.;

*/ Approuvé par le Groupe de travail informel sur l'efficacité commerciale le 16 juin 1995.

b) Un point d'accès à des réseaux mondiaux (les pôles commerciaux seront tous interconnectés au sein d'un réseau électronique mondial et seront équipés de moyens de télécommunication efficaces les reliant à d'autres réseaux mondiaux);

c) Un centre de facilitation du commerce, réunissant sous un même toit ou reliant de façon virtuelle ceux qui interviennent dans le commerce international (douanes, organismes de commerce extérieur, chambres de commerce, transitaires, transporteurs, banques, compagnies d'assurance, etc.).

3. Chaque fois que possible, les pôles commerciaux établiront des liens virtuels avec les participants au commerce international, pour permettre à ces derniers d'avoir accès à leurs services à partir de leurs propres locaux.

A. Services de base

4. Une fois bien établis, les pôles commerciaux fourniront les services suivants :

a) Conseils au sujet des recommandations adoptées à l'échelle internationale en matière de facilitation du commerce, et au sujet de l'amélioration des pratiques commerciales;

b) Assistance pour les formalités d'importation et d'exportation;

c) Information sur la réglementation en matière de commerce extérieur applicable dans le pays même et dans les pays des partenaires commerciaux;

d) Information sur les organes pouvant fournir une assistance supplémentaire.

5. En fonction des conditions locales, les pôles commerciaux développeront leurs activités dans les domaines suivants :

a) Accès électronique à large éventail de renseignements sur les marchés;

b) Etablissement d'un centre physique ou virtuel regroupant les services commerciaux (douanes, licences d'importation et d'exportation, transport, banque, assurance, etc.);

c) Assistance concernant la liaison électronique des négociants avec les services susmentionnés et conseils au sujet du commerce électronique.

B. Principes d'exploitation

6. Les conditions économiques, technologiques, juridiques et institutionnelles locales influenceront de façon déterminante sur l'exploitation des pôles commerciaux. Toutefois, l'efficacité du réseau mondial de pôles commerciaux exige le respect des principes fondamentaux suivants :

a) Les pôles commerciaux exerceront leurs activités en se conformant à des normes de conduite très strictes, notamment en respectant le caractère confidentiel de l'information lorsque l'on le leur demande et en s'abstenant d'exploiter des renseignements confidentiels à des fins lucratives personnelles.

b) Les pôles commerciaux et le réseau mondial de pôles commerciaux ne ménageront aucun effort pour fournir des renseignements exacts et impartiaux aux usagers ou à d'autres pôles commerciaux. Ils n'assumeront cependant aucune responsabilité juridique en ce qui concerne l'information obtenue de tiers. Les usagers seront toujours informés de cette politique.

c) Les pôles commerciaux garantiront un traitement égal à tous leurs partenaires et usagers, et s'emploieront activement à éviter toute situation de monopole ou d'exclusivité par rapport aux prestataires de services et à d'autres pôles commerciaux.

d) Les pôles commerciaux respecteront le principe d'universalité et veilleront à ce que les solutions techniques retenues et les services offerts conviennent à tous les types d'usagers dans tous les types d'environnement. Il leur faudra notamment déployer des efforts particuliers en faveur des pays les moins avancés et des petites entreprises (y compris les micro-entreprises) dans tous les pays.

e) Les solutions et systèmes mis au point par/pour les pôles commerciaux seront interconnectables et interexploitables. Cela suppose le respect des normes convenues à l'échelle internationale, en particulier les normes mises au point par l'Organisation des Nations Unies (ONU-EDIFACT, par exemple), et l'utilisation de classifications internationales types des produits ainsi que de systèmes de télécommunication ouverts répondant à des normes techniques internationales.

f) Les pôles commerciaux ont toute latitude pour choisir l'équipement et les services sans exclusivité, afin d'obtenir le meilleur rapport qualité-prix.

g) Les pôles commerciaux prendront des dispositions pour pouvoir échanger entre eux des renseignements aussi librement que possible.

C. Organisation

7. a) Les pôles commerciaux sont encouragés à établir des liens de coopération étroits avec les organismes nationaux compétents de facilitation ou de promotion du commerce, lorsqu'il y en a.

b) Des associations locales de pôles commerciaux pourraient être créées conformément aux suggestions présentées dans l'annexe.

c) Les pôles commerciaux établis dans le même pays sont encouragés à coopérer et à coordonner leurs activités. A cette fin, ils pourraient créer un organe national de coordination.

Annexe

ASSOCIATIONS LOCALES DE POLES COMMERCIAUX

1. Des associations locales de pôles commerciaux ou des associations pour l'efficacité commerciale pourraient être créées afin de faciliter le commerce international et d'encourager un plus grand nombre d'acteurs à y participer, en particulier les petites et moyennes entreprises. Les associations supervisent la création de pôles commerciaux et leur donne ensuite des conseils et des orientations.

3. Les associations locales devraient être constituées de représentants des principales catégories de responsables, d'usagers et de prestataires de services (participants). Elles pourraient notamment réunir des représentants des :

- Ministères compétents (commerce, petites et moyennes entreprises, etc.);
- Douanes;
- Chambres de commerce, organismes de promotion du commerce ou commissions de facilitation du commerce;
- Banques, organismes de prêt spécialisés dans le financement des petites et moyennes entreprises et du secteur parallèle, compagnies d'assurance, transitaires, etc.;
- Organisations non gouvernementales locales;
- Universités;
- Importateurs;
- Exportateurs.
