

**Commission économique et sociale pour l'Asie et le Pacifique**

Comité du commerce et de l'investissement

Cinquième session

Bangkok, 31 octobre-2 novembre 2017

Point 6 de l'ordre du jour provisoire*

Promouvoir la facilitation du commerce, le commerce sans papier et le commerce électronique pour réaliser les objectifs de développement durable**Promouvoir la facilitation des échanges, le commerce sans papier et le commerce électronique pour réaliser les objectifs de développement durable****Note du secrétariat***Résumé*

Le présent document contient des informations sur les faits nouveaux les plus récents dans les domaines de la facilitation du commerce et du commerce sans papier dans la région. La plupart des pays de la région ont mis en œuvre l'Accord sur la facilitation des échanges de l'Organisation mondiale du commerce, dont le taux d'application moyen global est de plus de 50 %. Toutefois, des difficultés subsistent quant à la mise en œuvre des mesures relatives au commerce transfrontière sans papier, dont le taux est de 23 % dans les pays de la région.

Le présent document fait également le point sur le développement du commerce électronique dans la région. Certains pays, notamment la Chine, le Japon et la République de Corée, sont en tête dans ce domaine, alors que d'autres sont à la traîne. Le commerce électronique peut être un moyen efficace de promouvoir le développement inclusif. Toutefois, de nombreux ménages, petits exploitants ruraux et microentreprises ou petites entreprises de la région ne sont pas encore présents sur le marché du commerce électronique. Il convient de créer un environnement propice à une meilleure utilisation du commerce électronique par tous.

Le Comité du commerce et de l'investissement est invité à examiner les questions exposées dans le présent document et à conseiller le secrétariat sur la manière de faire progresser les travaux dans ce domaine.

I. Introduction

1. L'entrée en vigueur de l'Accord sur la facilitation des échanges le 22 février 2017, premier accord multilatéral conclu sous les auspices de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), témoigne de la prise de conscience mondiale de l'importance de la facilitation du commerce pour la réduction des coûts commerciaux, le raccourcissement des délais des opérations commerciales et l'amélioration de l'efficacité des chaînes

* E/ESCAP/CTI(5)/L.1.

d'approvisionnement. Ces facteurs, à leur tour, permettent aux producteurs et aux vendeurs d'accroître le volume des échanges commerciaux et de mieux s'intégrer dans les chaînes de valeur mondiales et régionales. Le commerce, ainsi que l'investissement direct étranger (IDE) et le transfert de technologie, sont considérés comme essentiels à la mise en œuvre du Programme de développement durable à l'horizon 2030. Il a été démontré que la facilitation des échanges avait un impact plus important sur l'expansion du commerce que d'autres mesures de stimulation du commerce plus classiques. Il s'agit donc d'un élément sans lequel le commerce ne peut jouer son rôle dans la réalisation des objectifs de développement durable.

2. Par rapport aux mesures traditionnelles de facilitation du commerce, qui tendent à accroître l'efficacité des flux commerciaux physiques transfrontières, les mesures relatives au commerce sans papier ou au commerce transfrontière sans papier offrent une solution numérique ou électronique permettant de rationaliser et de simplifier les procédures commerciales. Si le commerce sans papier s'est implanté dans de nombreux pays de la région, comme en témoigne l'adoption généralisée des systèmes d'automatisation des procédures douanières, le commerce transfrontière sans papier reste difficile à mettre en place pour certains pays en développement, en particulier les pays les moins avancés. Par exemple, le commerce transfrontière sans papier exige la réception réciproque de données et d'informations commerciales, ce qui signifie que les partenaires commerciaux doivent avoir la capacité d'échanger ces informations par voie électronique. L'adoption de l'Accord-cadre sur la facilitation du commerce transfrontière sans papier en Asie et dans le Pacifique par les États membres de la Commission économique et sociale pour l'Asie et le Pacifique (CESAP) le 19 mai 2016 constitue une étape importante vers la résolution de cette difficulté.

3. Grâce aux progrès accomplis dans le domaine des technologies de l'information et de la communication (TIC), le commerce électronique – tant intérieur que transfrontière – ajoute une dimension importante: son expansion dépend du commerce, il transforme la manière dont les activités commerciales traditionnelles sont conduites et il stimule la croissance des échanges. Les possibilités offertes aux microentreprises et aux petites entreprises, aux particuliers et aux petits exploitants ruraux d'accéder à des marchés nationaux et internationaux plus vastes et, par conséquent, de promouvoir un développement inclusif et de contribuer à la réalisation des objectifs du développement durable, sont sans précédent. Cependant, certains pays en développement (en particulier les pays les moins avancés), certains ménages, agriculteurs, petits exploitants ruraux, ainsi que certaines microentreprises et petites entreprises de la région ne sont pas encore présents sur le marché du commerce électronique et n'en tirent pas encore profit. De plus, la concurrence créée par le commerce électronique peut exercer une pression considérable sur les petits commerçants traditionnels et sur les fournisseurs locaux (comme les producteurs et les vendeurs locaux) et, elle risque, dans certains cas, de les éjecter du marché.

4. Le présent document passe en revue les faits nouveaux les plus récents concernant la facilitation du commerce, le commerce sans papier et le commerce électronique dans la région. Il renferme également un aperçu des progrès réalisés dans la mise en œuvre des mesures de facilitation du commerce à l'échelle régionale, dresse un état du commerce électronique dans la région et examine les moyens de rendre le commerce électronique plus inclusif. Les principales activités que mène le secrétariat pour favoriser la facilitation du commerce, le commerce sans papier et le commerce électronique y sont également résumées.

II. Aperçu général de la facilitation du commerce et du commerce sans papier dans la région

A. Facilitation du commerce

5. La facilitation du commerce – c'est-à-dire la simplification, la modernisation et l'harmonisation des procédures d'exportation et d'importation – joue un rôle central dans l'économie mondiale. L'expansion des réseaux de production et des chaînes de valeur par-delà les frontières est devenue la norme. Par exemple, les pièces automobiles peuvent être fabriquées dans divers pays, puis être expédiées dans un autre pays pour assemblage, le produit fini étant ensuite envoyé ailleurs pour consommation finale. Si l'on veut maîtriser les coûts et garantir la compétitivité de cette production fragmentée – dans le cadre de laquelle les tâches sont exécutées dans différents pays et les produits franchissent plusieurs frontières aux divers stades de transformation – il faut que le passage des frontières se fasse facilement et que le processus soit sans heurt. Ces chaînes de valeur mondiales reposent sur des mesures efficaces de facilitation du commerce.

6. Aujourd'hui, la plupart des débats concernant la facilitation du commerce s'inscrivent dans le cadre de l'Accord de l'OMC sur la facilitation des échanges, qui vise à rationaliser, à harmoniser et à moderniser les procédures douanières en mettant l'accent sur l'efficacité des procédures administratives et des prescriptions réglementaires des gouvernements. La mise en œuvre de l'Accord sur la facilitation des échanges devrait apporter des avantages considérables aux États membres de l'OMC. Par exemple, l'application de toutes les dispositions de l'Accord devrait permettre de réduire les coûts commerciaux des membres de l'OMC de 14,3 % en moyenne, les pays en développement ayant le plus à gagner à cet égard¹.

7. Les pays développés membres de l'OMC se sont engagés à appliquer les dispositions de fond de l'Accord sur la facilitation des échanges à compter de sa date d'entrée en vigueur, tandis que les pays en développement et les pays les moins avancés peuvent bénéficier d'échéances variables. Cela tient au fait que les pays se trouvent à des stades de développement différents et que certains pays en développement, en particulier les pays les moins avancés, disposent de ressources financières et humaines limitées pour mettre en œuvre des mesures de facilitation du commerce; aussi, pour rendre la mise en œuvre possible, l'Accord prévoit-il un traitement spécial et différencié pour les pays en développement et les pays les moins avancés. Il prévoit en particulier un système de catégories, dans le cadre duquel chaque pays en développement et pays appartenant à la catégorie des pays moins avancés décide lui-même à quel moment il appliquera les dispositions correspondantes et fait état de ses besoins y relatifs en matière de renforcement des capacités. La catégorie A regroupe les dispositions que les pays en développement et les pays les moins avancés désignent pour mise en œuvre au moment de l'entrée en vigueur de l'Accord (ou dans un délai d'un an après l'entrée en vigueur dans le cas des pays les moins avancés). La catégorie B contient les dispositions que les pays en développement et les pays les moins avancés appliqueront après une période de transition suivant l'entrée en vigueur de l'Accord. Enfin, la catégorie C renvoie aux dispositions que les pays en développement et les pays les moins avancés appliqueront après une période de transition, étant entendu qu'ils doivent en outre acquérir la capacité de mise en œuvre grâce à la fourniture d'une assistance et d'un soutien pour le renforcement des capacités.

¹ OMC, *Examen statistique du commerce mondial 2017* (Genève, 2017). Disponible à l'adresse suivante: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2017_e/wts2017_e.pdf.

8. À la mi-août 2017, 121 des 164 membres de l'OMC, dont 35 membres et membres associés de la CESAP, avaient ratifié l'Accord sur la facilitation des échanges. Parmi les membres et membres associés de la CESAP, 26 ont déjà communiqué des notifications concernant les dispositions pertinentes². En moyenne, sur la base de cet échantillon de 26 pays, on constate que seulement 31 % des dispositions n'ont pas encore fait l'objet d'une notification. Trois pays de la région, à savoir Hong Kong (Chine), la République de Corée et Singapour, ont présenté une notification indiquant qu'il désignait comme appartenant à la catégorie A l'ensemble des articles de l'Accord. En revanche, six pays (Indonésie, Kirghizistan, Népal, Papouasie-Nouvelle-Guinée, Kirghizistan, Népal, République démocratique populaire lao et Viet Nam) n'ont présenté de notifications que pour 20 % environ des dispositions³.

9. Si les données relatives à ces notifications sont utiles pour donner une vue d'ensemble de l'état de préparation des pays s'agissant de l'application des dispositions relatives à la facilitation du commerce en général, leur intérêt est quelque peu limité en ce qui concerne la région de l'Asie et du Pacifique, puisqu'à ce jour, seuls 35 des 58 membres et membres associés de la CESAP ont ratifié l'Accord sur la facilitation des échanges. Il faut rassembler davantage de données pour inclure les pays de la région qui n'ont pas ratifié l'Accord ou qui ne sont pas membres de l'OMC. Depuis 2012, le secrétariat recueille et analyse systématiquement les informations sur la mise en œuvre des mesures de facilitation des échanges dans la région. En 2014, les autres commissions régionales se sont associées à l'initiative, qui a débouché sur la première Enquête mondiale sur la mise en œuvre de la facilitation du commerce et du commerce sans papier (2015). La deuxième Enquête mondiale consacrée à cette question a été menée entre janvier et juillet 2017.

10. La deuxième enquête mondiale couvre 47 mesures de facilitation du commerce réparties en sept groupes: a) mesures générales de facilitation du commerce, b) commerce sans papier, c) commerce transfrontière sans papier, d) facilitation du transit, e) facilitation du commerce pour les petites et moyennes entreprises, f) facilitation du commerce agricole, et g) rôle des femmes dans la facilitation du commerce⁴. L'Accord sur la facilitation des échanges traite de manière assez approfondie des mesures générales de facilitation du commerce et les mesures de facilitation du transit, mais il s'attache assez peu aux mesures relatives au commerce transfrontière sans papier (bien que ces dernières appuient la mise en œuvre de nombreuses mesures générales de facilitation du commerce).

11. Sur la base des données relatives à 31 mesures communes en matière de facilitation des échanges et de promotion du commerce sans papier, recueillies auprès de 44 pays de l'Asie et du Pacifique dans le cadre de la deuxième Enquête mondiale, le secrétariat a calculé les indices de mise en œuvre (figure 1)⁵ desdites mesures. En moyenne, le taux de mise en œuvre à

² Brunéi Darussalam; Chine; Fidji; Hong Kong (Chine); Îles Salomon; Inde; Indonésie; Kazakhstan; Kirghizistan; Macao (Chine); Malaisie; Mongolie; Népal; Pakistan; Papouasie-Nouvelle-Guinée; Philippines; République de Corée; République démocratique populaire lao; Samoa; Singapour; Sri Lanka; Tadjikistan; Thaïlande; Tonga; Turquie; et Viet Nam.

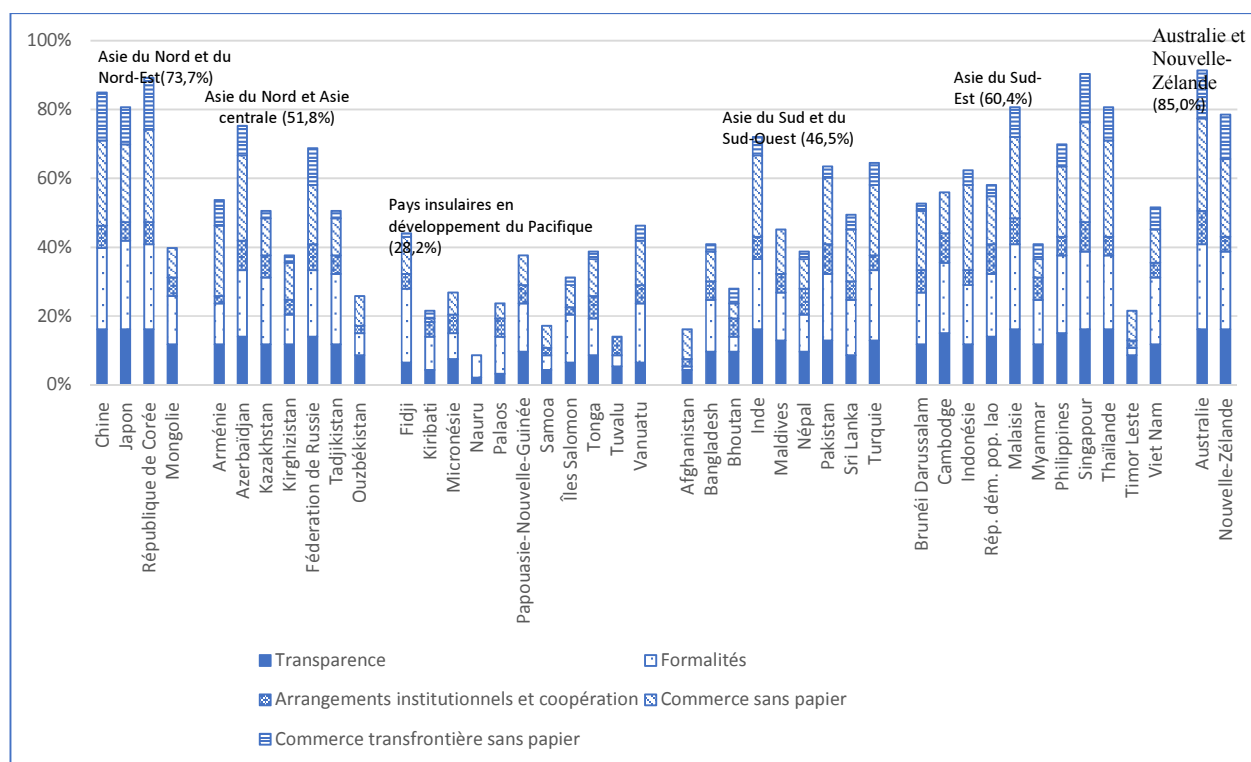
³ Base de données de l'Accord sur la facilitation des échanges (OMC). Disponible à l'adresse suivante: www.tfadatabase.org/notifications/list (site consulté le 13 août 2017).

⁴ On trouvera davantage de renseignements sur la deuxième Enquête mondiale à l'adresse suivante: <https://unnext.unescap.org/content/global-survey-trade-facilitation-and-paperless-trade-implementation-2017>.

⁵ Bien que 47 mesures de facilitation des échanges aient été analysées, certaines mesures servant à calculer le score global sont exclues ici car elles ne sont soit pas pertinentes pour tous les pays pris en compte dans l'analyse (telles que les mesures en matière de transit), soit les ensembles

l'échelle régionale de cet ensemble complet de mesures de facilitation du commerce était de 50,4 %, bien que les résultats varient considérablement d'une sous-région à l'autre. Après l'Australie et la Nouvelle-Zélande (85,0 %), le taux moyen le plus élevé a été enregistré en Asie de l'Est et du Nord-Est (73,7 %), suivie de l'Asie du Sud-Est (60,1 %), de l'Asie du Nord et de l'Asie centrale (51,8 %) et de l'Asie du Sud et du Sud-Ouest (46,5 %). Le Pacifique (hors Australie et Nouvelle-Zélande) accuse un certain retard, avec 28,2 %.

Figure I
Mise en œuvre des mesures de facilitation du commerce en Asie et dans le Pacifique, par groupe et par sous-région



Source: deuxième Enquête mondiale sur la mise en œuvre de la facilitation du commerce et du commerce sans papier (à paraître).

12. Les pays les moins avancés, les petits États insulaires et les pays sans littoral de la région se heurtent à des difficultés particulières dans la mise en œuvre des mesures de facilitation du commerce, en particulier celles qui ont trait au commerce sans papier et au commerce transfrontière sans papier. Les pays en développement sans littoral, en tant que groupe, affichent en moyenne des niveaux de facilitation du commerce plus élevés (43,1 %) que les pays les moins avancés (34,4 %) ou que les pays en développement du Pacifique (28,9 %). Le degré de préparation à l'application d'un éventail complet de politiques de facilitation du commerce est encore plus clairement illustré lorsqu'on examine les pays les plus performants de la région et ceux qui sont à la traîne. Si des pays tels que l'Australie, Singapour, la République de Corée, la Chine et la Thaïlande ont mis en œuvre avec succès des mesures de facilitation du commerce, quatre des cinq pays les moins performants sont des pays en développement du Pacifique, dont deux ont le statut de pays les moins avancés (PMA). Le cinquième est l'Afghanistan, un pays sans littoral appartenant à la catégorie des PMA (tableau 1).

de données ne sont pas complets (cela concerne les groupes de mesures relatives aux petites et moyennes entreprises, à la facilitation du commerce agricole et aux femmes).

Tableau 1
Mise en œuvre de la facilitation du commerce: classement des pays en fonction de leur niveau de performance

<i>Pays les plus performants</i>	<i>Classement (pourcentage)</i>	<i>Pays les moins performants</i>	<i>Classement (pourcentage)</i>
Australie	91,4	Kiribati	21,5
Singapour	90,3	Samoa	17,2
République de Corée	89,3	Afghanistan	16,1
Chine	85,0	Tuvalu	14,0
Thaïlande	80,7	Nauru	8,6

Source: deuxième Enquête mondiale sur la mise en œuvre de la facilitation du commerce et du commerce sans papier (à paraître).

13. De fait, en examinant les données de l'initiative Aide pour le commerce on constate que, pour quatre des cinq pays les moins performants (à l'exception de l'Afghanistan), chaque pays ne reçoit pas plus de 1 % de l'aide versée au titre de l'aide au commerce au plus gros bénéficiaire de la région (selon les dernières données disponibles, datant de 2015)⁶. Ces informations montrent qu'il est nécessaire d'apporter un appui à ces pays, notamment sous forme d'aide publique au développement, d'assistance technique et de renforcement des capacités. Par conséquent, les donateurs et les partenaires de développement devront peut-être revoir leurs politiques et envisager d'allouer davantage de ressources pour soutenir les pays les moins avancés et les pays insulaires en développement du Pacifique dans le domaine de la facilitation du commerce et du commerce sans papier.

14. Parmi les mesures relatives à la facilitation du commerce et au commerce sans papier couvertes par l'enquête, les mesures de transparence ont été les plus appliquées (moyenne régionale: 68,5 %), suivies des mesures liées aux formalités (taux d'application: 60 %). En moyenne, le taux de mise en œuvre dans la région est supérieur à 50 % pour les mesures relatives aux arrangements institutionnels, à la coopération interinstitutions et au transit. Le niveau régional moyen d'application des mesures en faveur du commerce sans papier est proche de 50 %. Si de nombreux pays se sont dotés de cadres juridiques visant à faciliter le commerce sans papier, la mise en œuvre du commerce transfrontière sans papier n'a pas encore été concrétisée dans de nombreux pays en développement, avec un niveau d'application moyen de 23 %. Sur les 17 mesures liées à l'Accord sur la facilitation des échanges, 14 (soit plus de 80 %) ont été mises en œuvre au moins partiellement dans plus de la moitié des 44 pays de l'Asie et du Pacifique examinés, ce qui indique que l'Accord est déjà bien appliqué dans la région.

⁶ Organisation de coopération et de développement économiques – Comité d'aide au développement/base de données du Système de notification des pays créanciers de l'OCDE. Disponible à l'adresse suivante: <http://dx.doi.org/10.1787/888933528932> (site consulté le 22 août 2017).

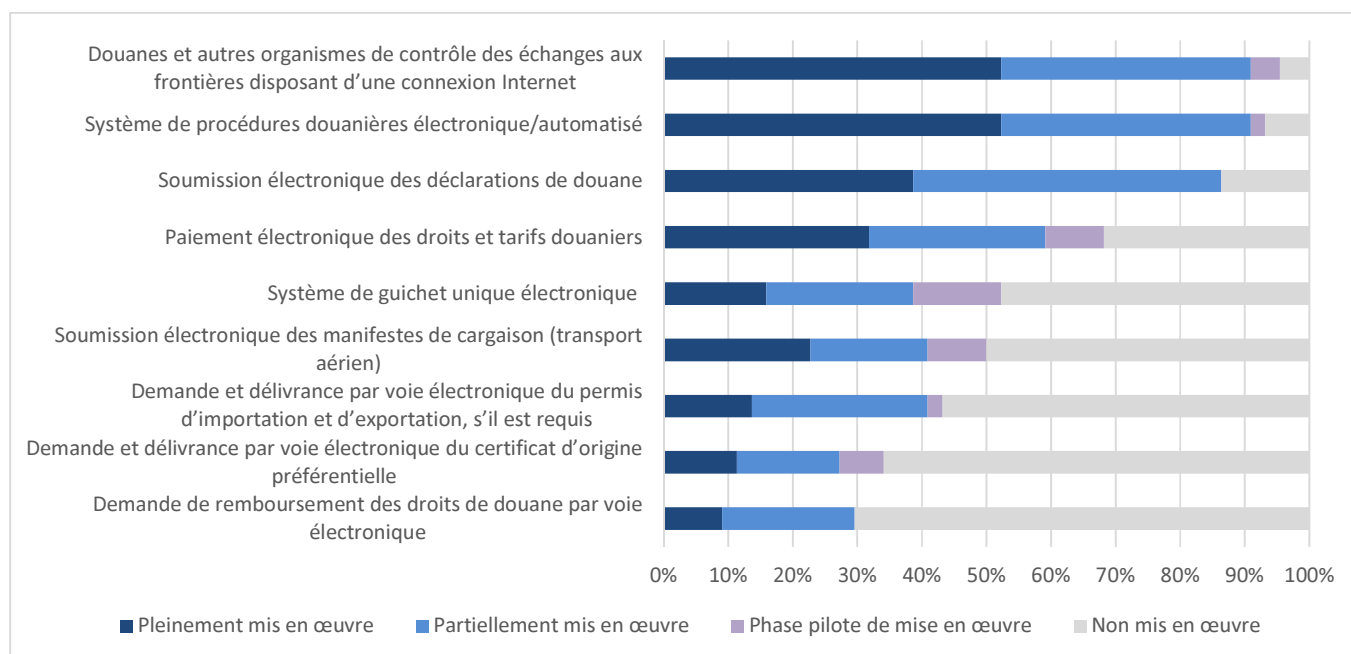
15. Les résultats de l'enquête montrent que la plupart des pays de la région ont accéléré la mise en œuvre des mesures de facilitation du commerce depuis 2015, date de la première enquête mondiale. Le taux d'application moyen global dans la région est passé de 46,5 % en 2015 à 50 % en 2017. Ce sont les pays de l'Asie du Nord et de l'Asie centrale qui ont le plus progressé, affichant une hausse du taux d'application de 41,6 % en 2015 à 51,8 % en 2017. Comme la plupart des pays de ce groupe sont également des pays en développement sans littoral, ces pays ont fait grimper le taux d'exécution de 7,9 % entre 2015 et 2017. En revanche, les pays en développement du Pacifique n'ont pas connu d'amélioration sensible: le taux d'application a augmenté de 3,2 %, passant de 24,9 % en 2015 à 28,2 % en 2017.

16. Compte tenu de l'importance de l'Accord sur la facilitation des échanges, il n'est sans doute pas surprenant qu'au cours de la période 2015-2017, les pays de l'Asie et du Pacifique aient accompli le plus de progrès dans la mise en œuvre des mesures de facilitation du commerce qui y sont traitées, en particulier celles relatives à la transparence, aux formalités, aux arrangements institutionnels et à la coopération. Le taux d'application de ces groupes de mesures a augmenté d'environ 7 %. En revanche, la mise en œuvre des mesures liées au commerce sans papier et au commerce transfrontière sans papier a progressé de moins de 4 %. Cela peut s'expliquer par l'importance que les pays attachent à l'Accord sur la facilitation des échanges, mais aussi par le fait qu'il est souvent plus difficile de mettre en œuvre les mesures en question.

B. Commerce sans papier et commerce transfrontière sans papier

17. L'instauration du commerce sans papier passe généralement par la mise en œuvre de mesures innovantes reposant sur la technologie, destinées à faciliter les échanges commerciaux au moyen de données et de documents sous forme électronique plutôt que sur papier. Les systèmes d'automatisation des procédures douanière et les systèmes nationaux de guichet unique sont fréquemment cités comme des exemples de commerce sans papier. Les résultats de l'enquête montrent qu'il existe des systèmes douaniers électroniques/automatisés dans la plupart des pays étudiés (41 sur 44) et qu'ils ont été pleinement mis en service dans plus de la moitié des cas. La mise en service des systèmes de guichet unique électronique – appliqués soit intégralement, soit partiellement, soit à titre expérimental par 23 pays (soit plus de 50 % des pays de la région de l'Asie et du Pacifique étudiés) – continue de poser des difficultés (figure II).

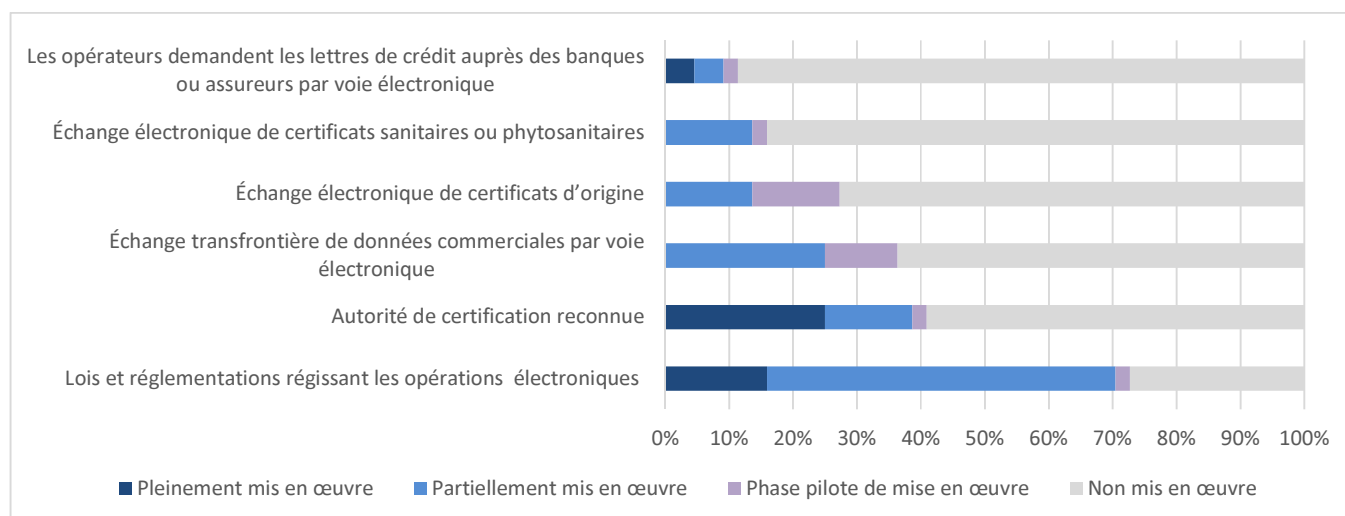
Figure II
Mise en œuvre des mesures de facilitation du commerce sans papier dans la région



Source: deuxième Enquête mondiale sur la mise en œuvre de la facilitation du commerce et du commerce sans papier (à paraître).

18. Le commerce transfrontière sans papier désigne le commerce de biens – à savoir l'importation, l'exportation, le transit et les services connexes – qui s'effectuent sur la base de communications électroniques, notamment par l'échange sous forme électronique de données et de documents relatifs au commerce. Les résultats de l'enquête montrent que, en partie faute de cadres institutionnels et juridiques visant à faciliter le commerce transfrontière sans papier, l'échange transfrontière de données électroniques liées au commerce est resté limité et s'effectue généralement avec un nombre restreint de partenaires commerciaux spécifiques, souvent à titre expérimental uniquement. En effet, l'échange électronique de certificats d'origine et de certificats sanitaires et phytosanitaires a été mis en place de manière partielle par moins de 20 % des pays de la région. De même, sur tous les pays de la région Asie-Pacifique pris en compte dans la deuxième enquête, à l'exception d'un, il n'est pas encore possible pour les opérateurs de demander des lettres de crédit par voie électronique auprès des banques sans soumettre de documents papier (voir figure III).

Figure III
Mise en œuvre des mesures de facilitation du commerce transfrontière sans papier dans la région



Source: deuxième Enquête mondiale sur la mise en œuvre de la facilitation du commerce et du commerce sans papier (à paraître).

19. La mise en œuvre de mesures de facilitation du commerce et de commerce sans papier aura de nombreux avantages pour les pays de l'Asie et du Pacifique. Il ressort de l'étude d'impact réalisée par le secrétariat que l'application des mesures de l'Accord sur la facilitation des échanges réduira les coûts commerciaux de 5 % si toutes les mesures sont « au moins partiellement » suivies, et de 9 % si elles le sont « intégralement ». Si toutes les mesures de l'Accord, tant celles relatives au commerce sans papier que celles relatives au commerce transfrontière sans papier, sont pleinement appliquées par les pays considérés, les coûts moyens du commerce entre les pays diminueront de plus de 16 %. De même, une étude antérieure menée par le secrétariat montre que la mise en œuvre intégrale des mesures liées au commerce transfrontière sans papier devrait engendrer l'équivalent de 257 milliards de dollars par an de possibilités d'exportation supplémentaires pour la région Asie-Pacifique⁷.

III. Commerce électronique pour le développement inclusif en Asie et dans le Pacifique

A. Le commerce électronique est devenu un moteur du développement commercial et économique

20. Le commerce électronique, dans sa forme la plus simple, désigne la vente et l'achat de biens et de services par le biais de réseaux électroniques et de l'Internet (encadré 1).

⁷ CESAP, *Estimating the Benefits of Cross-Border Paperless Trade* (Bangkok, 2014). Disponible à l'adresse suivante: www.unescap.org/resources/estimating-benefits-cross-border-paperless-trade.

Encadré 1

Le commerce électronique: définition et types ^a

Selon la définition de l'Organisation de coopération et de développement économiques, le commerce électronique désigne la vente ou l'achat de biens ou de services effectués au moyen d'un réseau électronique conçu expressément pour recevoir ou passer des commandes. Les biens ou services sont commandés par ces moyens, mais le paiement et la livraison finale des biens ou services n'ont pas à être effectués en ligne.

Il existe quatre grands types de commerce électronique, à savoir le commerce entre entreprises, le commerce d'entreprise à consommateur, le commerce entre particuliers, et dans une moindre mesure, le commerce entre entreprise et gouvernement.

Commerce entre entreprises: il représente la plus grosse part du commerce électronique. Il s'agit de transactions d'entreprise à entreprise, par exemple entre un fabricant et un grossiste ou entre un grossiste et un détaillant. Du point de vue d'une petite entreprise, la participation à ce type de commerce électronique peut être une condition pour participer aux chaînes de valeur nationales ou mondiales.

Commerce d'entreprise à consommateur: il s'agit de la vente à des consommateurs par des entreprises exclusivement présentes en ligne ainsi que par des détaillants et fabricants traditionnels qui proposent leurs produits à la vente en ligne. Vendre directement aux consommateurs par l'intermédiaire des outils reposant sur les technologies de l'information et de la communication peut aider les microentreprises et les petites entreprises à conquérir de nouveaux marchés, tant aux niveaux national qu'international.

Commerce entre particuliers: ce type de commerce peut être considéré comme une version moderne de la publication d'une petite annonce dans un journal local ou de la vente aux enchères. Ce type de commerce englobe les plateformes de vente aux enchères en ligne (comme eBay ou Taobao) et les ventes effectuées dans le cadre des communautés en ligne. Les plateformes de consommateur à consommateur offrent aux entreprises du secteur informel la possibilité d'être présentes dans les circuits du commerce électronique.

Commerce entre entreprise et gouvernement: le principe est similaire à celui des transactions entre entreprises, sauf que l'acheteur est une entité gouvernementale, comme dans le cas de la passation électronique de marchés publics.

^a *Asia-Pacific Trade and Investment Report 2016: Recent Trends and Developments* (publication des Nations Unies, numéro de vente: E.16.II.F.23). Disponible à l'adresse suivante: www.unescap.org/publications/asia-pacific-trade-and-investment-report-2016-recent-trends-and-developments.

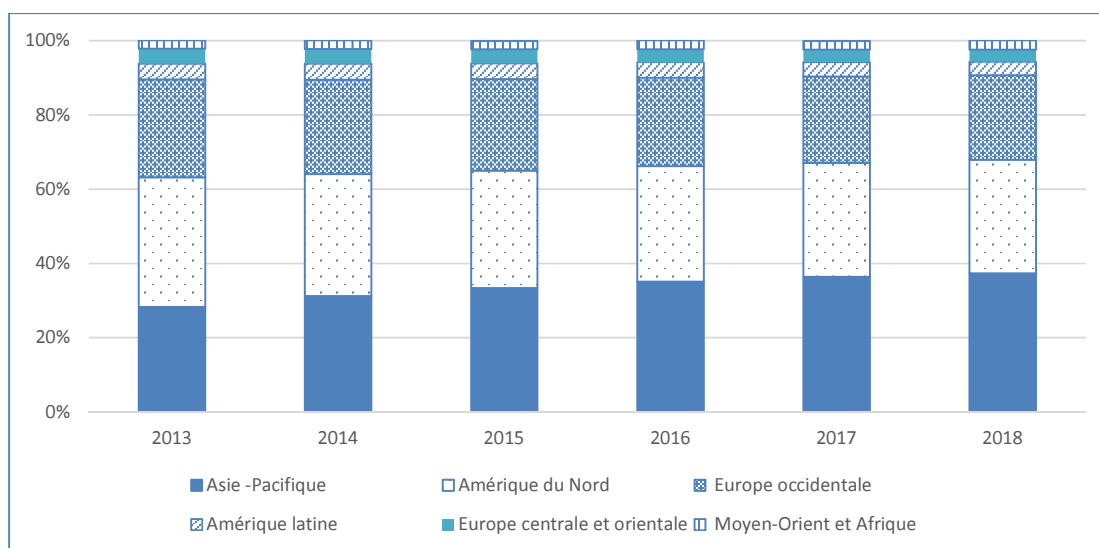
21. Le commerce électronique est par nature multisectoriel. Il englobe de nombreux secteurs tels que l'infrastructure des TIC, la logistique et la facilitation du commerce, et a des incidences dans de nombreux autres domaines, notamment les cadres juridiques, les paiements électroniques, les plateformes de commerce électronique et les achats par voie électronique. Il touche également aux questions de sensibilisation et de mise en valeur des compétences. La notion d'écosystème du commerce électronique existe déjà, l'idée étant que chaque secteur du commerce électronique doit être développé pour que l'écosystème soit sain.

22. Les données disponibles témoignent de l'importance du commerce électronique dans le commerce international. La Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED) estime qu'en 2015, le commerce électronique mondial représentait une valeur de 25 billions de dollars, contre 16,1 billions de dollars en 2013. Les États-Unis d'Amérique sont de loin le plus grand marché pour le commerce électronique, avec des recettes totales de plus de 7 billions de dollars en 2015, tandis que la Chine est le plus grand marché au monde pour le commerce en ligne d'entreprise à consommateur. Le commerce électronique joue un rôle fondamental dans le

développement économique du Japon et de la République de Corée, représentant respectivement 60 % et 84 % du produit intérieur brut (PIB). En Chine, le commerce électronique représente 18 % du PIB⁸.

23. Les transactions entre entreprises sont prédominantes dans le commerce électronique. Par exemple, en République de Corée et en Fédération de Russie, elles ont représenté 91 % et 57 % respectivement de l'ensemble des recettes générées par le commerce électronique en 2013. Toutefois, le secteur du commerce d'entreprise à consommateur a connu une expansion plus rapide. Par exemple, en Fédération de Russie, ce type de commerce a enregistré une croissance près de trois fois plus rapide que celle du commerce entre entreprises en 2013. Sur les dix pays représentant les plus grands marchés du commerce entre entreprise et consommateur du monde, quatre sont des pays de la région⁹, à savoir la Chine, la Fédération de Russie, le Japon et la République de Corée. La part cumulée de l'Asie (et de l'Océanie) sur le marché mondial du commerce d'entreprise à consommateur devrait encore augmenter, pour passer de 28 % à 37 % entre 2013 et 2018 (figure IV).

Figure IV
Répartition par région des transactions d'entreprise à consommateur réalisées grâce au commerce électronique



Source: eMarketer, « Worldwide e-commerce sales to increase nearly 20 % in 2014 », 23 juillet 2014. Disponible à l'adresse suivante: <http://www.emarketer.com/Article/Worldwide-Ecommerce-Sales-Increase-Nearly-20-2014/1011039>.

⁸ CNUCED, « Ministers to discuss opportunities and challenges of e-commerce with Jack Ma, eBay, Jumia, Huawei, Etsy, Paypal, Vodafone and more », 21 avril 2017. Disponible à l'adresse suivante: <http://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=1466>.

⁹ CNUCED, *Rapport 2015 sur l'économie de l'information: libérer le potentiel du commerce électronique pour les pays en développement* (Publication des Nations Unies, numéro de vente: E.15.II.D.1). Disponible à l'adresse suivante: http://unctad.org/fr/PublicationsLibrary/ier2015_fr.pdf.

B. Le commerce électronique en tant qu'outil de promotion du développement inclusif: opportunités et défis

24. Le commerce électronique peut promouvoir le développement inclusif. Par rapport au commerce traditionnel, le commerce électronique aide les entreprises locales, en particulier les microentreprises et les petites entreprises, les particuliers et les agriculteurs, à toucher un marché intérieur ou international plus large. Par exemple, une agricultrice peut vendre ses produits dans un autre pays par le biais d'une plateforme de commerce électronique, même si elle n'a jamais été à l'étranger. Ce type de commerce offre aux consommateurs davantage d'occasions d'acheter des biens et des produits et leur permet d'être mieux informés des possibilités dans ce domaine. En ce sens, le commerce électronique accroît la productivité grâce à une utilisation plus efficace de la technologie et à une concurrence accrue.

25. Par ailleurs, le commerce électronique, en particulier le commerce électronique transfrontière, peut accroître la concurrence sur les marchés locaux. Une étude récente a souligné que le commerce de détail en général et le commerce électronique en particulier étaient des activités à faible marge bénéficiaire¹⁰. L'adaptation au commerce électronique n'est pas automatique. Les commerçants traditionnels peuvent avoir du mal à faire face à la concurrence féroce induite par le commerce électronique.

26. On dispose de peu de données sur les effets du commerce électronique sur la création d'emplois. Le Forum économique mondial a indiqué que la numérisation avait créé 6 millions d'emplois dans le monde et permis d'accroître la production économique mondiale de 193 milliards de dollars en 2011¹¹. D'ici à 2020, environ 20 % de tous les recrutements se feront en ligne¹². HSBC prévoit qu'entre 2016 et 2026, le commerce électronique pourrait créer au total 12 millions de nouveaux emplois en Inde, y compris dans les zones rurales¹³. Le McKinsey Global Institute a constaté que l'accès à l'Internet a aidé les petites et moyennes entreprises de huit pays en développement à créer 3,2 emplois pour chaque emploi perdu¹⁴.

27. Dans le contexte du Programme de développement durable à l'horizon 2030, les auteurs de *Panorama de l'aide pour le commerce 2017*¹⁵ ont fait valoir que le commerce électronique pouvait être un outil utile pour atteindre les objectifs de développement durable, comme exposé ci-dessous:

a) On peut tirer parti du commerce électronique pour promouvoir l'autonomisation des femmes en tant qu'entrepreneuses et commerçantes (cible 5. b);

¹⁰ Sunil Gupta et Tanya Bijlani, « E-Commerce in Asia: Challenges and Opportunities », Asia Business Insights (2012). Disponible à l'adresse suivante: <http://www.people.hbs.edu/sgupta/EcommerceinAsia.pdf>.

¹¹ Forum économique mondial, *The Global Information Technology Report 2013: Growth and Jobs in a Hyperconnected World* (Genève, 2013).

¹² Banque mondiale, *Rapport sur le développement dans le monde 2013: emplois* (Washington, D.C., 2012).

¹³ HSBC, « E-commerce jobs click in India », 26 juillet 2016. Disponible à l'adresse suivante: www.gbm.hsbc.com/insights/economics/ecommerce-jobs-click-in-india.

¹⁴ McKinsey and Company, *Internet Matters: The Net's Sweeping Impact on Growth, Jobs, and Prosperity* (2011). Disponible à l'adresse suivante: www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/internet-matters.

¹⁵ Organisation de coopération et de développement économiques et OMC, *Panorama de l'aide pour le commerce 2017: promouvoir le commerce, l'inclusion et la connectivité pour un*

b) Le commerce électronique peut soutenir les activités productives, la création d'emplois décents, l'entrepreneuriat, la créativité et l'innovation, et stimuler la croissance des microentreprises et des petites et moyennes entreprises et faciliter leur intégration dans le secteur formel dans les pays en développement, notamment par l'accès aux services financiers fondés sur les TIC, tels que les paiements en ligne et les paiements sur appareils mobiles (objectif 8.3);

c) Le commerce électronique peut promouvoir l'intégration des microentreprises et des petites et moyennes entreprises dans les chaînes de valeur et les marchés (par exemple, en tirant parti des marchés virtuels), à l'appui de l'objectif 9.3;

d) Le commerce électronique peut contribuer à accroître les exportations des pays en développement (objectif 17.11), en particulier en vue de doubler la part des pays les moins avancés dans les exportations mondiales d'ici à 2020.

28. Il existe peu de données et d'informations pour étayer ces arguments. C'est pourquoi les études de cas ont été la principale méthode utilisée pour analyser l'impact du commerce électronique sur le développement inclusif et durable. En République de Corée, le Gouvernement a mis en place des plateformes de commerce électronique pour permettre aux habitants des zones rurales de vendre leurs produits (par exemple, www.invil.org) et les résultats ont été positifs. Les facteurs de ce succès tiennent notamment à une collaboration étroite entre les pouvoirs publics, les opérateurs des télécentres et les habitants des zones rurales, en vue de la commercialisation et de la vente de biens et services. Les mesures de soutien ont consisté en des activités de formation visant à aider les vendeurs à créer des publicités percutantes et en une mobilisation des acteurs du secteur privé pour qu'ils mettent en place un portail de commerce électronique perfectionné et créent des liens vers d'autres plateformes en ligne dans le pays.

29. En Chine, le développement du commerce électronique dans les régions rurales pourrait être davantage piloté par les populations locales, mais il est soutenu indirectement par les administrations locales. La stratégie consiste à ce que les particuliers ou les petits exploitants ruraux utilisent les plateformes de commerce électronique populaires existantes pour vendre des produits en ligne. Les « villages Taobao », par exemple, sont considérés comme un bon moyen de réduire la pauvreté¹⁶.

30. Toutefois, les obstacles dont il est fait état plus bas sont des facteurs qui limitent la contribution du commerce électronique au développement inclusif.

1. De nombreux pays de la région n'en sont toujours qu'à un stade embryonnaire du commerce électronique

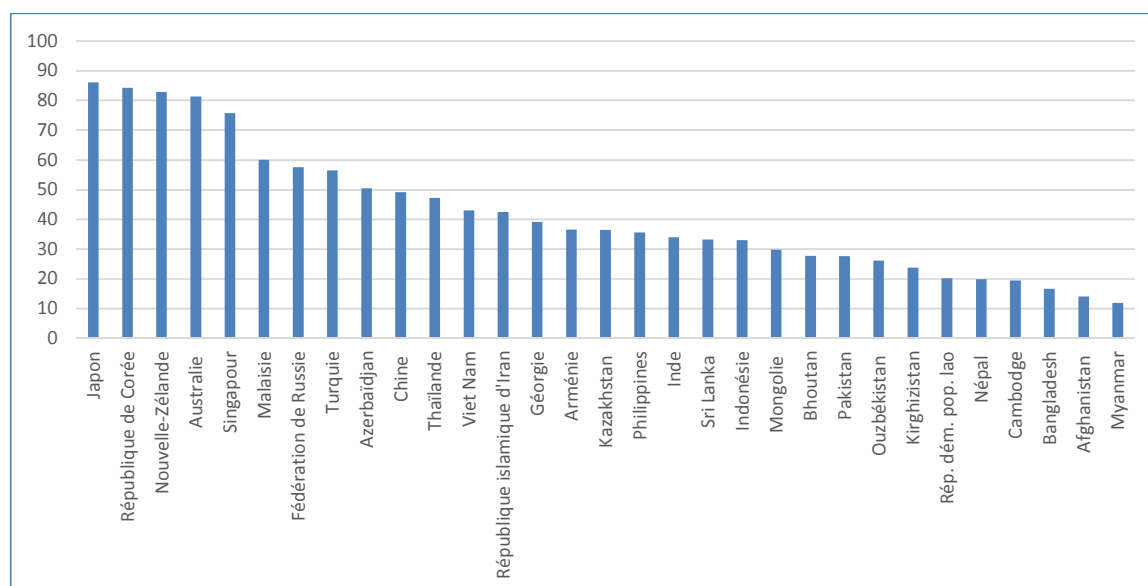
31. L'indice du commerce électronique d'entreprise à consommateur (indice B2C) mis au point par la CNUCED met en évidence de fortes disparités entre les économies de la région. Parmi les pays en développement, la République de Corée, Singapour et la Malaisie sont en tête du classement. Les pays les moins avancés de la région, notamment la République démocratique

développement durable (Paris, 2017). Disponible à l'adresse suivante: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/aid4trade17_e.htm.

¹⁶ Banque mondiale, « The Taobao villages as an instrument for poverty reduction and shared prosperity », 29 octobre 2016. Disponible à l'adresse suivante: <http://www.worldbank.org/en/news/speech/2016/10/29/the-taobao-villages-as-an-instrument-for-poverty-reduction-and-shared-prosperity>.

populaire lao, le Népal, le Cambodge, le Bangladesh, l'Afghanistan et le Myanmar accusent un retard (figure V).

Figure V
Indice 2016 du commerce électronique d'entreprise à consommateur de la
Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement



Source: CNUCED, « UNCTAD B2C E-commerce Index 2016 », notes techniques n°7 de la CNUCED sur les TIC pour le développement (2016). Disponible à l'adresse suivante: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d07_en.pdf.

32. Toutefois, certains des pays les moins avancés ont un potentiel immense pour développer rapidement leur commerce numérique et le commerce électronique. Par exemple, une étude récente montre que le Bangladesh poursuit sa lancée et devrait devenir une économie numérique plus avancée¹⁷.

2. De nombreux ménages n'utilisent pas le commerce électronique

33. Les données obtenues dans le cadre des enquêtes auprès des ménages et des acheteurs en ligne, bien que très limitées, fournissent des informations sur la dimension « acheteur » du commerce électronique entre entreprise et consommateur. En Thaïlande et en Turquie, le pourcentage de particuliers ayant effectué un achat en ligne en 2013 était inférieur à 10 %, contre environ 20 % en Chine et à Hong Kong (Chine), et il atteignait près de 40 % à Singapour et en République de Corée¹⁸.

¹⁷ Bhaskar Chakravorti, Ajay Bhalla et Ravi Shankar Chaturvedi, « 60 countries' digital competitiveness, indexed », 12 juillet 2017. Disponible à l'adresse suivante: <https://hbr.org/2017/07/60-countries-digital-competitiveness-indexed>.

¹⁸ Union internationale des télécommunications, *Manuel sur la mesure de l'accès des ménages et des particuliers aux technologies de l'information et de la communication (TIC) et de l'utilisation de ces technologies*, édition 2014 (Genève, 2014). Disponible à l'adresse suivante: https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/ind/D-IND-ITCMEAS-2014-PDF-f.pdf.

34. Un grand nombre de facteurs peuvent expliquer cette situation. Tout d'abord, certains ménages n'ont pas accès à l'Internet ou aux TIC. Une étude du secrétariat a montré qu'en 2015, moins de 2 % de la population (dans une vingtaine de pays de l'Asie et du Pacifique) possédait une connexion Internet fixe à haut débit, ce qui a creusé à une vitesse alarmante le fossé numérique entre pays à revenu élevé et pays à faible revenu¹⁹. D'autres facteurs tels que le manque de confiance dans les mécanismes de paiement en ligne, ou l'absence de tels mécanismes, empêchent de nombreux ménages d'avoir recours au commerce électronique²⁰.

3. Il est difficile pour les agriculteurs et petits exploitants de prendre part au commerce électronique

35. Malgré les succès remportés par les petits exploitants ruraux qui utilisent le commerce électronique en Chine et en République de Corée, la plupart des agriculteurs et des entreprises rurales se heurtent à des obstacles pour vendre leurs produits en ligne. Dans de nombreux pays en développement de la région, les zones rurales sont encore mal desservies par les réseaux de transport, ce qui augmente les coûts logistiques et les délais de livraison. Dans certains cas, les agriculteurs et les entreprises rurales n'ont qu'une connaissance limitée de l'Internet et du commerce électronique, et ne sont pas vraiment à même de déterminer leurs besoins en matière de commerce en ligne, ses avantages potentiels, ni comment se lancer dans ce type d'activité.

36. Il n'existe probablement pas de solution universelle pour rendre le commerce électronique plus ouvert aux petits exploitants ruraux. Néanmoins, les gouvernements pourraient envisager les possibilités suivantes recommandées par la CNUCED⁹. Premièrement, il est fondamental de créer un environnement favorable, ce qui passe par la construction de routes, la fourniture d'un accès à la large bande et l'instauration de cadres logistiques et législatifs appropriés, de manière à développer le commerce électronique et à faciliter les paiements en ligne. Deuxièmement, plutôt que de créer des sites Web appartenant à l'État, une approche plus efficace pourrait consister à travailler en partenariat avec les plateformes de commerce électronique populaires existantes et à créer des filières pour les produits ruraux. Troisièmement, les pouvoirs publics pourraient agréer les portails de commerce électronique dans les zones rurales afin de consolider la confiance des acheteurs potentiels et de susciter des économies d'échelle en regroupant les produits issus des zones rurales dans le cadre d'une vaste campagne publique de promotion. Enfin, les pouvoirs publics pourraient organiser des activités de formation à l'intention des villageois pour leur enseigner comment exploiter les outils du commerce électronique.

4. Les microentreprises ou les petites entreprises n'utilisent guère le commerce électronique

37. Les données disponibles indiquent que la taille des entreprises est généralement un facteur déterminant de l'utilisation du commerce électronique. En Azerbaïdjan, seulement 2 % des petites entreprises ont reçu des commandes par l'intermédiaire d'Internet en 2012, contre 11 % pour les grandes entreprises. Au Kazakhstan, environ 4 % des petites entreprises et 8 %

¹⁹ CESAP, « State of ICT in Asia and the Pacific 2016: uncovering the widening broadband divide » (Bangkok, 2016). Disponible à l'adresse suivante: <http://www.unescap.org/resources/state-ict-asia-and-pacific-2016-uncovering-widening-broadband-divide>.

²⁰ Banque asiatique de développement, *Aid for Trade in Asia and the Pacific: Thinking Forward about Trade Costs and the Digital Economy* (Manille, 2015). Disponible à l'adresse suivante: <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/167344/aft-report-2015.pdf>.

des grandes entreprises ont reçu des commandes par Internet⁹. Au Viet Nam, seulement 2,2 % des entreprises ont vendu leurs biens ou services en ligne en 2011. En Turquie, 92 % de toutes les entreprises employant au moins dix salariés disposaient d'un accès à l'Internet en 2012, mais seulement 10 % d'entre elles ont passé des commandes ou effectué des réservations en ligne²¹.

C. Le commerce électronique transfrontière prend de l'ampleur

38. En ce qui concerne le commerce transfrontière de marchandises, les données de l'Union postale universelle sur le volume du trafic postal international de petits paquets et de colis donnent des indications intéressantes sur les tendances récentes. Entre 2011 et 2014, les expéditions mondiales de ce type d'articles ont augmenté d'environ 48 % à l'échelle mondiale. Cela montre que les pays en développement jouent un rôle de plus en plus important, en particulier ceux de l'Asie et du Pacifique. Au cours de la même période, cette région a vu la part de ses exportations liées au commerce électronique passer de 25,5 % à 32,9 %, et ses exportations ont également progressé, passant de 15 à 23,9 %⁹.

39. Malgré cette évolution, un certain nombre de facteurs entravent le commerce électronique transfrontière, notamment le manque de fiabilité des chaînes d'approvisionnement et la complexité des procédures commerciales et des procédures aux frontières. En outre, la compatibilité des lois relatives aux transactions électroniques, les règles du commerce international et les questions fiscales sont toutes des questions qui ont des répercussions sur le commerce électronique transfrontière.

40. En ce qui concerne la compatibilité des lois sur les transactions électroniques, une condition préalable à la réalisation de transactions commerciales en ligne est la reconnaissance de l'équivalence juridique entre les opérations électroniques et les opérations traditionnelles, ce qui est l'objectif des lois sur les transactions électroniques. Plus de 70 % des pays de la région Asie-Pacifique interrogés ont indiqué qu'ils avaient, au moins partiellement, mis en place les cadres juridiques et réglementaires nécessaires au bon déroulement des transactions électroniques, mais que ces cadres restaient incomplets et ne rendaient pas toujours possible la reconnaissance juridique des données ou documents électroniques en provenance de l'étranger. Un autre problème est celui de la création d'autorités de certification qui délivrent aux commerçants des certificats de signature électronique reconnus. Moins de 40 % des pays interrogés s'étaient dotés de telles autorités.

41. Ces résultats soulignent l'importance de l'Accord-cadre sur la facilitation du commerce transfrontière sans papier en Asie et dans le Pacifique, qui est en cours de ratification par les États membres de la CESAP. Il offrira aux pays de la région un excellent moyen de trouver des solutions pour surmonter les obstacles au commerce électronique transfrontière et un cadre unique pour le faire.

²¹ Banque mondiale, *rapport sur le développement dans le monde 2016: les dividendes du numérique* (Washington, D.C., 2016). Disponible à l'adresse suivante: www.worldbank.org/en/publication/wdr2016.

IV. Activités menées par la Commission dans les domaines de la facilitation du commerce, du commerce sans papier et du commerce électronique

42. Le secrétariat planifie ses travaux d'une manière intégrée et stratégique pour aider les États membres à promouvoir la facilitation du commerce, le commerce sans papier et le commerce électronique. Ses travaux d'analyse visent à recenser les principaux défis auxquels sont confrontés les pays de la région. Par exemple, selon l'Enquête mondiale sur la mise en œuvre de la facilitation du commerce et du commerce sans papier, l'instauration du commerce transfrontière sans papier est la tâche la plus ardue pour la région, mais une analyse plus poussée des données montre que les membres de la CESAP en bénéficieraient énormément. Les activités de coopération intergouvernementale menées par le secrétariat, en particulier celles qui se rapportent à l'Accord-cadre sur la facilitation du commerce transfrontière sans papier en Asie et dans le Pacifique, aident la région et les pays membres à trouver des solutions pour promouvoir ce type de commerce. Le développement du commerce électronique transfrontière s'en trouve ainsi facilité. Les activités d'assistance technique du secrétariat permettent aux membres et membres associés de bénéficier de solutions adaptées à leur situation particulière. Ses initiatives de renforcement des capacités – à savoir son forum régional, l'organisation d'ateliers dans les pays, la mise à disposition de cours en ligne et de supports de formation – permettent aux responsables politiques, aux acteurs des divers secteurs et aux autres parties concernées de perfectionner leurs connaissances et leurs compétences. Dans ce contexte, certaines des activités et initiatives du secrétariat sont présentées ci-après.

A. Le point sur l'Accord-cadre sur la facilitation du commerce transfrontière sans papier en Asie et dans le Pacifique

43. En 2016, la Commission a adopté la résolution 72/4 sur l'Accord-cadre sur la facilitation du commerce transfrontière sans papier en Asie et dans le Pacifique. Une cérémonie de signature a eu lieu lors de la concertation régionale de haut niveau sur le renforcement du commerce régional par une participation effective à l'économie numérique, tenue le 29 août 2017, à l'occasion de laquelle le Bangladesh, le Cambodge et la Chine ont signé l'Accord-cadre. Cet instrument est ouvert à la signature pour les États membres de la CESAP jusqu'au 30 septembre 2017 et entrera en vigueur après sa ratification par cinq États membres.

44. L'Accord-cadre aidera tous les membres de la CESAP à surmonter les obstacles au développement du commerce transfrontière sans papier et à promouvoir l'expansion du commerce intrarégional. La région Asie-Pacifique regroupe les leaders mondiaux du commerce sans papier, notamment la Chine, le Japon, la République de Corée et Singapour. Divers arrangements bilatéraux et sous-régionaux pour le commerce transfrontière sans papier constituent la base de l'Accord-cadre, qui servira de plateforme régionale globale pour faciliter l'interopérabilité des initiatives bilatérales et sous-régionales existantes ou nouvelles en matière de commerce transfrontière sans papier, et permettra également d'apporter des solutions aux problèmes juridiques et techniques connexes dans la région.

45. Les pays les moins avancés, les pays en développement sans littoral et les pays en développement du Pacifique bénéficieront d'activités de renforcement des capacités lorsqu'ils deviendront parties à l'Accord-cadre. En effet, le renforcement des capacités, dont il est question à l'article 14 de l'Accord, y occupe une place centrale. Les méthodes de coopération en matière

de renforcement des capacités sont décrites en détail dans l'Accord-cadre, qui prévoit qu'une attention particulière devrait être accordée aux demandes d'assistance technique et de coopération émanant des pays les moins avancés et des pays en développement sans littoral.

B. Travaux analytiques et renforcement des capacités en matière de facilitation du commerce et de commerce sans papier

46. En 2012, afin d'aider les États membres à poursuivre la mise en œuvre des mesures de facilitation du commerce et de promotion du commerce sans papier, de faire connaître les données d'expériences positives et de recenser les besoins en matière de renforcement des capacités et d'appui technique, le secrétariat a réalisé la première enquête régionale sur la mise en œuvre des mesures relatives à la facilitation du commerce et au commerce sans papier²². En 2015, le secrétariat a supervisé le déroulement de la première Enquête mondiale, à laquelle toutes les commissions régionales de l'ONU ont participé. De janvier à juillet 2017, le secrétariat a également piloté la deuxième Enquête mondiale. Les résultats préliminaires ont été présentés lors du sixième Examen global de l'Initiative Aide pour le commerce, tenu à Genève le 12 juillet 2017. Un rapport conjoint de la CESAP et de la Banque asiatique de développement, fondé en partie sur l'enquête en question, a été publié lors du huitième Forum Asie-Pacifique sur la facilitation du commerce, qui s'est tenu à Yogyakarta (Indonésie) du 5 au 8 septembre 2017.

47. Les résultats de l'enquête, ainsi que les données recueillies dans le cadre du partenariat de longue date avec la Banque mondiale visant à évaluer et à suivre les coûts du commerce, ont été utilisés pour mettre au point des programmes de renforcement des capacités et des services consultatifs à l'intention des États membres. À titre d'exemple, on peut citer le forum régional Asie-Pacifique, qui a permis de mettre en commun les données d'expérience et les meilleures pratiques en matière de facilitation du commerce et de débattre des questions les plus pertinentes dans la région; les ateliers nationaux adaptés aux besoins propres à chaque pays; et les supports de formation en ligne qui peuvent être utilisés par toute personne ou organisation ayant accès à l'Internet²³.

48. Le secrétariat planifie et exécute ses activités de renforcement des capacités et d'assistance technique afin d'aider les États membres à améliorer les mesures de facilitation du commerce dans le contexte des objectifs de développement durable, et à surmonter les obstacles au développement du commerce transfrontière sans papier. La plupart des activités de facilitation du commerce ont été exécutées par l'intermédiaire du Réseau d'experts des Nations Unies pour le commerce sans papier et le transport en Asie et dans le Pacifique. Compte tenu de l'importance du secteur agricole et de celui des petites et moyennes entreprises pour la réalisation de nombreux objectifs de développement durable, l'accent a été mis davantage sur le renforcement des capacités de mise en œuvre des mesures de facilitation du commerce dans ces deux secteurs. Par exemple, le secrétariat met actuellement en œuvre un projet visant à renforcer la capacité des économies en transition et en développement pour leur permettre de participer aux chaînes transfrontalières d'approvisionnement en produits alimentaires agricoles. En outre, le secrétariat a décidé que le thème du huitième Forum Asie-Pacifique

²² Voir www.unescap.org/resources/asia-pacific-trade-facilitation-forum-aptff-survey-trade-facilitation-and-paperless-trade.

²³ On trouvera un exemple des supports de formation en ligne mis au point par le secrétariat à l'adresse suivante: www.unescap.org/our-work/trade-investment-innovation/trade-facilitation/bpa-course.

sur la facilitation du commerce serait « Les innovations en matière de facilitation du commerce pour le développement durable en Asie et dans le Pacifique ».

49. La mise en œuvre des mesures de facilitation du commerce est certes importante, mais il est aussi essentiel d'en évaluer l'efficacité. Autrement dit, il est nécessaire d'évaluer si les objectifs fixés par chaque pays sont atteints. Pour aider les pays de la région à travailler sur cette voie, le secrétariat et la Banque asiatique de développement ont publié des directives sur la mise en place d'un mécanisme de suivi de la facilitation du commerce et des transports²⁴, qui a été recommandé par le Centre des Nations Unies pour la facilitation du commerce et les transactions électroniques²⁵. En outre, depuis 2016, le secrétariat et la Banque asiatique de développement aident le Bangladesh, le Bhoutan et le Népal à réaliser des études initiales dans ce domaine, lesquelles sont désormais achevées²⁶.

C. Promouvoir le développement du commerce électronique dans la région

50. Les activités du secrétariat concernant la promotion du commerce électronique ont principalement porté sur les mesures en faveur de la facilitation des échanges et du commerce sans papier ainsi que sur la logistique dans ce domaine. En particulier, ses initiatives de promotion du commerce sans papier, notamment l'Accord-cadre, visent à aider les États membres à prendre les mesures nécessaires pour assurer la reconnaissance des données et informations électroniques liées au commerce, condition essentielle du commerce électronique transfrontière.

51. Bien que ces initiatives soient principalement axées sur le commerce électronique entre entreprises, le secrétariat a encouragé d'autres types de commerce, en particulier le commerce électronique d'entreprise à consommateur et de particulier à particulier. Les partenariats sont essentiels pour tirer parti des compétences spécialisées et du mandat de chaque organisation. À cet égard, la CESAP est un partenaire important de l'initiative mondiale Commerce électronique pour tous (eTrade for All), qui vise à donner aux pays en développement, et en particulier aux pays les moins avancés, les moyens d'utiliser le commerce électronique et d'en tirer parti²⁷.

52. En collaboration avec l'Institut de la Banque asiatique de développement et la CNUCED, le secrétariat a organisé un atelier sur l'économie numérique et le commerce électronique à Bangkok les 28 et 29 novembre 2016²⁸. Il a été suivi, le 30 novembre, d'un autre atelier consacré aux moyens d'utiliser la technologie pour aider les microentreprises et les petites et moyennes entreprises à participer davantage au commerce international, notamment aux activités relevant du commerce électronique. Ces travaux constituent les premières initiatives menées par le secrétariat pour examiner les difficultés que pose le développement du commerce électronique

²⁴ CESAP, *Towards a National Integrated and Sustainable Trade and Transport Facilitation Monitoring Mechanism: BPA+ (ST/ESCAP/2683)*. Disponible à l'adresse suivante: www.unescap.org/resources/towards-national-integrated-and-sustainable-trade-and-transport-facilitation-monitoring.

²⁵ ECE/TRADE/C/CEFACT/2017/8/Rev.1.

²⁶ Les rapports sur ces études sont disponibles à l'adresse suivante: <https://unnex.unescap.org/content/business-process-analysis-simplify-trade-procedures-case-studies>.

²⁷ On trouvera davantage d'informations à l'adresse suivante: <https://etradeforall.org/>.

²⁸ Voir www.adb.org/news/events/trade-digital-economy.

et déterminer quelle voie les États membres et le secrétariat devraient suivre. Les organisations participantes pourraient être des partenaires importants pour le secrétariat et les États membres en vue de promouvoir et de faire progresser le commerce électronique.

V. Conclusions

53. D'après les études actuelles et plus anciennes du secrétariat, l'application de mesures de facilitation du commerce et de promotion du commerce sans papier diminuerait considérablement les coûts du commerce, réduirait les délais des opérations commerciales et améliorerait l'efficacité des chaînes d'approvisionnement. Ces facteurs, à leur tour, permettraient aux pays de la région, en particulier aux pays les moins avancés, aux pays sans littoral et aux pays en développement du Pacifique, d'être mieux intégrés dans les marchés régionaux et internationaux.

54. De manière générale, les pays de l'Asie et du Pacifique ont mis en œuvre des mesures liées à l'Accord sur la facilitation des échanges de l'OMC, avec un taux d'application moyen de plus de 50 %. Toutefois, la mise en œuvre du commerce transfrontière sans papier laisse encore à désirer, le taux d'application moyen étant de 23 %. Dans ce contexte, l'Accord-cadre offre aux États membres une occasion exceptionnelle d'accélérer le développement du commerce transfrontière sans papier et de soutenir la croissance de l'économie numérique.

55. Le commerce électronique s'est développé rapidement dans la région, et ses effets sur le commerce et l'économie se sont fortement ressentis dans certains pays. On notera par exemple que le commerce électronique représente 84 % du PIB de la République de Corée, 60 % de celui du Japon et 18 % de celui de la Chine⁸.

56. Dans le contexte du Programme de développement durable à l'horizon 2030, le commerce électronique pourrait être un outil très utile à l'instauration d'un développement inclusif. Il peut créer des débouchés pour les femmes, les petits exploitants ruraux, les microentreprises, et les petites et moyennes entreprises, leur permettant ainsi d'être plus présents sur les marchés nationaux, voire de prendre part au commerce international. L'expérience de la Chine et de la République de Corée montre que le commerce électronique a permis aux agriculteurs de ces deux pays de mieux vendre leurs produits en ligne. Toutefois, il reste des difficultés à surmonter pour exploiter pleinement le commerce électronique comme outil de développement inclusif, car de nombreux ménages, petits exploitants ruraux, microentreprises et petites entreprises n'y ont pas accès.

57. Le développement du commerce électronique dans la région a été largement tributaire du marché et de la demande, et le restera très probablement à l'avenir. Les pouvoirs publics peuvent néanmoins jouer un rôle central dans sa promotion et son développement en mettant en œuvre des politiques pertinentes. L'une des principales préoccupations des pouvoirs publics doit être de veiller à ce que le commerce électronique puisse être utilisé comme un instrument efficace de promotion du développement inclusif. Dans certains cas, ils doivent mettre en balance les aspects financiers à court terme – comme le risque de perdre des recettes fiscales, de faire disparaître des emplois et d'accentuer les clivages – et les gains potentiels à long terme²⁹.

²⁹ Aladdin D. Rillo et Valdimir dela Cruz, « The development dimension of e-commerce in Asia: opportunities and challenges » ADBI Policy Brief, N° 2016-2 (Tokyo, Institut de la Banque asiatique de développement, 2016). Disponible à l'adresse suivante: www.adb.org/sites/default/files/publication/185050/adbi-pb2016-2.pdf.

58. Le développement du commerce électronique transfrontière a connu un essor, mais il reste des défis à relever. L'incompatibilité des lois sur les transactions électroniques entre les pays de la région est le principal obstacle à la reconnaissance juridique des données et des documents électroniques par-delà les frontières. De même, le manque d'interopérabilité entre les différents systèmes d'exploitation nationaux rend difficile dans la pratique l'échange de données et d'informations par voie électronique.

59. Les pays de la région doivent non seulement poursuivre la mise en œuvre de l'Accord sur la facilitation des échanges, mais aussi redoubler d'efforts pour promouvoir le commerce transfrontière sans papier. Les pays doivent également mettre en place un environnement propice pour faire du commerce électronique un outil efficace de développement inclusif. À cet égard, il est utile pour les pays de faire connaître leurs données d'expérience, leur cas de réussite et les enseignements qu'ils en ont retirés, afin de déterminer quelles sont les meilleures pratiques.

VI. Questions à examiner par le Comité du commerce et de l'investissement

60. Pour faire progresser la facilitation du commerce, le commerce sans papier et le commerce électronique dans la région, le Comité du commerce et de l'investissement souhaitera peut-être envisager de recommander ce qui suit:

a) Les États Membres, s'ils ne l'ont pas encore fait, devraient ratifier dès que possible l'Accord-cadre sur la facilitation du commerce transfrontière sans papier en Asie et dans le Pacifique, afin de profiter des avantages dont bénéficient les États parties à cet instrument;

b) Les membres et les membres associés sont encouragés à partager leurs données d'expérience concernant l'utilisation d'instruments politiques et de solutions pratiques pour faire du commerce électronique un moyen efficace de promouvoir le développement inclusif.

61. En outre, le Comité souhaitera peut-être donner au secrétariat des orientations supplémentaires s'agissant des possibilités décrites ci-dessous:

a) En collaboration avec les partenaires de développement, continuer d'apporter un appui aux pays membres - en particulier aux pays les moins avancés, aux pays en développement sans littoral et aux pays en développement du Pacifique - en leur fournissant une assistance technique et un renforcement des capacités aux fins de la mise en œuvre de l'Accord-cadre;

b) En fonction des ressources disponibles, aider les États membres intéressés à analyser les contraintes juridiques et techniques qui entravent l'échange électronique transfrontière de données et d'informations commerciales, et à trouver des solutions viables pour surmonter ces obstacles;

c) En fonction des ressources disponibles, continuer d'aider les pays membres à promouvoir le commerce électronique en faveur d'un développement inclusif dans la région. Cela pourrait passer essentiellement par la réalisation d'études et d'analyses, l'organisation de réunions et forums pertinents ou la participation à ceux-ci, l'élaboration de directives et d'outils d'orientation, et l'exécution d'activités de renforcement des capacités.