ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE

OCDE

PANORAMA DE L'**AIDE** POUR LE **COMMERCE** 2017

PROMOUVOIR LE COMMERCE, L'INCLUSION ET LA CONNECTIVITÉ POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE

ÉDITION DE POCHE

PANORAMA DE L'**AIDE** POUR LE **COMMERCE** 2017

PROMOUVOIR LE COMMERCE, L'INCLUSION ET LA CONNECTIVITÉ POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE

ÉDITION DE POCHE

ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE

OCDE

Les opinions exprimées et les arguments avancés dans la présente publication ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE, ni celles de l'Organisation mondiale du commerce ou de ses Membres.

Ce document et toute carte qu'il peut contenir sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur un territoire, du tracé des frontières et des limites internationales et du nom de tout territoire, ville ou région.

Cette édition de poche contient l'avant-propos, le résumé analytique et le chapitre d'introduction de la publication *OCDE/OMC (2017), Panorama de l'Aide pour le commerce 2017: Promouvoir le commerce, l'inclusion et la connectivité pour un développement durable*, OMC, Genève/Éditions OCDE, Paris..
http://dx.doi.org/10.1787/aid_glance-2017-en
ISBN OCDE: 978-92-64-27846-2 (imprimé); 978-92-64-27847-9 (livre électronique/pdf)
ISBN OMC: 978-92-870-4539-3 (imprimé); 978-92-870-4554-6 (livre électronique/pdf

Biennal:
OCDE ISSN 2223-4403 (imprimé)
OCDE ISSN 2223-4411 (version en ligne)

Les corrigenda des publications de l'OCDE sont disponibles sur: www.oecd.org/publishing/corrigenda

© OCDE, OMC 2017

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer du contenu OCDE pour votre utilisation personnelle. Vous pouvez inclure des extraits des publications, des bases de données et produits multimédia de l'OCDE dans vos documents, présentations, blogs, sites Web et matériels d'enseignement, sous réserve de faire mention de la source et du copyright OCDE et OMC. Les demandes pour usage public ou commercial ou de traduction devront être adressées à rights@oecd.org. Les demandes d'autorisation de photocopier une partie de ce contenu à des fins publiques ou commerciales devront être directement adressées au Copyright Clearance Center (CCC) à info@copyright.com ou au Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) à contact@cfcopies.com.

AVANT-PROPOS

L'Initiative Aide pour le commerce a été lancée en 2005 dans le but de remédier aux contraintes sur le plan de l'offre et de l'infrastructure commerciale qui entravent souvent la participation des pays en développement au commerce mondial. Nous sommes fiers de dire que plus de 300 milliards de dollars EU ont été consacrés à des programmes et projets d'Aide pour le commerce depuis le lancement de l'Initiative. Nous notons que 27% de ces fonds ont été alloués aux pays les moins avancés et nous rappelons les difficultés auxquelles ces derniers sont toujours confrontés.

Les données d'analyse collectées pour le présent rapport, notamment auprès des pays en développement et des pays les moins avancés, des communautés économiques régionales et de leurs partenaires de développement, montrent que l'Aide pour le commerce produit des résultats contribuant au commerce inclusif et au développement. Les effets positifs des mesures de mise en œuvre de l'Accord sur la facilitation des échanges sont encourageants.

Pour promouvoir un commerce inclusif au service du développement durable, il faut améliorer la connectivité, physique et numérique. Sans connectivité, il n'y a pas de commerce et nous en pâtissons tous. Pour relever ce défi, il faut mobiliser plus d'Aide pour le commerce et en améliorer la qualité. Le Programme de développement durable à l'horizon 2030 rend l'Initiative Aide pour le commerce encore plus pertinente.

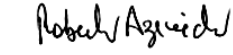
En raison du niveau élevé des coûts du commerce, de nombreuses entreprises sont exclues des marchés, ce qui accroît l'isolement économique. De plus, on voit que les réseaux numériques sont étroitement liés à l'infrastructure commerciale physique et font partie intégrante du commerce. Aujourd'hui, quelque 3,9 milliards de personnes ne sont pas encore connectées; seule une personne sur quatre utilise Internet en Afrique et une sur sept dans les PMA.

La fracture numérique est aussi une fracture dans l'accès aux marchés. Sans une connexion à un prix abordable, les individus et les entreprises ne peuvent pas accéder au marché du Web. Et sans les compétences et l'environnement réglementaire nécessaires, les micro, petites et moyennes entreprises ne peuvent pas prospérer.

Il faut que cela change. Il faut réduire les écarts de connectivité. L'absence d'action pourrait accentuer les inégalités qui existent entre les pays développés et les pays en développement et, à l'intérieur des pays, entre les femmes et les hommes, les populations rurales et urbaines, et les grandes et petites entreprises.

Cette publication conjointe de l'OCDE et de l'OMC, à laquelle d'autres organisations ont contribué, examine ce qui est fait aujourd'hui et ce qu'il faut faire demain pour renforcer les capacités humaines et institutionnelles et les infrastructures qui permettront aux pays en développement, et en particulier aux moins avancés d'entre eux, de tirer davantage parti des possibilités commerciales.

Angel Gurría
Sécrétaire général
OCDE



Roberto Azevêdo
Directeur général
OMC

REMERCIEMENTS

Le présent rapport, intitulé "Panorama de l'Aide pour le commerce: Promouvoir le commerce, l'inclusion et la connectivité pour un développement durable", a été établi sous l'égide du Comité d'aide au développement et du Comité des échanges de l'OCDE, en collaboration avec le Comité du commerce et du développement de l'OMC.

Les Secrétariats de l'OCDE et de l'OMC tiennent à exprimer leur gratitude à l'ensemble des gouvernements, des organisations intergouvernementales, des organisations non gouvernementales et des entreprises privées qui ont participé à l'exercice 2017 de suivi et d'évaluation de l'Aide pour le commerce.

Le rapport a été rédigé sous la direction de Frans Lammersen (OCDE) et de Michael Roberts (OMC). Un soutien managérial a été assuré par Jorge Moreira da Silva, Ken Ash (OCDE) et Shishir Priyadarshi (OMC).

Le chapitre 2 a été écrit par Michael Roberts (OMC); le chapitre 3 par Marie Agnes Jouanjean (OCDE) et Jan Hoffmann (CNUCED); le chapitre 4 par Martin Roy (OMC); le chapitre 5 par Vanessa Gray et Cosmas Zavazava (UIT); le chapitre 6 par Marcus Bartley Johns, Michael Ferrantino et Martin Molinuevo (Groupe de la Banque mondiale); le chapitre 7 par Torbjorn Fredriksson et Diana Korka (CNUCED); le chapitre 8 par Jasmeer Virdee (ITC); le chapitre 9 par Barbara Rippel et Daria Shatskova (CIR); le chapitre 10 par Kati Suominen (Business for eTrade development); le chapitre 11 par Raffaela Muoio (OCDE); et le chapitre 12 par Nazia Mohammed (OMC). Les profils de pays ont été établis par Rainer Lanz (OMC).

Nous adressons aussi nos remerciements aux personnes suivantes: Sive Einarsson, Janos Ferencz, Javier Lopez Gonzalez, Tomas Hos, Michael Laird, Evdokia Moïse, Julia Nielson, Nadine Piefer, Anne Lise Prigent, Cecile Sangare, Silvia Sorescu (tous de l'OCDE); Terfa Ashwe, Christophe Degain, Barbara Marcetich, Andreas Maurer, Theo Mbise, Roberta Piermartini, Roy Santana, Sainabou Taal, Lee Tuthill, Julia Zamora (tous de l'OMC); Maja Andjelkovic, Lillyana Daza Jaller, Arsala Deane, Ankur Huria, Prasanna Lal Das, Daniel Saslavsky (tous du Groupe de la Banque mondiale); Hanna Bucher Jose, Armando Cobian Alvarez, Christina Dienhart, Vanessa Erogbogbo, Loe Franssen, Marion Jansen, Michelle Ayu Chinta Kristy, Anna Claudia Zaleski Mori, Antonina Popova, Evelyn Seltier, Govind Venuprasad, Matthew Wilson, Quan Zhao (tous de l'ITC); Youlia Lozanova (UIT), et Evgeniia Zhuravleva (OMC); Andrzej Suchodolski (OCDE) et Ann Gordon (consultante) ont fourni un soutien statistique.

Le texte du rapport a été mis au point par Christine Graves et la maquette a été conçue par Peggy Ford-Fyffe King. L'équipe a bénéficié du concours de Clare Lannigan et Susan Hodgson (OCDE).

TABLE DES MATIÈRES

Avant-propos 3

Remerciements 5

Résumé analytique 9

PROMOUVOIR LE COMMERCE, L'INCLUSION ET LA CONNECTIVITÉ POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE 13

Introduction 13

Qui a participé à l'exercice de suivi de l'Aide pour le commerce OCDE-OMC? 15

Chapitre 2 **Contexte** 16
Organisation mondiale du commerce

Chapitre 3 **Connectivité numérique et logistique commerciales** 18
Organisation de coopération et de développement économiques et Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement

Chapitre 4 **Contribution des politiques relatives au commerce des services à la connectivité et au développement** 21
Organisation mondiale du commerce

Chapitre 5 **Dépasser la fracture numérique pour stimuler le développement** 24
Union internationale des télécommunications

Chapitre 6 **Améliorer l'environnement du commerce électronique** 26
Groupe de la Banque mondiale

Chapitre 7 **Mettre le commerce électronique au service du développement durable** 27
Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement

Chapitre 8 **Réduire les écarts de connectivité entre les petites et les grandes entreprises et entre les hommes et les femmes** 31
Centre du commerce international

Chapitre 9 **Promouvoir l'inclusion commerciale dans les pays les moins avancés** 33
Cadre intégré renforcé

Chapitre 10 **Priorités du secteur privé en matière d'Aide pour le commerce à l'ère numérique** 35
Business for eTrade Development

Chapitre 11 **Financer la connectivité** 37
Organisation de coopération et de développement économiques

Chapitre 12 **L'Aide pour le commerce inclusif et la réduction de la pauvreté** 39
Organisation mondiale du commerce

Figures

Figure 1.1. Réponses présentées dans le cadre de l'exercice de suivi de l'Aide pour le commerce 15

Figure 1.2. Programmes décrits dans les cas d'expérience présentés dans le cadre de l'exercice de suivi de l'Aide pour le commerce OCDE-OMC 16

Figure 1.3. Priorités des partenaires et des organismes donateurs en matière d'Aide pour le commerce 17

Figure 1.4. Coûts du fret et de l'assurance en pourcentage de la valeur des importations, moyennes mobiles sur dix ans par groupes de pays, 1989-2016 18

Figure 1.5. Outils d'automatisation en place, par type d'outil et par groupe de pays 19

Figure 1.6. Outils d'automatisation pour la coopération entre les organismes nationaux présents aux frontières 20

Figure 1.7. Avis des partenaires sur les ODD qui pourraient être réalisés grâce à la croissance du commerce des services 22

Figure 1.8. Taux de pénétration des TIC par niveau de développement, 2016 25

Figure 1.9. Modèle stylisé des avantages du commerce électronique, à différents niveaux de développement 26

Figure 1.10. Cadre analytique du commerce électronique: "Le commerce électronique pour tous" 28

Figure 1.11. Préparation au commerce électronique, par indicateur sur les composantes et par région géographique 30

Figure 1.12. Proportion relative de petites et de grandes entreprises ayant un site Web 31

Figure 1.13. Chaîne des processus du commerce électronique 32

Figure 1.14. Retombées positives de l'accès des femmes et des filles à Internet 32

Figure 1.15. Générations de réglementations 33

Figure 1.16. Nombre d'utilisateurs d'Internet pour 100 habitants dans les PMA, 2015 34

Figure 1.17. Perception des obstacles au commerce électronique transfrontières par les commerçants, suivant la taille de l'entreprise 36

Figure 1.18. Engagements et décaissements au titre de l'Aide pour le commerce, par catégorie, 2002-2015 38

Figure 1.19. Délais et coûts d'exportation et PIB par habitant, par région 40

Figure 1.20. Taux de pauvreté par région et pourcentage d'utilisateurs d'Internet 41

Figure 1.21. Contribution de l'Aide pour le commerce aux ODD 42

Annexe 1.A1. 43

RÉSUMÉ ANALYTIQUE

C'est la sixième édition de la publication "Panorama de l'Aide pour le commerce". Depuis 2007, les éditions successives de cette publication phare ont mis en lumière les mesures prises par les gouvernements des pays en développement et leurs partenaires de développement pour mettre le commerce au service du développement.

L'édition 2017 enrichit encore l'ensemble déjà vaste de données témoignant de l'efficacité de l'Aide pour le commerce. Elle explique comment et pourquoi la connectivité commerciale est essentielle pour l'inclusion, la croissance durable et la réduction de la pauvreté. Elle vise à éclairer à la fois les pratiques et les politiques concernant la contribution de l'Aide pour le commerce au Programme de développement durable à l'horizon 2030.

Près de 300 milliards de dollars EU ont été consacrés à l'Aide pour le commerce depuis que l'initiative a été lancée. Quelque 146 pays en développement ont bénéficié d'une aide pour le commerce, principalement en Asie (41,5%) et en Afrique (38,7%), 27% du total allant aux PMA. Les programmes régionaux et mondiaux ont reçu près de 15% du total des versements. Plus des trois quarts des versements sont allés à quatre secteurs: transport et entreposage (28,6%), production et fourniture d'énergie (21,6%), agriculture (18,3%), et services bancaires et financiers (11,1%).

La connectivité physique permet la circulation des marchandises et des services vers les marchés nationaux, régionaux et mondiaux. Aujourd'hui, elle est étroitement liée à la connectivité numérique. Les réseaux numériques sont rapidement devenus une partie intégrante du commerce mondial et ils offrent des possibilités de croissance en tant que marché.

Des connexions numériques accessibles et abordables sont indispensables pour assurer la connectivité commerciale. Or 3,9 milliards de personnes dans le monde, dont beaucoup vivent dans les pays les moins avancés (PMA), n'ont pas encore accès à Internet. Le Programme de développement durable à l'horizon 2030 comprend des cibles concernant l'accès universel et abordable à Internet. Plus de 50% de la population des PMA a accès aux réseaux mobiles à large bande, mais les appareils numériques et les raccordements au réseau fixe restent coûteux et offrent une couverture limitée. Le coût reste un obstacle majeur à l'utilisation accrue des TIC.

La fracture numérique peut aussi être considérée comme une fracture dans l'accès aux marchés, et le coût des connexions numériques comme un coût du commerce. Les entreprises et les consommateurs qui ne sont pas connectés sont privés des possibilités offertes par l'expansion rapide du marché des biens et services achetés ou offerts en ligne. L'absence de connectivité numérique aggrave l'isolement économique.

De nombreux pays, à tous les niveaux de développement, prennent des mesures pour accroître la connectivité. Il faut agir à la fois sur le plan de l'offre de connectivité numérique (par exemple disponibilité de l'infrastructure des TIC et de la couverture réseau) et sur le plan de la demande (par exemple coût abordable et usage). Bien souvent, les stratégies et les mécanismes de coordination nationaux omettent de prendre en compte les points de vue et les contributions des fonctionnaires chargés du commerce. Dans de nombreux pays ayant un retard de connectivité, des efforts supplémentaires pourraient être faits pour rendre l'environnement commercial plus favorable à la connectivité numérique.

Afin de réduire la fracture numérique, il faut mobiliser des fonds supplémentaires pour soutenir le développement de l'infrastructure de réseau, de marchés de services TIC dynamiques et d'environnements réglementaires adéquats. Le financement est essentiel aussi pour aider à développer une infrastructure TIC abordable et fiable et à renforcer les offres de services connexes, en particulier pour les populations sous desservies ou non desservies. La réduction de la fracture numérique nécessite des politiques permettant d'accroître l'accès aux TIC et leur utilisation. L'Aide pour le commerce soutient les gouvernements dans ces efforts et l'on s'attend à une augmentation de la demande.

La lenteur du dédouanement et l'insuffisance de l'infrastructure matérielle font aussi obstacle au commerce électronique. La numérisation des douanes et des organismes aux frontières peut accroître l'efficacité des services douaniers. À l'intérieur des frontières, une logistique commerciale efficace est toujours un facteur important, surtout dans un monde de plus en plus numérique. Il ressort du rapport qu'une action pour rationaliser les procédures douanières est une priorité pour les micro, petites et moyennes entreprises (MPME). L'entrée en vigueur de l'Accord de l'OMC sur la facilitation des échanges (AFE) répondra sans doute à bon nombre de ces préoccupations.

L'AFE est un outil puissant pour réduire les coûts du commerce. La facilitation des échanges est au premier rang des priorités des pays en développement et de leurs partenaires de développement en matière d'Aide pour le commerce, mais dans un sens plus large englobant également la connectivité physique – corridors de transport, par exemple – et la connectivité numérique. En outre, de plus en plus d'éléments attestent de l'impact positif de l'Aide pour le commerce, qui permet de réduire les goulets d'étranglement aux frontières et qui contribue à un commerce inclusif.

Le commerce des services joue un rôle de plus en plus important dans la promotion de la connectivité. Les services constituent l'infrastructure de base à l'appui du commerce des marchandises; ils facilitent les chaînes d'approvisionnement et apportent une forte valeur ajoutée aux activités manufacturières et ils sont l'élément essentiel qui rend possible le commerce électronique et l'augmentation de l'offre de services en ligne. Les politiques en matière de commerce des services peuvent stimuler (ou freiner) la connectivité et ainsi, l'accès aux avantages de l'intégration dans le système commercial international.

Avec d'autres parties prenantes, les gouvernements jouent un rôle clé dans l'élaboration de stratégies en matière de commerce électronique englobant non seulement l'infrastructure des TIC, mais aussi la logistique commerciale, les compétences en matière de commerce électronique, les cadres juridiques, les solutions de paiement et l'accès au financement. L'accès à une connexion numérique est une condition nécessaire mais pas suffisante pour s'engager dans le commerce électronique. Les actions menées par les gouvernements des pays en développement pour accroître la connectivité doivent être complétées par des initiatives dans ces domaines si l'on veut tirer le meilleur parti des possibilités du commerce électronique pour stimuler la croissance économique, la création d'emplois et la réduction de la pauvreté.

La connectivité numérique renferme la promesse de gains de productivité dans tous les secteurs de l'économie, y compris les secteurs traditionnels comme l'agriculture. Les pays en développement et les pays les moins avancés peuvent utiliser le commerce électronique comme un levier de productivité et un moyen d'assurer la connectivité commerciale. La connectivité numérique permet aux MPME et aux entreprises dirigées par des femmes de se connecter aux clients et aux fournisseurs dans le monde entier.

Il existe un écart de connectivité important entre les grandes entreprises et les petites entreprises, en particulier dans les pays à faible revenu et dans les PMA. Internet peut renforcer les inégalités d'accès, notamment entre les femmes et les hommes, entre les populations rurales et urbaines et entre les grandes et les petites entreprises. Les responsables politiques devraient développer l'accès et les programmes de formation pour faire face à ce risque.

La publication montre, à l'aide de plusieurs exemples, comment le secteur privé aide les MPME, les femmes et les populations rurales à se connecter à l'économie mondiale. Le secteur privé joue un rôle clé dans la réduction de la fracture numérique; c'est pourquoi il faudrait consulter davantage les acteurs privés sur les choix de politique et les investissements publics et promouvoir la collaboration public privé pour accroître la connectivité. Pour aller de l'avant, les pays en développement et leurs partenaires de développement comptent sur l'élargissement des programmes relatifs à la connectivité numérique et au commerce électronique.

Les conclusions indiquent que l'amélioration de la connectivité physique et numérique favorise l'accès aux marchés, l'inclusion financière, l'émancipation économique des femmes et la réduction de la pauvreté. Ces effets sont amplifiés lorsque le secteur public et le secteur privé collaborent pour développer les capacités institutionnelles et physiques nécessaires afin d'aider les pauvres à être connectés et compétitifs.

L'expérience de certains PMA montre que l'investissement dans l'amélioration des TIC est bénéfique pour le commerce et pour le développement économique. Lorsque les gouvernements des PMA, les principales parties prenantes, y compris le secteur privé, et les donateurs internationaux travaillent ensemble pour orienter le financement du développement vers un commerce inclusif au service du développement durable, il est possible de réaliser beaucoup de choses. ■

PROMOUVOIR LE COMMERCE, L'INCLUSION ET LA CONNECTIVITÉ POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE

INTRODUCTION

Il s'agit du sixième rapport de suivi de l'Aide pour le commerce. La précédente édition, axée sur les coûts du commerce, soulignait que ces coûts élevés empêchaient de nombreuses entreprises des pays en développement de tirer pleinement parti des possibilités d'accès aux marchés. Elle montrait que les infrastructures obsolètes ou inadaptées, les procédures longues et contraignantes à la frontière, l'accès limité au financement du commerce et le coût de la mise en conformité avec un nombre toujours croissant de normes excluaient bon nombre de ces entreprises du commerce international, constatant que cela était particulièrement vrai pour les petites et moyennes entreprises des pays les moins avancés et des pays insulaires ou sans littoral. C'est le cas aussi pour le commerce des produits agricoles, dans lequel le caractère périssable et les mesures commerciales augmentent les coûts. En somme, le rapport indiquait que les coûts élevés du commerce peuvent compromettre les bénéfices qui peuvent être retirés des échanges commerciaux.

Le *Panorama de l'Aide pour le commerce 2017: Promouvoir le commerce, l'inclusion et la connectivité pour un développement durable* s'intéresse encore aux coûts du commerce. Il met l'accent sur la connectivité, physique et numérique, les deux étant essentielles pour une croissance durable et la réduction de la pauvreté. La connectivité physique et la connectivité numérique sont étroitement liées et sont désormais indissociables de la conduite des activités commerciales. La connectivité physique permet la circulation des personnes, des biens et des services et assure l'accès aux marchés locaux, régionaux et mondiaux. La connectivité numérique permet aux individus et aux entreprises de se connecter plus directement à l'économie mondiale. À la base, elle relie les individus et les entreprises à travers des réseaux numériques. Elle facilite l'achat de produits et la fourniture de services en ligne.

La numérisation et les nouvelles technologies modifient les modalités du commerce, pas sa raison d'être. Le commerce dépend toujours de l'avantage comparatif, tandis que les asymétries d'information et les obstacles au commerce, à la frontière ou à l'intérieur des frontières, existent toujours. Cependant, les nouvelles technologies réduisent le coût de la fourniture de services transfrontières et de la connexion des divers acteurs de la chaîne de valeur. Elles aident à surmonter bon nombre des contraintes associées à l'activité sur les marchés internationaux, conduisant à l'adoption de nouveaux modèles d'entreprise, à l'arrivée de nouvelles entreprises et à la modification des sources d'avantage comparatif.

La numérisation a modifié non seulement la façon dont on commerce, mais aussi les acteurs du commerce et la nature de ce qui est échangé. Les petites transactions et les petites expéditions transfrontières se sont multipliées. De plus, les produits sont de plus en plus associés aux services. Les services représentent une part importante et croissante des exportations de produits manufacturés, tant pour les pays développés que pour les pays en développement. Les places de marché mondiales en ligne comme Alibaba, Amazon et eBay aident les consommateurs et les micro, petites et moyennes

entreprises (MPME) à participer plus directement au commerce international. Certaines MPME ont dès le départ une vocation mondiale. Les plates-formes nationales et régionales, comme Jumia, leboncoin, MercadoLivre et Trini Trolley, se sont développées en proposant des solutions pour surmonter les obstacles au commerce électronique, notamment les problèmes de paiement et de livraison. Ces plates-formes en ligne aident à réduire les asymétries de l'information et les frictions liées à la recherche d'informations, en s'attaquant aux contraintes imposées par des marchés étroits.

Afin de mieux exploiter le potentiel du commerce électronique, les pays en développement doivent accorder une plus grande attention à la dimension de politique commerciale de la connectivité numérique et doivent combler la "fracture" des politiques en matière de commerce numérique. Pour cela, il faut intégrer la perspective commerciale dans les stratégies de connectivité numérique. La connectivité numérique est une condition nécessaire au commerce électronique, mais elle n'est pas suffisante. Toute une série de mesures et de politiques supplémentaires doivent être mises en place pour que le potentiel du commerce électronique puisse être pleinement exploité.

En outre, certains pays – en particulier les moins avancés – ont besoin d'une assistance technique et financière pour se doter des capacités humaines, institutionnelles et infrastructurelles dont ils ont besoin pour accéder aux marchés internationaux et être compétitifs sur ces marchés. Le financement public du développement et l'assistance liée au commerce émanant des fournisseurs de coopération Sud-Sud aident déjà ces pays à combler les fractures physiques et numériques. Parallèlement, le secteur privé s'efforce d'améliorer la connectivité au moyen d'investissements commerciaux et de partenariats public-privé et à travers la responsabilité sociale des entreprises et des fondations caritatives d'entreprise.

Le présent rapport met en lumière ce qui évolue ou n'évolue pas en matière d'Aide pour le commerce et de connectivité, et les domaines dans lesquels des progrès sont nécessaires. Une conclusion qui en ressort est que l'Aide pour le commerce doit servir de catalyseur pour supprimer les contraintes du côté de l'offre et du côté de la demande qui font obstacle à la diffusion de la connectivité numérique, en donnant la priorité à ceux qui sont le moins connectés.

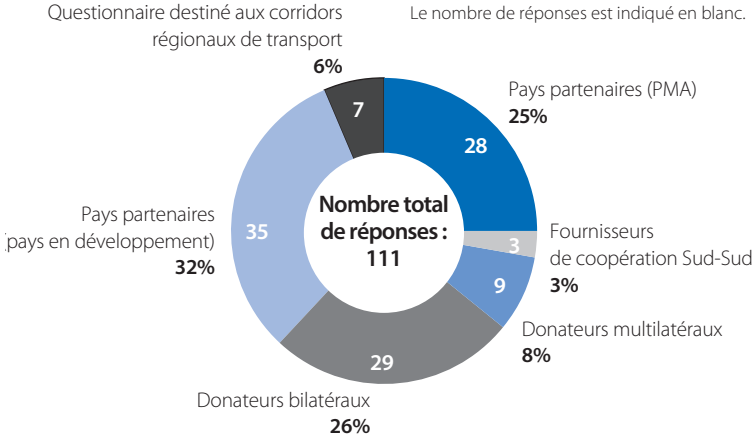
QUI A PARTICIPÉ À L'EXERCICE DE SUIVI DE L'AIDE POUR LE COMMERCE OCDE-OMC?

En 2017, 63 pays en développement, dont 25 étaient des pays moins avancés (PMA), ont répondu au questionnaire d'auto-évaluation sur l'Aide pour le commerce dans le cadre de l'exercice de suivi et d'évaluation de l'Aide pour le commerce, mené conjointement par l'OCDE et l'OMC. Au total, 38 donateurs ont participé: 29 donateurs bilatéraux et 9 donateurs multilatéraux. Trois fournisseurs d'assistance Sud-Sud liée au commerce (à savoir le Brésil, le Chili et l'Indonésie) ont également présenté des auto-évaluations. Enfin, sept organisations régionales (à savoir des corridors de transport et des communautés économiques régionales) ont participé à l'exercice 2017 (figure 1.1)..

Dans le cadre de l'exercice de suivi, les secteurs public et privé ont aussi été invités à présenter des cas d'expérience relatifs aux politiques, programmes et projets d'Aide pour le commerce. Au total, 145 cas d'expérience ont été reçus avant la date limite, dont: 96 du secteur public, 25 du secteur privé et 24 des ONG et des milieux universitaires. La principale catégorie de cas d'expérience (34%) concernait les programmes de renforcement des capacités dans le domaine des politiques et réglementations commerciales. Dans cette catégorie, huit cas d'expérience sur dix portaient sur la facilitation des échanges. 30% des cas d'expérience portaient sur le renforcement de l'infrastructure liée au commerce, dont les deux tiers faisant état de programmes destinés à améliorer les technologies de l'information et de la communication (TIC) dans les pays en développement. Des activités de renforcement des capacités de production ont été mentionnées dans 36 cas d'expérience, dont 25 portaient sur les services fournis aux entreprises, 14 sur l'agriculture, 9 sur les services bancaires, 5 sur l'industrie et la fabrication et 1 sur la pêche (figure 1.2).

Les parties ci-après mettent en évidence les principales constatations de l'exercice de suivi et d'autres observations du rapport.

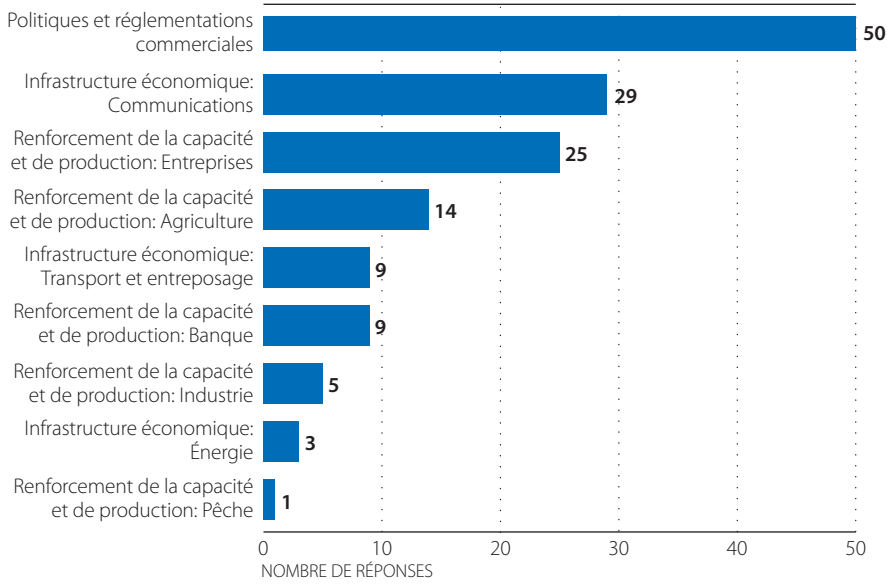
Figure 1.1. Réponses présentées dans le cadre de l'exercice de suivi de l'Aide pour le commerce



Source: Exercice de suivi de l'Aide pour le commerce OCDE-OMC (2017a), www.oecd.org/aidfortrade/countryprofiles/

StatLink http://dx.doi.org//10.1787/888933525246

Figure 1.2. Programmes décrits dans les cas d'expérience présentés dans le cadre de l'exercice de suivi de l'Aide pour le commerce OCDE-OMC



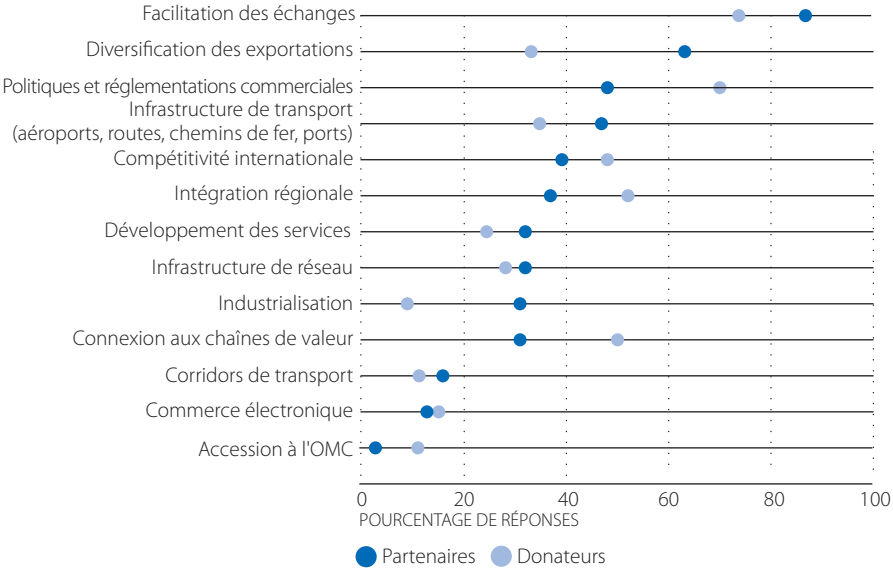
Source: Exercice de suivi de l'Aide pour le commerce OCDE-OMC (2017b), http://www.oecd.org/aidfortrade/casestories/
StatLink http://dx.doi.org//10.1787/888933525265

CHAPITRE 2. CONTEXTE
Organisation mondiale du commerce

Le 22 février 2017, l'Accord de l'OMC sur la facilitation des échanges (AFE) est entré en vigueur. L'AFE ajoute un puissant instrument à la panoplie d'outils que les responsables politiques peuvent utiliser pour réduire les coûts du commerce. La facilitation des échanges apparaît comme la principale priorité en matière d'Aide pour le commerce des pays en développement et de leurs partenaires de développement qui ont participé à l'exercice de suivi de l'Aide pour le commerce 2017 (figure 1.3). Le concept de facilitation des échanges est vaste et englobe la facilitation des transports et, de plus en plus, la connectivité numérique.

Les réseaux numériques donnent aux pays en développement et aux pays les moins avancés la possibilité de s'intégrer dans le commerce mondial. La connectivité numérique est étroitement liée aux différents modes de connectivité physique (transport aérien, maritime, routier et ferroviaire) et elle sous-tend les chaînes de valeur mondiales, qui jouent un rôle croissant dans le commerce international. Les réseaux numériques donnent aussi accès au marché en pleine expansion des biens et des services échangés via Internet. En l'absence de connexions numériques abordables, il n'est pas possible d'accéder à ce nouveau marché mondial.

Figure 1.3. Priorités des partenaires et des organismes donateurs en matière d'Aide pour le commerce



Source: Exercice de suivi de l'Aide pour le commerce OCDE-OMC (2017a), www.oecd.org/aidfortrade/countryprofiles/.
StatLink http://dx.doi.org/10.1787/888933525284

L'accès à la connectivité numérique exige une infrastructure matérielle, mais il dépend aussi de divers facteurs liés à la demande et à l'offre, qui peuvent eux-mêmes être influencés par le régime réglementaire. Les services fournis et les produits commandés en ligne peuvent souvent avoir un coût beaucoup moins élevé que ceux qui sont fournis hors ligne. De nombreux services reposent aussi sur les technologies numériques, même s'ils sont finalement fournis physiquement ou en personne. Quant aux produits commandés en ligne, ils doivent de toute façon être livrés physiquement. Bien souvent, le commerce de ces produits se heurte à des obstacles qui en augmentent le coût final et qui freinent la participation des entreprises des pays en développement aux chaînes d'approvisionnement. La logistique, les douanes et la facilitation sont des exemples de domaines dans lesquels les politiques relatives au commerce analogique peuvent favoriser la croissance induite par la connectivité numérique.

L'exercice de suivi met en évidence les mesures prises par divers pays ayant différents niveaux de revenu pour mettre la connectivité numérique au service de leur développement. Les technologies numériques sont présentes dans un nombre croissant de fonctions gouvernementales et de domaines de politique publique. Le secteur privé et les partenaires de développement soutiennent activement bon nombre de ces activités.

La politique commerciale peut avoir une grande influence sur les coûts de la connectivité pour le commerce numérique en termes de disponibilité des connexions à un coût abordable, et donc sur la capacité des pays en développement d'utiliser la connectivité numérique pour leur intégration commerciale et leur développement économique. L'apparition d'une possible «fracture» des politiques en matière

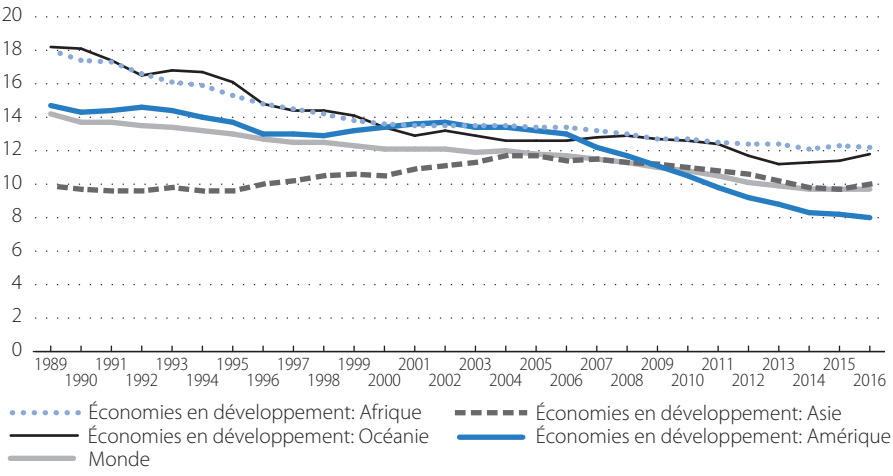
de commerce numérique est un problème particulièrement préoccupant. L'exercice de suivi donne à penser que les ministères du commerce ne sont pas systématiquement impliqués dans les TIC ou dans les mécanismes de coordination nationaux concernant l'administration numérique ou en ligne. Ce problème se retrouve parmi les organismes de développement, où la connectivité n'est pas souvent considérée du point de vue du commerce.

CHAPITRE 3. CONNECTIVITÉ NUMÉRIQUE ET LOGISTIQUE COMMERCIALE

Organisation de coopération et de développement économiques et Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement

Les innovations dans le domaine de l'économie numérique réduisent les coûts du commerce, ce qui peut permettre à des vendeurs et à des acheteurs auparavant marginalisés, ou à ceux des régions éloignées, d'entrer sur les marchés, contribuant ainsi à une croissance économique inclusive. Cependant, le commerce numérique n'est pas exempt de défis. Premièrement, pour transformer les possibilités qu'offre la connectivité numérique en un commerce numérique au service du développement, il faut s'attaquer aux obstacles à l'intégration au marché, existant de longue date, comme la connectivité physique, et il faut réduire le coût du mouvement physique des marchandises à travers les frontières (efficacité des douanes) et à l'intérieur des pays (efficacité des services de logistique commerciale). Si la numérisation peut aussi aider à réduire ces coûts, elle crée aussi de nouvelles manières de commercer nécessitant une adaptation de la part des acteurs publics et privés..

Figure 1.4. Coûts du fret et de l'assurance en pourcentage de la valeur des importations, moyennes mobiles sur dix ans par groupes de pays, 1989-2016



Note: Les moyennes des groupes de pays ne sont pas pondérées, le même coefficient étant attribué au ratio du fret de chaque pays pour le calcul de la moyenne. Les données concernent tous les modes de transport et correspondent au coût du transport international et de l'assurance en pourcentage de la valeur c.a.f. (coût, assurance, fret) des marchandises importées.

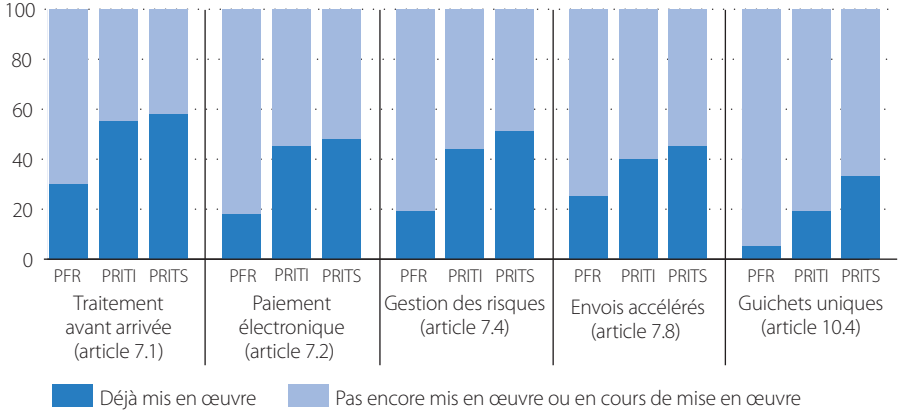
Source: CNUCED.

StatLink http://dx.doi.org//10.1787/888933525303

Pour tirer parti des possibilités qu'offrent la numérisation et le commerce numérique, il est impératif de surmonter les contraintes traditionnelles liées à la connectivité physique. La connectivité physique traditionnelle, c'est-à-dire l'infrastructure matérielle et la fourniture de services de logistique commerciale efficients (par exemple services de transport aérien, maritime, routier ou ferroviaire), reste importante. Même si son importance a diminué avec le temps, la connectivité physique pèse toujours lourdement sur les coûts du commerce (voir la figure 1.4). En réalité, dans le monde numérique, la connectivité physique est peut-être encore plus déterminante qu'auparavant. Mais la numérisation offre aussi un moyen de réduire le coût des mesures prises pour résoudre les problèmes de connectivité physique et améliorer l'accès aux marchés, ce qui a des retombées positives pour les acteurs privés et publics. La numérisation réduit le coût du mouvement des marchandises en réduisant le coût de la coordination entre les différents acteurs des chaînes de valeur mondiales (CVM), ainsi que les coûts des services d'appui nécessaires pour rendre le commerce possible, du transport à l'assurance.

Sur le plan de la facilitation des échanges, la numérisation offre des possibilités de réduire les coûts de mise en œuvre liés à la coordination entre les autorités et avec les acteurs privés, et elle donne des moyens de gérer des flux commerciaux plus importants. Des mesures comme l'automatisation des douanes, les documents électroniques et les guichets uniques sont plus faciles à appliquer aujourd'hui qu'à l'époque où les négociations sur la facilitation des échanges ont commencé à l'OMC, il y a dix ans. De plus, la numérisation des opérations douanières a des retombées positives à la fois pour les acteurs publics et pour les acteurs privés. Par exemple, elle accroît la transparence en réduisant les coûts de gestion des risques pour les autorités douanières; elle améliore l'efficacité des opérations douanières et la fiabilité pour le secteur privé; et enfin, elle réduit les risques de la corruption.

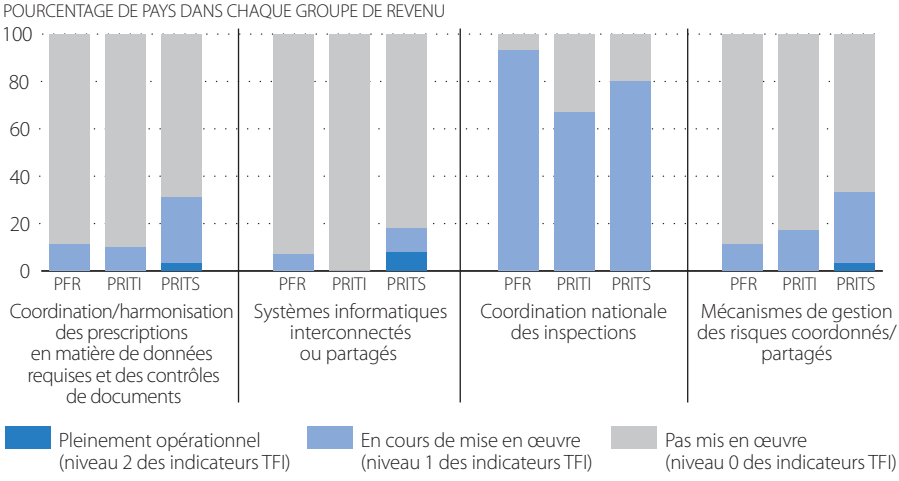
Figure 1.5. Outils d'automatisation en place, par type d'outil et par groupe de pays



Source: OCDE (2017a), *Indicateurs de facilitation des échanges*, www.oecd.org/trade/facilitation/indicators.htm (consulté le 1er février 2017).

StatLink http://dx.doi.org/10.1787/888933525322

Figure 1.6. Outils d'automatisation pour la coopération entre les organismes nationaux présents aux frontières



Source: OCDE (2017a), *Indicateurs de facilitation des échanges*, www.oecd.org/trade/facilitation/indicators.htm (consulté le 1er février 2017).

StatLink http://dx.doi.org/10.1787/888933525341

Les indicateurs de facilitation des échanges (TFI) de l'OCDE mesurent les progrès réalisés dans les domaines relevant de l'AFE de l'OMC. Ils montrent qu'au moment de l'entrée en vigueur de l'Accord, la mise en œuvre de ses différentes dispositions de fond était déjà bien avancée. Alors que la numérisation et la circulation transfrontières des données peuvent contribuer à l'efficacité des services douaniers et à la mise en œuvre de l'AFE, la numérisation des processus de dédouanement tarde à se mettre en place dans de nombreuses administrations douanières et frontalières. Cela tient en partie à l'insuffisance de l'infrastructure des TIC. Il est nécessaire aussi de continuer à améliorer la coordination entre les autorités publiques à l'intérieur des pays et entre eux (voir les figures 1.5 et 1.6).

Une approche globale est nécessaire pour supprimer les maillons faibles et les goulets d'étranglement en termes de connectivité physique et numérique dans la chaîne de logistique commerciale, que ce soit entre les modes logistiques, entre les pays ou entre les systèmes. Par exemple, une bonne connectivité maritime exige non seulement une infrastructure portuaire efficace et des compagnies maritimes compétitives mais aussi des services efficients à l'intérieur du pays. La coordination au niveau régional peut maximiser le rendement des investissements dans l'infrastructure. Par ailleurs, la connectivité numérique nécessite des systèmes capables d'échanger des informations de façon continue. Cela pose des problèmes comme l'interopérabilité, et plus généralement, les contraintes empêchant la continuité des flux d'information. Le fait de ne pas prendre ces questions en considération peut limiter considérablement les bénéfices de la numérisation.

Enfin, le commerce numérique change la manière dont les marchandises sont échangées (en augmentant le volume des envois de faible valeur et l'importance des services de colis comme mode d'exportation et de la consolidation des conteneurs) et la nature des entités qui font du commerce (micro, petites et moyennes entreprises ou MPME, par exemple). Ces «nouveaux» types de flux commerciaux obligent les douanes et les autorités aux frontières à envisager de moderniser leurs systèmes pour assurer un équilibre approprié entre le contrôle et la facilitation des importations et des exportations.

CHAPITRE 4. CONTRIBUTION DES POLITIQUES RELATIVES AU COMMERCE DES SERVICES À LA CONNECTIVITÉ ET AU DÉVELOPPEMENT

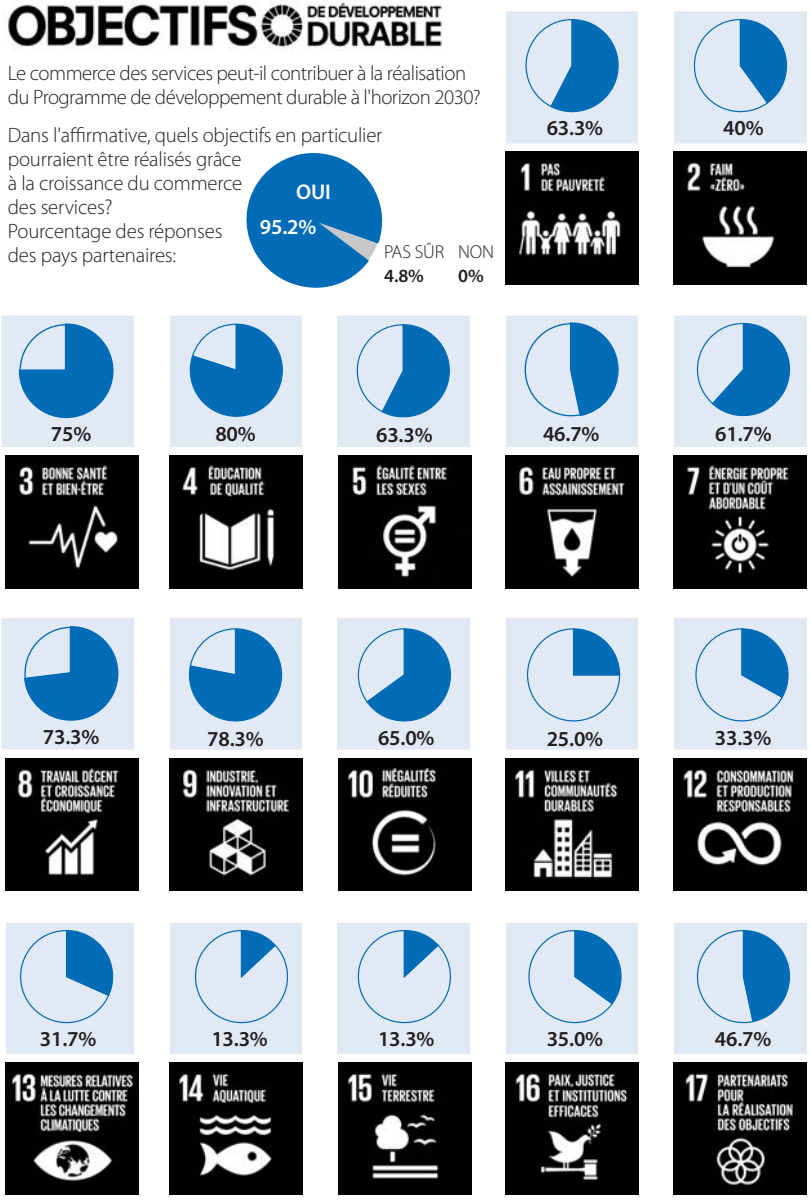
Organisation mondiale du commerce

Les politiques relatives au commerce des services peuvent jouer un rôle fondamental pour surmonter les difficultés rencontrées par un certain nombre de pays en développement pour se connecter au système commercial international et réduire ainsi leur isolement économique. En effet, le bon fonctionnement des marchés de services est essentiel pour faire progresser la connectivité physique et numérique. Les services occupent une place centrale dans les économies nationales et dans les relations économiques internationales. Le secteur génère plus des deux tiers du PIB mondial et emploie une grande partie de la population active dans la grande majorité des pays. En termes de valeur ajoutée, les services représentent 49% du commerce mondial, contre 33% pour le secteur manufacturier et 18% pour le secteur primaire. Ils sont aussi la principale destination des investissements étrangers directs (IED), représentant environ les deux tiers du stock mondial d'IED.

Les services jouent un rôle fondamental dans la réalisation des Objectifs de développement durable à l'horizon 2030, compte tenu de leur poids dans les économies nationales et de leur importance pluridimensionnelle pour le commerce. Cela est lié non seulement aux résultats économiques en général, mais aussi à leur rôle dans certains domaines comme l'énergie, l'environnement, la santé ou l'éducation. Ce point de vue est largement partagé par les gouvernements des pays en développement. Comme le montre la figure 1.7, les participants à l'exercice de suivi de l'Aide pour le commerce mené conjointement par l'OCDE et l'OMC ont considéré que le commerce des services pouvait contribuer grandement à la réalisation des Objectifs de développement durable.

Les services aident à connecter les économies au système commercial international et au système commercial mondial de quatre façons principales. Premièrement, les services constituent l'infrastructure de base sur laquelle repose le commerce des marchandises. Une large gamme de services est nécessaire pour acheminer les produits finals du site de production jusqu'aux consommateurs dans d'autres pays. Plus les services sous-jacents sont coûteux ou inadéquats, plus le commerce des marchandises est difficile. Deuxièmement, les services sont un maillon essentiel dans les chaînes de valeur mondiales (CVM), qui jouent désormais un rôle prépondérant dans l'interconnexion des économies par le biais du commerce. Ils permettent la coordination des CVM, mais ils contribuent aussi de plus en plus à la production des marchandises. C'est pourquoi des services efficients sont indispensables pour l'industrialisation et le commerce. Troisièmement, les services sont un élément clé dans la fourniture numérique de services et dans le fonctionnement du commerce électronique en général.

Figure 1.7. Avis des partenaires sur les ODD qui pourraient être réalisés grâce à la croissance du commerce des services



Source: Exercice de suivi de l'Aide pour le commerce OCDE-OMC (2017a), http://www.oecd.org/aidfortrade/countryprofiles/.

StatLink http://dx.doi.org/10.1787/888933525360

Les services de télécommunication et de TI peuvent transformer le développement économique. Ils constituent l'infrastructure de base permettant la fourniture numérique de toute une gamme de services et l'offre et l'achat en ligne de marchandises. Quatrièmement, les services fournis en ligne augmentent la connectivité en offrant aux pays en développement de nouvelles possibilités d'exportation. Leur part dans le commerce mondial des services a fortement augmenté et un certain nombre de pays en développement ont enregistré la plus forte croissance de leurs exportations dans certains segments des services.

Les politiques relatives aux services jouent un rôle fondamental dans l'interconnexion des pays; lorsqu'elles facilitent les échanges, elles améliorent la connectivité, tandis que lorsqu'elles restreignent le commerce, elles ont tendance à limiter la connectivité. Les coûts du commerce des services sont bien plus élevés en moyenne que ceux du commerce des marchandises. Les obstacles au commerce des services contribuent en grande partie à ces coûts, qui sont relativement élevés dans de nombreux secteurs. Les secteurs essentiels pour la connectivité physique (par exemple les transports) et pour la connectivité numérique (par exemple les télécommunications) sont soumis à des restrictions dans un certain nombre de pays.

Des recherches récentes ont montré que les politiques relatives aux services peuvent limiter – ou améliorer – la connectivité de différentes manières. Il a été constaté que les secteurs de services où les coûts du commerce sont plus faibles – et les obstacles moins élevés – sont plus productifs et enregistrent une plus forte croissance de la productivité. Des politiques restrictives dans le domaine des services limitent la connectivité physique. Par exemple, les restrictions dans le secteur des transports routiers augmentent le prix des services de camionnage et les coûts du commerce, en particulier dans les pays sans littoral.

Les restrictions au commerce des services ont aussi un effet négatif sur l'investissement étranger, ainsi que sur l'exportation de produits manufacturés. De plus, les pays qui ont adopté des règlements de qualité – favorisant la concurrence – ont mieux réussi que les autres à développer leur économie numérique. Un cadre réglementaire de ce genre est essentiel pour encourager l'investissement dans les technologies de l'information et de la communication (TIC) et l'utilisation de ces technologies. La réduction de la fracture numérique repose donc en grande partie sur des politiques de ce genre.

Au cours des 25 dernières années, la réglementation du secteur des télécommunications a profondément changé. La plupart des pays ont remplacé les monopoles par un cadre réglementaire favorisant la concurrence, en réduisant les obstacles à l'entrée et, bien souvent, en privatisant des opérateurs historiques détenus par l'État. La concurrence dans le secteur des télécommunications a fait baisser les prix et a augmenté les taux de pénétration.

Comme l'a indiqué la Commission des Nations Unies sur la large bande, une étude portant sur 165 pays réalisée entre 2001 et 2012 a montré que les marchés concurrentiels ont des taux de pénétration des services mobiles à large bande supérieurs de 26,5% à ceux des pays où le marché n'est pas ouvert à la concurrence. De nombreuses études ont aussi montré que, grâce à ce changement de politique, les services de télécommunication étaient devenus plus abordables, de meilleure qualité et plus diversifiés. Par conséquent, l'adoption de politiques adéquates en matière de commerce et d'investissement dans le secteur des télécommunications, reposant sur un cadre réglementaire approprié, est un élément essentiel pour développer une infrastructure de qualité et réduire la fracture numérique de manière à permettre de tirer parti des possibilités du numérique.

CHAPITRE 5. DÉPASSER LA FRACTURE NUMÉRIQUE POUR STIMULER LE DÉVELOPPEMENT

Union internationale des télécommunications

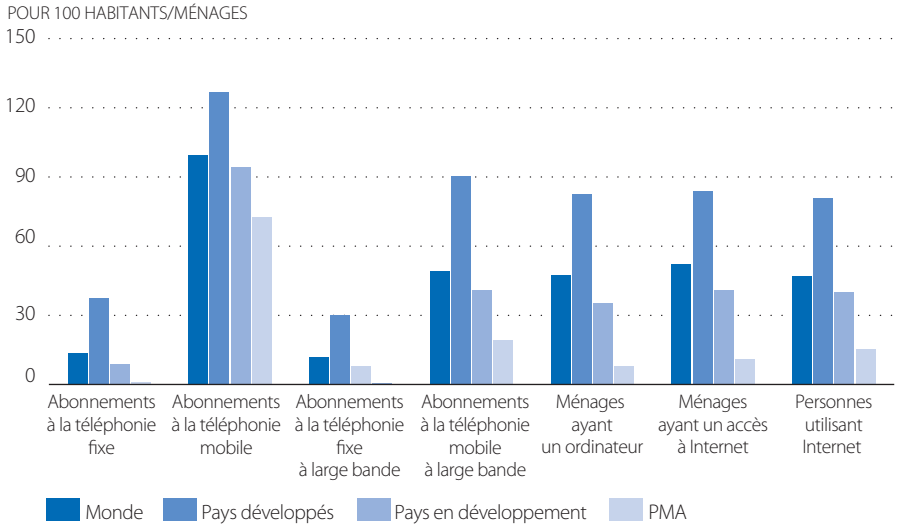
La croissance rapide de l'accès aux TIC et de leur utilisation et l'évolution vers une société mondiale de l'information portent la promesse de nouvelles possibilités de développement pour tout le monde. Il a été constaté que l'utilisation d'Internet procurait des avantages considérables aux populations, aux gouvernements, aux organisations et au secteur privé. En effet, elle a ouvert de nouveaux canaux de communication, donné accès à l'information et aux services, augmenté la productivité, encouragé l'innovation et facilité le commerce des biens et des services. La connectivité et l'utilisation de l'information et des communications sont les pierres angulaires de l'économie numérique et les moteurs du commerce électronique.

L'importance de l'infrastructure et de la connectivité est reconnue dans l'objectif 9 du Programme de développement durable à l'horizon 2030, qui concerne l'industrie, l'innovation et l'infrastructure. Cet objectif demande «d'accroître nettement l'accès aux technologies de l'information et de la communication et faire en sorte que tous les habitants des pays les moins avancés aient accès à Internet à un coût abordable d'ici à 2020». Néanmoins, si Internet, de plus en plus omniprésent, ouvert, rapide et riche en contenu, a changé la manière dont les gens vivent, communiquent et font des affaires, il subsiste de grandes différences dans l'accès aux TIC, leur utilisation et leur coût, en particulier en ce qui concerne l'Internet haut débit.

Plus de la moitié de la population mondiale ne bénéficie toujours pas des avantages d'Internet: 3,9 milliards de personnes à travers le monde n'ont pas de connexion (figure 1.8). Bon nombre d'entre elles vivent dans les pays les moins avancés (PMA), où 15% de la population utilise Internet. De plus, dans la plupart des pays, il y a une fracture entre la ville et la campagne, et les hommes sont plus nombreux que les femmes à utiliser Internet, disparité qui est particulièrement marquée dans les PMA. Ces pays sont en retard sur le reste du monde en matière d'infrastructure des TIC, de connectivité et de qualité du service.

Les responsables politiques doivent s'efforcer de remédier aux importants problèmes d'infrastructure concernant à la fois les réseaux nationaux et la connectivité Internet internationale. Dans les pays les plus pauvres du monde, les prix des services à large bande fixes et mobiles restent élevés, et sont inabordables pour la population à faible revenu. De plus, les pays en développement, et en particulier les PMA, comptent presque exclusivement sur les réseaux à large bande mobiles pour offrir un accès à Internet aux utilisateurs finals, parmi lesquels il y a beaucoup d'entreprises. Bien que les réseaux mobiles à large bande 3G et 4G (ou plus) couvrent une proportion de la population sans précédent, leur débit – ou latence (le temps qu'il faut pour acheminer un paquet de données à travers un réseau, qui influe sur la qualité de la connexion) – est inférieur à celui des réseaux à large bande utilisant la fibre, qui représentent toujours une solution plus fiable et souvent moins onéreuse pour les applications traitant un grand nombre de données.

Figure 1.8. Taux de pénétration des TIC par niveau de développement, 2016



Note: Estimations de l'UIT.

Source: UIT (2016), *Measuring the Information Society Report 2016*.

StatLink http://dx.doi.org/10.1787/888933525379

Les gouvernements, en particulier ceux des PMA, peuvent prendre de nombreuses mesures importantes pour créer un environnement réglementaire favorable, qui aidera à stimuler l'investissement et à accroître l'accès aux TIC et leur utilisation. Les deux tiers des PMA en sont encore à la première ou à la deuxième génération de réglementation et doivent d'urgence procéder à des réformes de base, notamment en encourageant la privatisation, la libéralisation et la concurrence intraplate-forme. Les autres réformes importantes pour de nombreux PMA comprennent la suppression des obstacles à l'entrée concernant la participation et l'investissement étrangers. Lorsque l'investissement privé n'est pas suffisant, il est possible d'envisager des investissements publics directs, de tirer parti des partenariats public-privé, d'utiliser les fonds et les obligations de service universel pour desservir les zones où les possibilités commerciales sont limitées, et d'accorder des incitations fiscales en faveur de l'investissement.

Mais bien que l'infrastructure, l'accès à Internet et la qualité des services restent des obstacles importants à l'utilisation d'Internet, le nombre de personnes ayant accès aux services Internet est supérieur au nombre de personnes qui les utilisent effectivement. Pour augmenter le nombre d'utilisateurs, il faut s'attaquer aux facteurs et aux inégalités socioéconomiques plus larges, en dehors de l'écosystème des TIC. Le niveau d'éducation, en particulier, est un déterminant important de l'utilisation ou non d'Internet et de la façon dont il est utilisé. Les citoyens doivent avoir des compétences à la fois numériques et analogiques pour tirer pleinement parti des possibilités offertes par la société de l'information. La disponibilité d'un contenu local pertinent est essentielle aussi pour amener un plus grand nombre de personnes à se connecter.

CHAPITRE 6. AMÉLIORER L'ENVIRONNEMENT DU COMMERCE ÉLECTRONIQUE

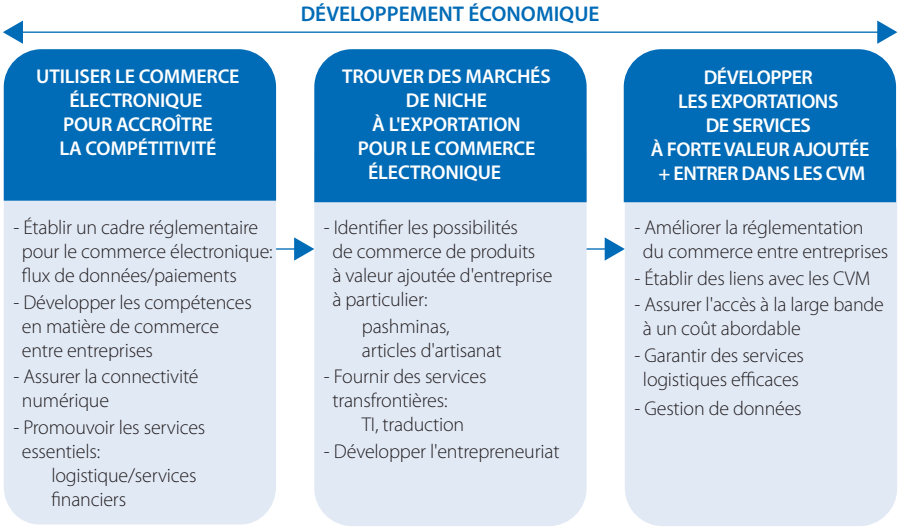
Groupe de la Banque mondiale

La forte croissance du commerce électronique crée de nombreuses possibilités pour les pays en développement. Premièrement, la baisse des coûts du commerce grâce à la connectivité numérique et au commerce électronique offre aux nouvelles entreprises et aux entrepreneurs des possibilités de participer au commerce et de pénétrer de nouveaux marchés. Elle peut aussi aider les personnes très pauvres à surmonter certaines contraintes qui empêchent de tirer le meilleur parti des possibilités commerciales, bien que la pauvreté pose toujours de nombreux problèmes pour participer au commerce électronique. De plus, les obstacles au commerce traditionnels restent importants.

Le secteur du commerce électronique en plein essor peut être un facteur de croissance économique, contribuant à l'expansion et à la diversification des exportations et favorisant l'inclusion en facilitant l'accès des MPME aux marchés internationaux. Il est important de noter que ces avantages ne sont pas réservés aux leaders mondiaux de l'innovation et des technologies numériques; ils sont à la portée de tous les pays, quel que soit leur niveau de développement économique, et des industries d'un même pays, à différents stades de développement. La figure 1.9 présente de façon stylisée les gains que les économies à différents niveaux de développement peuvent retirer des différents types de commerce électronique.

Les avantages du commerce électronique sont notamment l'accroissement de la compétitivité des pays, quel que soit leur niveau de développement, avec des gains de productivité pour tous les secteurs de l'économie, y compris les secteurs traditionnels comme l'agriculture, grâce aux services en ligne allant de l'information sur les marchés et les conditions météorologiques aux outils d'analyse des sols et de gestion des stocks à distance.

Figure 1.9. Modèle stylisé des avantages du commerce électronique, à différents niveaux de développement



Source: Banque mondiale.

Par ailleurs, les pays en développement bénéficient de plus en plus du commerce électronique comme moyen de créer des niches pour des produits de valeur, vendus et livrés directement aux consommateurs dans le monde entier, comme les pashminas pakistanais ou les bijoux kenyans. Les PMA commencent aussi à suivre cette voie. Enfin, les économies plus avancées, ainsi que les industries des pays en développement mieux informées sur le commerce électronique, peuvent offrir des services interentreprises à valeur ajoutée permettant l'intégration dans les chaînes de valeur mondiales.

Les pays à revenu élevé tout comme les pays à faible revenu ont donc de bonnes raisons de tenter de relever les nombreux défis du commerce électronique. Les lois et réglementations importantes pour le commerce électronique concernant notamment la confidentialité, la protection des consommateurs ou la responsabilité intermédiaire, sont encore imprécises et ne sont pas appliquées de manière cohérente, même dans les pays à revenu élevé, ce qui crée des incertitudes sur les marchés numériques internationaux. Les pays à tous les niveaux de développement sont toujours confrontés aux coûts élevés du commerce, qui pèsent de manière disproportionnée sur les envois électroniques. L'accès à la connectivité numérique et les solutions de paiement en ligne restent disparates et souvent inéquitables, en particulier dans les pays en développement. En outre, bon nombre de ces pays, en particulier les PMA, manquent sérieusement de compétences numériques, notamment de capacités dans le domaine de l'entrepreneuriat numérique.

Pour tirer parti des possibilités du commerce électronique, il faut bien comprendre les différents types de commerce électronique et disposer de meilleures données sur les flux de commerce électronique. Il faut aussi analyser en détail les facteurs de compétitivité dans le commerce électronique, y compris les bases de la connectivité et les conditions favorisant la participation au commerce électronique. Or les facteurs de compétitivité ont rarement fait l'objet d'analyses systématiques au niveau des pays, ce qui indique que les partenaires de l'Initiative Aide pour le commerce devraient s'engager plus activement dans ce domaine dans les années à venir.

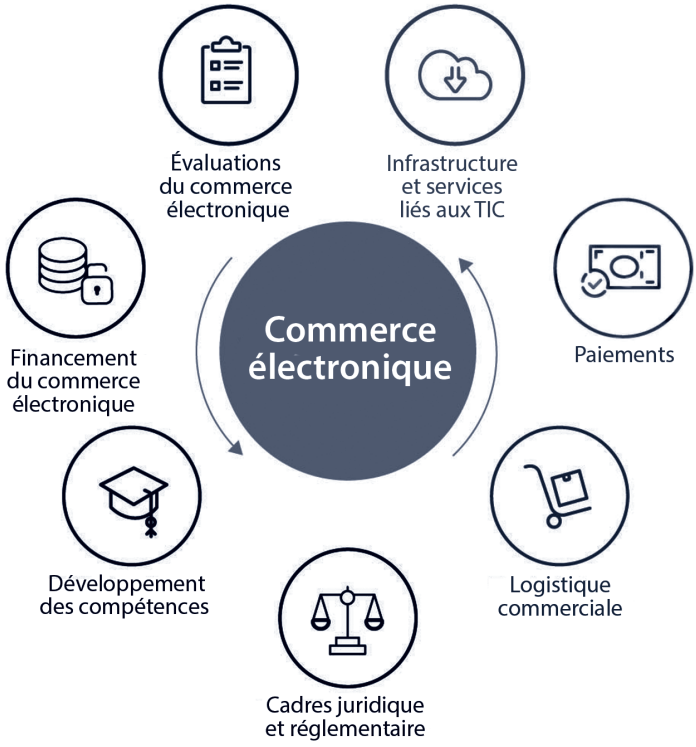
CHAPITRE 7. METTRE LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement

Si la croissance du commerce mondial stagne depuis plusieurs années, le commerce électronique quant à lui se développe rapidement. D'après les estimations de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED), entre 2013 et 2015, la valeur du commerce en ligne a augmenté, passant de 16 000 milliards à 25 300 milliards de dollars EU. L'absence de statistiques officielles détaillées sur le commerce électronique est un obstacle majeur pour cartographier la pénétration du commerce électronique et pour mesurer son impact sur le développement. Les données et les estimations disponibles montrent qu'en termes de valeur, le commerce électronique d'entreprises à entreprises (B2B) représente la majeure partie du commerce électronique (89%), tandis que le commerce en ligne d'entreprises à consommateurs (B2C) semble se développer plus rapidement. Le commerce électronique entre entreprises et administrations est également en augmentation et offre un point d'entrée à de nombreux pays en développement.

En 2015, c'est en Chine et aux États-Unis que le marché du commerce électronique B2C était le plus développé, avec 617 milliards de dollars EU et 612 milliards de dollars EU, respectivement. Les États-Unis étaient cependant le leader des ventes B2B, avec plus de 6 000 milliards de dollars EU, loin devant le Japon (2 400 milliards de dollars EU). Dans les dix principales économies pour lesquelles on disposait de données sur le commerce électronique, les ventes en ligne représentaient plus du tiers du PIB total. Bien que le commerce électronique mondial soit toujours dominé par les pays développés, c'est dans les régions en développement, en particulier en Asie, que l'on observe la plus forte croissance. D'après les estimations, 1,6 milliard de personnes dans le monde devraient effectuer au moins un achat en ligne en 2018, dont 75% dans des économies en développement ou en transition. Des facteurs comme la taille des entreprises ou l'implantation en zone rurale influent beaucoup sur la capacité des entreprises à vendre et acheter en ligne. La mesure dans laquelle les pays, les individus et les entreprises participent au commerce électronique varie considérablement, ce qui crée une fracture numérique à plusieurs facettes.

Figure 1.10. Cadre analytique du commerce électronique: "Le commerce électronique pour tous"



Source: CNUCED

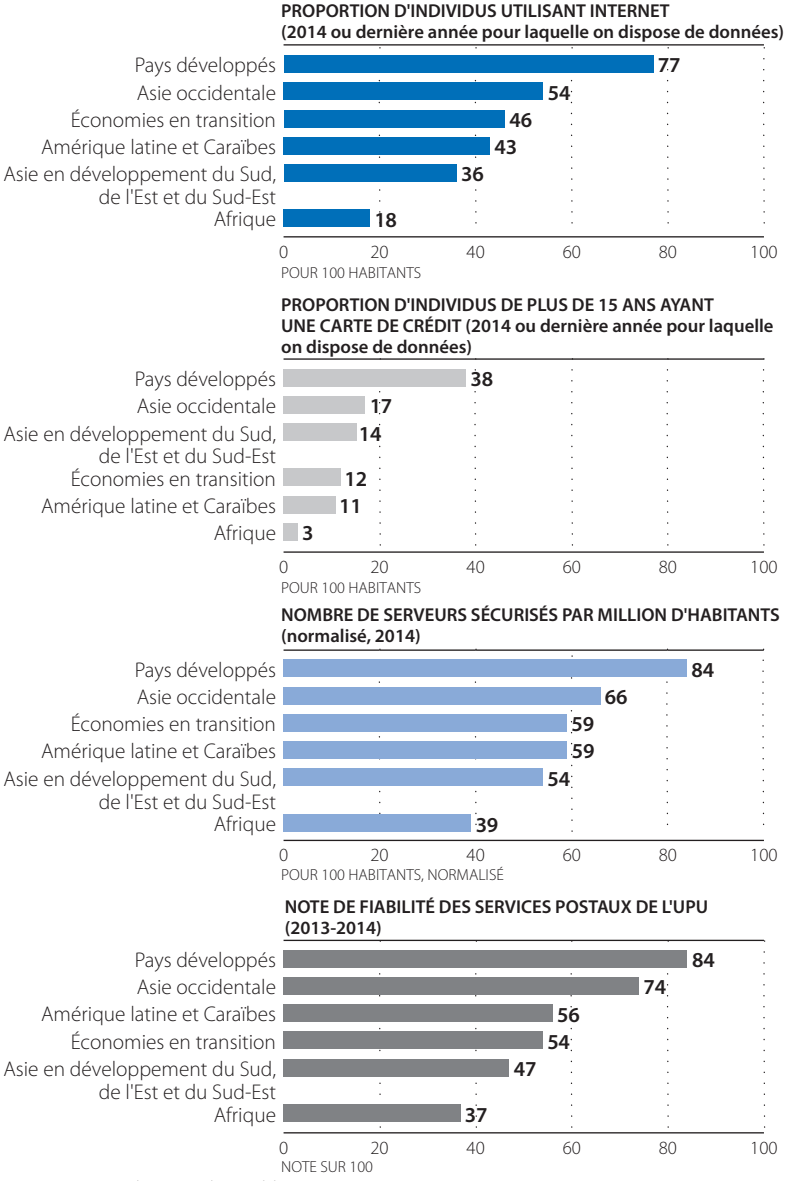
La connectivité numérique est une condition nécessaire mais pas suffisante pour s'engager dans le commerce électronique. Le cadre analytique de la CNUCED, «Le commerce électronique pour tous», comporte six domaines clés de politique publique, qu'il faut prendre en compte dans les stratégies nationales en matière de commerce électronique: 1) l'infrastructure des TIC; 2) les solutions de paiement; 3) la logistique commerciale; 4) les compétences en matière de commerce électronique; 5) le cadre juridique; et 6) l'accès au financement. (Figure 1.10)

L'Indice du commerce électronique B2C de la CNUCED (figure 1.11) regroupe différents indicateurs pour aider les responsables politiques à déterminer dans quelle mesure leur économie est prête pour le commerce électronique et dans quels domaines des améliorations sont le plus nécessaires. L'indice est composé de quatre indicateurs de préparation: i) le taux de pénétration d'Internet; ii) le nombre de serveurs sécurisés par million d'habitants; iii) le taux de pénétration des cartes de crédit; et iv) la fiabilité des services postaux. L'indice de 2016 porte sur 137 économies, qui représentent 96% de la population mondiale et 99% du PIB mondial.

L'indice montre que la préparation au commerce électronique varie selon les régions (figure 1.11). En Afrique, à peine plus d'un cinquième de la population utilise Internet, contre deux tiers en Asie occidentale. Si l'Asie occidentale et les économies en transition obtiennent de bons résultats pour la plupart des indicateurs, le taux de pénétration des cartes de crédit y est moyen. Globalement, l'Asie doit améliorer le taux de pénétration d'Internet, qui est actuellement d'à peine plus d'un tiers de la population, et doit augmenter le nombre de serveurs sécurisés. En Amérique latine et dans les Caraïbes, les principaux obstacles semblent être le faible taux de pénétration des cartes de crédit et le manque de fiabilité des services postaux. L'Afrique est en dernière position pour tous les indicateurs. Sans une amélioration des processus de transaction et de logistique sous-jacents, les achats en ligne de l'Afrique risquent de rester limités aux segments les plus riches de la population urbaine. Dans toutes les régions, on observe un écart important quand les indicateurs de préparation sont désagrégés par genre.

L'analyse de la dimension développement du commerce électronique suscite un intérêt croissant. Le commerce électronique peut être associé à la réduction des coûts de transaction et des délais de dédouanement, à une meilleure gestion de la chaîne d'approvisionnement, à la possibilité d'atteindre de nouveaux marchés et de nouveaux clients, à l'accroissement de la productivité, à une plus grande inclusion et à un plus large choix pour les consommateurs, pour ne citer que quelques-uns de ses avantages potentiels. Toutefois, ces avantages ne se matérialisent pas automatiquement et le commerce électronique pose aussi un certain nombre de défis potentiels pour le développement. Par exemple, l'accès inégal aux TIC peut entraîner une répartition inéquitable des bénéfices du commerce électronique. Des recherches plus poussées sont nécessaires pour expliquer pleinement son impact sur le développement et pour permettre aux responsables politiques de prendre des décisions éclairées.

Figure 1.11. Préparation au commerce électronique, par indicateur sur les composantes et par région géographique



Note: Dernières données disponibles.

Source: Sur la base de CNUCED (2016), *Indice du commerce électronique B2C 2016 de la CNUCED.* Données de l'UIT, de la Banque mondiale et de l'UPU.

StatLink http://dx.doi.org/10.1787/888933525398

CHAPITRE 8. RÉDUIRE LES ÉCARTS DE CONNECTIVITÉ ENTRE LES PETITES ET LES GRANDES ENTREPRISES ET ENTRE LES HOMMES ET LES FEMMES

Centre du commerce international

La connectivité numérique permet aux entreprises de tous types de se connecter aux fournisseurs et aux clients dans le monde entier. Toutefois, les données au niveau des entreprises montrent qu'il y a un écart de connectivité important entre les petites et les grandes entreprises. Les petites entreprises ont dix fois moins de chances que les grandes d'avoir un site Web et huit fois moins de chances d'utiliser le courrier électronique. C'est là un problème car une connectivité numérique et physique insuffisante diminue les chances des entreprises de s'engager sur les marchés internationaux, (figure 1.12).

Figure 1.12. Proportion relative de petites et de grandes entreprises ayant un site Web

Note: Les écarts sont calculés sur la base des points de pourcentage. Par exemple, si 40% des petites entreprises ont un site Web, contre 60% des grandes entreprises, l'écart est de 20%..

Source: Calculs de l'ITC sur la base des données figurant dans Banque mondiale (2016a), *Entreprise Surveys*, www.enterprisesurveys.org (consulté le 17 janvier 2017).

Ce sont les MPME des PMA qui se heurtent aux obstacles les plus importants, car dans ces pays, l'écart de connectivité entre les petites et les grandes entreprises est beaucoup plus grand que dans les pays plus développés. Pour aider les MPME à se connecter aux marchés mondiaux, les responsables politiques peuvent promouvoir l'acquisition de compétences numériques, encourager les entreprises à numériser leurs processus de production et faire en sorte que l'infrastructure nationale des TIC réponde à la demande des consommateurs et des entreprises.

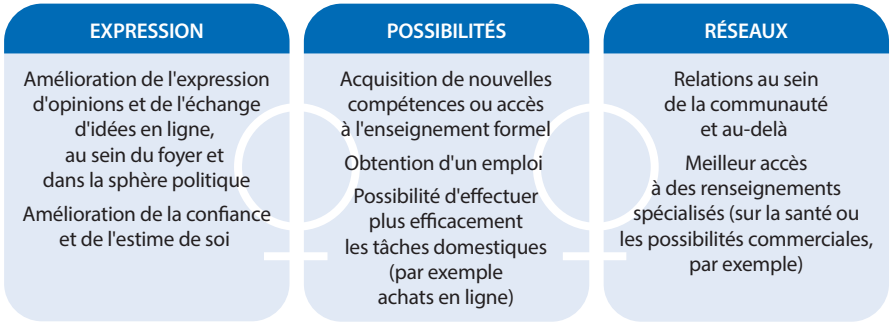
Le commerce électronique transforme le paysage commercial mondial à une vitesse sans précédent. La chaîne des processus du commerce électronique se compose de quatre étapes: établissement d'une activité commerciale en ligne, paiements électroniques internationaux, livraison transfrontières et services après-vente. Afin de permettre le bon fonctionnement de cette chaîne, il est urgent que les responsables politiques s'attaquent à des questions comme l'élaboration de stratégies nationales pour la croissance du commerce électronique, l'adoption d'une réglementation pour la prévention de la fraude en ligne, et la facilitation des procédures douanières et des autres procédures à la frontière, (figure 1.13).

Figure 1.13. Chaîne des processus du commerce électronique

Source: ITC (2016), *Bringing SMEs onto the e-Commerce Highway*, www.intracen.org/publication/Bringing-SMEs-onto-the-e-Commerce-Highway/

De plus en plus d'études réalisées au niveau des entreprises associent l'exportation à une plus grande productivité des entreprises, en particulier pour les MPME. Des travaux de terrain menés par l'ITC indiquent cependant que la prime de productivité liée à l'exportation des entreprises détenues par des femmes est à peu près inférieure de moitié à celle des entreprises comparables détenues par des hommes. Cela pourrait s'expliquer en partie par le fait que les femmes utilisent moins les technologies de connectivité, qui aident souvent les entreprises à trouver de nouveaux acheteurs et de nouveaux fournisseurs. Par exemple, la propension des entreprises gérées par des femmes à utiliser le courrier électronique est inférieure de 12% à celle des entreprises gérées par des hommes. La discrimination à la frontière peut aussi être un facteur qui réduit les bénéfices du commerce. Les outils numériques comme les guichets uniques rendent inutiles de nombreuses interactions personnelles, ce qui peut parfois empêcher les femmes d'obtenir que leurs marchandises franchissent la frontière.

Figure 1.14. Retombées positives de l'accès des femmes et des filles à Internet



Source: D'après Intel (2012), *Women and the web.*

Le fait que les femmes rencontrent des obstacles au commerce plus importants est bien connu. Ces obstacles vont de l'obligation de payer des pots-de-vin plus importants à la violence de la part des hommes. Les solutions numériques qui rendent inutiles les interactions personnelles, comme les «guichets uniques», peuvent réduire les incitations négatives auxquelles sont confrontées les femmes qui ont un commerce.

Les données recueillies au niveau des entreprises suggèrent aussi que les entreprises dirigées par des femmes utilisent parfois les technologies différemment des entreprises appartenant à des hommes. Dans certains pays d'Afrique de l'Est, les premières ont plus tendance à utiliser l'argent mobile pour payer leurs employés et leurs fournisseurs que les secondes. Cela est peut-être dû au fait que l'argent mobile permet aux femmes, de disposer d'un moyen d'épargner indépendant et sûr (figure 1.14).

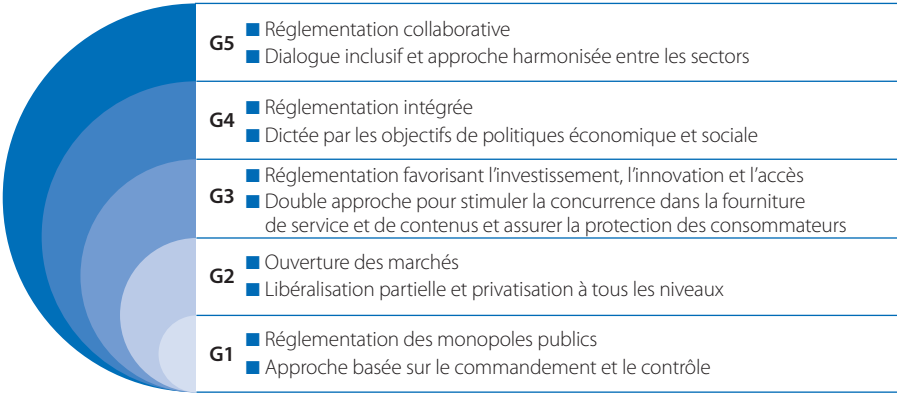
Les mêmes données indiquent que les entreprises qui font du commerce international emploient davantage de femmes; si l'entreprise est dirigée par une femme, la proportion de femmes est encore plus élevée. Ces observations montrent le bien fondé des programmes d'assistance technique liée au commerce qui visent à aider les entreprises dirigées par des femmes à entrer sur les marchés internationaux. Pour promouvoir l'accès des femmes aux technologies numériques qui accroissent la compétitivité, les responsables politiques devraient établir des programmes spécifiques pour initier les filles au numérique, développer les contenus en ligne qui encouragent la participation des femmes et intégrer le genre dans les initiatives de promotion du commerce et dans les stratégies nationales en matière de TIC.

CHAPITRE 9. PROMOUVOIR L'INCLUSION COMMERCIALE DANS LES PAYS LES MOINS AVANCÉS

Cadre intégré renforcé

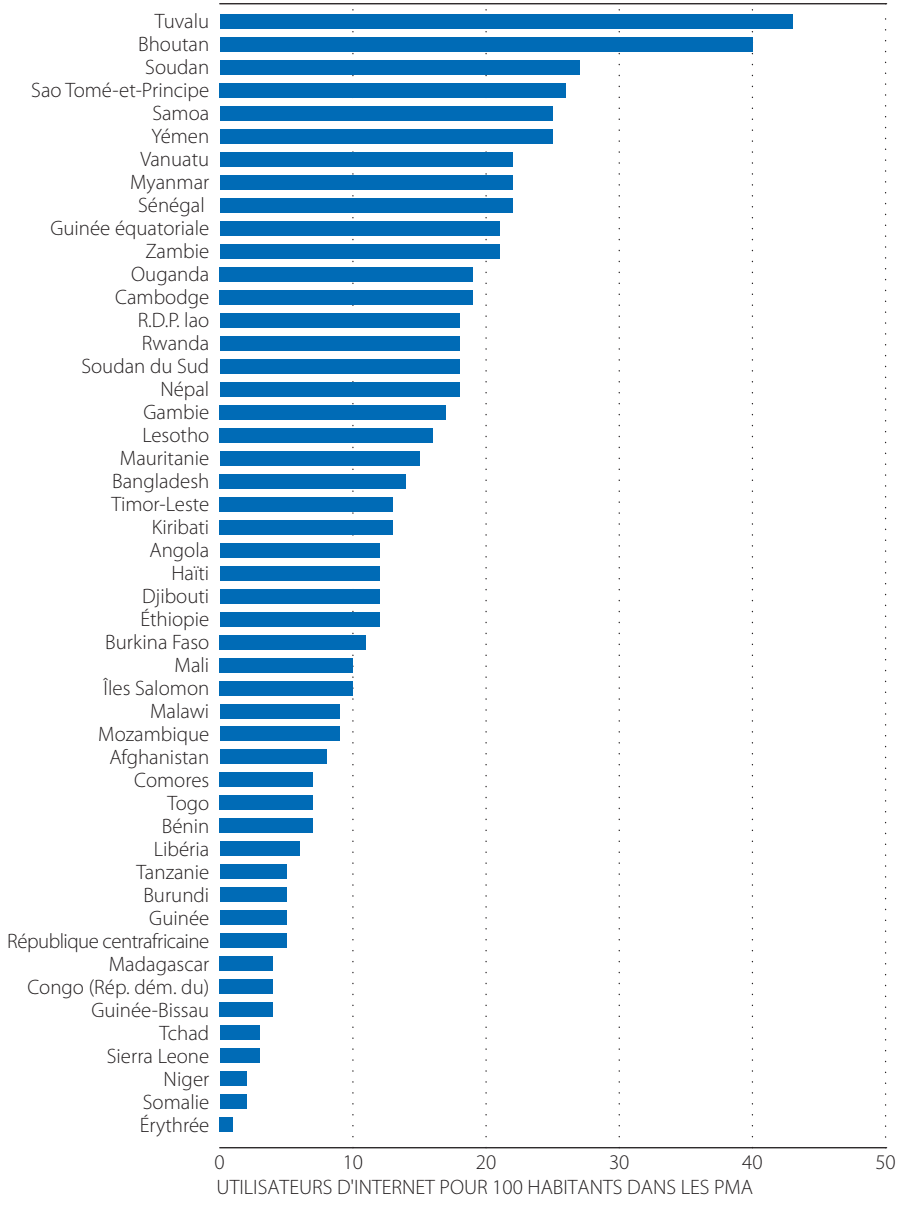
Dans les PMA, la plupart des gens n'ont pas accès à une connexion à Internet à un coût abordable (figure 1.16). L'amélioration de la connectivité et de l'accès à l'information pourrait aider à rendre le commerce plus inclusif et procurer aux PMA des gains plus importants, en particulier pour les catégories de personnes les plus isolées – à savoir les femmes et les personnes vivant en milieu rural.

Figure 1.15. Générations de réglementations



Source: UIT (2017), *Global ICT Regulatory Outlook.*

Figure 1.16. Nombre d'utilisateurs d'Internet pour 100 habitants dans les PMA, 2015



Source: UIT.

StatLink http://dx.doi.org/10.1787/888933525417

La connectivité numérique dans les PMA s'améliore, et cette tendance devrait se poursuivre. Toutefois, même parmi les personnes connectées, le potentiel de la connectivité numérique est loin d'être pleinement exploité. Les coûts élevés de l'infrastructure matérielle et l'éducation nécessaire pour tirer pleinement parti des potentialités d'Internet ne sont que deux des obstacles qui perpétuent l'écart entre les PMA et le reste du monde.

Les attentes en matière de réglementation des TIC ont radicalement changé au cours de la dernière décennie. Sachant que plus de la moitié de la population mondiale n'utilise pas Internet, les organismes de réglementation des TIC doivent trouver un équilibre entre les incitations commerciales et les objectifs sociaux et économiques plus larges, notamment celui de connecter les personnes qui ne le sont pas. Comme de profonds changements sont en cours sur les marchés des TIC, les défis sont nombreux, et la réglementation des TIC a un rôle encore plus important. Il faut une réglementation qui encourage la croissance des réseaux, la fourniture de services et la diffusion de contenus, de dispositifs et d'applications à un coût abordable et de manière compétitive et sûre, en particulier dans les PMA. Un seul PMA – l'Ouganda – a atteint la quatrième génération de réglementation selon la classification de l'UIT, rejoignant ainsi le cercle de certains des pays les plus avancés en termes de réglementation des TIC.

Des recherches indiquent que des bonnes pratiques de réglementation sont importantes, et que la bonne conception et l'application effective des cadres réglementaires sont essentielles pour que les marchés de services à large bande se développent. Une bonne réglementation a un impact. Les autorités de réglementation doivent veiller à ce que les possibilités de marché l'emportent sur les défis, tout en protégeant les intérêts des consommateurs. Les PMA doivent trouver eux-mêmes un équilibre entre les incitations et les obligations réglementaires, afin de réaliser les objectifs en matière de réglementation et d'ouvrir la voie à l'investissement, à l'innovation et à la croissance du marché.

Les gouvernements des PMA ont un rôle important à jouer en accélérant l'adoption des nouvelles technologies. Ce sont eux qui créent un environnement favorable aux entreprises et qui peuvent faire en sorte que les politiques et les réglementations relatives aux TIC profitent aux consommateurs en offrant un meilleur accès à des prix plus bas. L'introduction de services administratifs en ligne se développe dans les PMA, ce qui permettra de fournir ces services plus efficacement aux entreprises et aux citoyens.

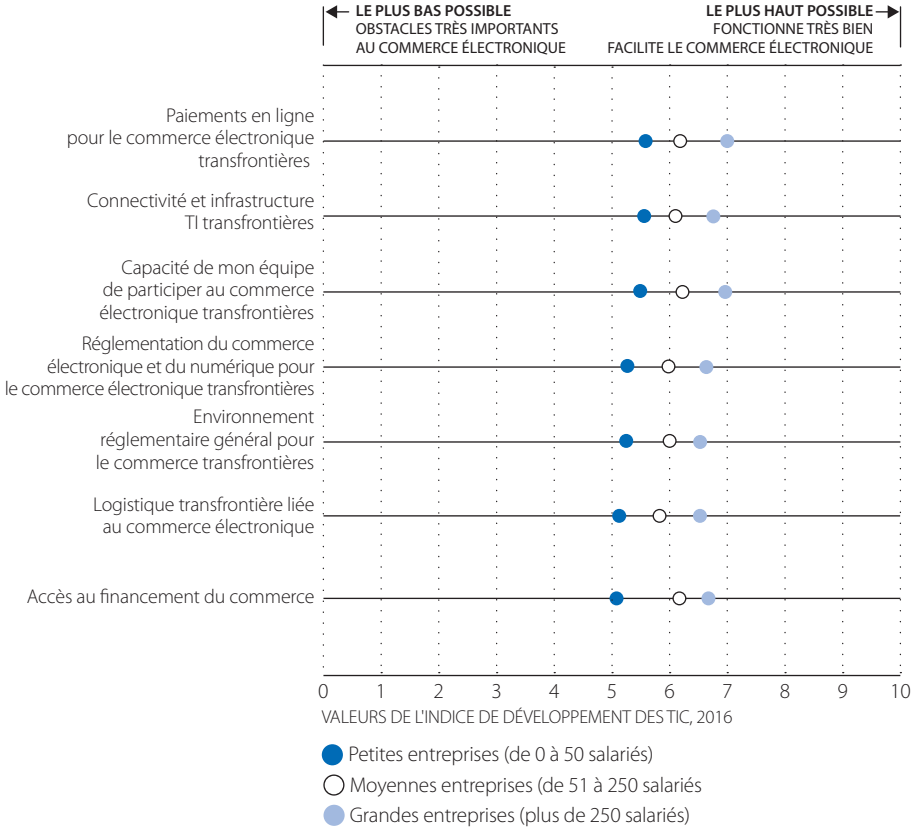
CHAPITRE 10. PRIORITÉS DU SECTEUR PRIVÉ EN MATIÈRE D'AIDE POUR LE COMMERCE À L'ÈRE NUMÉRIQUE

Business for eTrade Development

Le commerce rendu possible par la technologie modifie les modèles, les acteurs et les possibilités du commerce mondial. Le secteur privé – des commerçants en ligne aux plates-formes de commerce électronique, en passant par les entreprises de logistique, les fournisseurs de services de paiement, les entreprises de TI et d'autres encore – fait évoluer le commerce numérique. Cela signifie qu'il est au plus près des possibilités, des défis et des solutions de commerce électronique aux problèmes de développement. Aussi sa participation est-elle capitale pour éclairer et guider l'élaboration des politiques relatives au commerce électronique dans le monde entier. En partenariat avec le secteur public, le secteur privé peut élaborer de nouvelles solutions pour trouver des marchés en ligne et encourager le commerce électronique transfrontalier.

Les caractéristiques des entreprises déterminent la perception des obstacles au commerce électronique. Dans tous les pays, les petites entreprises ont tendance à être beaucoup plus affectées que les grandes par les divers obstacles au commerce électronique, l'accès au financement et la logistique leur posant des problèmes particulièrement aigus (figure 1.17). Les moyennes et les grandes entreprises, quant à elles, se heurtent surtout aux problème de logistique, à la réglementation du numérique et à d'autres réglementations.

Figure 1.17. Perception des obstacles au commerce électronique transfrontières par les commerçants, suivant la taille de l'entreprise



Source: Suominen (2017), *E-commerce development survey and index.*

StatLink http://dx.doi.org/10.1787/888933525436

Pour les responsables de la politique commerciale, les obstacles évoqués par les entreprises qui font du commerce électronique obligent à repenser les outils de politique commerciale, y compris les règles du commerce, la promotion des exportations, la facilitation des échanges, le crédit à l'exportation et l'infrastructure commerciale. Dans tous ces domaines, les responsables de la politique commerciale qui souhaitent catalyser le commerce électronique doivent travailler étroitement avec les ministères et les organismes de réglementation en charge des TIC et des finances – ainsi qu'avec le secteur privé – étant donné que ce sont les entreprises qui appréhendent directement les obstacles au commerce électronique, et les solutions possibles.

Pour donner aux petites entreprises, en particulier, les moyens de se lancer dans le commerce électronique, il faut en priorité renforcer des capacités et adopter de nouvelles approches, notamment en mettant en place des procédures de dédouanement à la frontière simplifiées, sans papier et avec un guichet unique et en améliorant l'accès aux financements, les cadres réglementaires, le dialogue public-privé sur les politiques en matière de commerce électronique et le financement du commerce électronique au moyen d'obligations à impact social.

CHAPITRE 11. FINANCER LA CONNECTIVITÉ

Organisation de coopération et de développement économiques

Depuis le lancement de l'Initiative Aide pour le commerce en 2006, un montant total de 333,1 milliards de dollars EU a été dépensé pour financer des programmes et des projets d'Aide pour le commerce. Jusqu'à présent, plus des trois quarts des montants totaux versés au titre de l'Aide pour le commerce ont servi à financer des projets dans quatre secteurs: transport et entreposage (28,8%), production et fourniture d'énergie (21,8%), agriculture (17,8%), et services bancaires et financiers (11,4%). De plus, 245 milliards de dollars EU ont été décaissés depuis 2006 au titre des autres apports du secteur public (AASP) liés au commerce, dont 76% par des institutions financières internationales. L'essentiel de ce financement non concessionnel est allé à des projets d'infrastructure économique (47,9%) et de renforcement des capacités de production (51,3%), presque exclusivement dans des pays à revenu intermédiaire (94,6%).

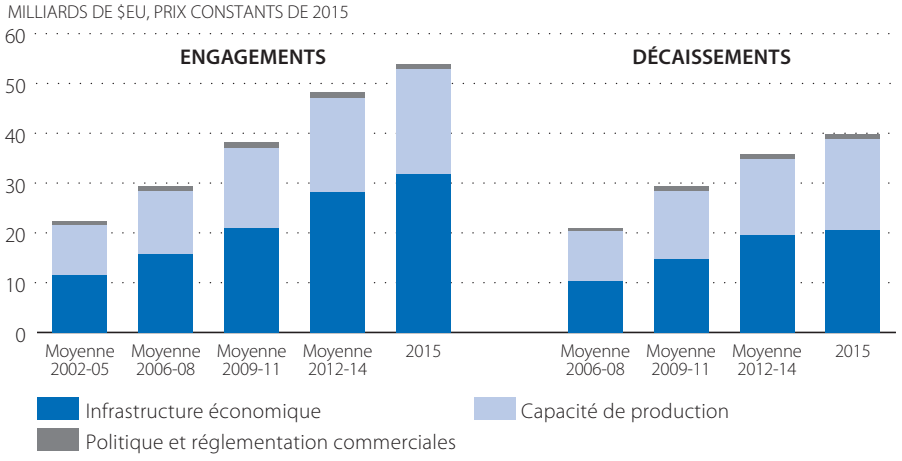
En 2015, les engagements au titre de l'Aide pour le commerce se sont élevés à 53,9 milliards de dollars EU, soit une augmentation de 5,4 milliards de dollars EU par rapport à 2014, et de 31,6 milliards de dollars EU par rapport à la moyenne de la période de référence 2002-2005. Les engagements au titre des AASP liés au commerce ont augmenté de 5 milliards de dollars EU pour atteindre 60,1 milliards de dollars EU, soit quatre fois plus que la moyenne de la période de référence 2002-2005. Les engagements au titre de l'infrastructure économique ont atteint 31,8 milliards de dollars EU, en hausse de 14,3% par rapport à 2014.

D'après l'OCDE (2015), les investissements totaux dans l'infrastructure dans les pays en développement se sont élevés au total à environ 1 000 milliards de dollars EU en 2013, dont plus de la moitié était financée par les pouvoirs publics des pays en développement et un tiers par le secteur privé. Les partenaires de développement publics financent ces investissements dans l'infrastructure à hauteur de 55 milliards de dollars EU; les donateurs bilatéraux en financent environ 46%; et les donateurs multilatéraux 54%.

Au cours des deux dernières décennies, de nombreux gouvernements ont cherché à mobiliser les investissements et le savoir-faire du secteur privé dans le cadre de partenariats public-privé (PPP) pour la construction et l'exploitation de l'infrastructure – tendance de plus en plus évidente. On peut citer comme exemples le Programme de développement des infrastructures en Afrique ou le Schéma directeur 2025 pour la connectivité de l'Association des nations de l'Asie du Sud-Est. D'autres approches s'appuient sur les corridors de transport, qui revêtent une importance particulière pour les pays sans littoral. La plus ambitieuse de ces approches est l'initiative «Ceinture et route» de la Chine.

Les cas d'expérience montrent que l'amélioration de l'infrastructure liée au commerce contribue à la réduction des coûts de transport, ce qui accroît la compétitivité et stimule les échanges commerciaux. Ces effets peuvent conduire à une augmentation du bien-être et des revenus, et donc à la réduction de la pauvreté. Les cas d'expérience mettent aussi en évidence le rôle du secteur privé dans la fourniture d'infrastructure. Les donateurs ont aussi un rôle important à jouer pour encourager l'investissement privé dans l'infrastructure, en offrant une assistance technique aux gouvernements qui cherchent à attirer des fonds, en engageant activement leurs branches chargées du secteur privé dans des projets d'infrastructure et en offrant des mécanismes d'atténuation des risques bien conçus.

Figure 1.18. Engagements et décaissements au titre de l'Aide pour le commerce, par catégorie, 2002-2015



Source: SNPC de l'OCDE-CAD: base de données sur les activités d'aide (2017b),
DOI: http://dx.doi.org/10.1787/data-00061-en, (consulté le 7 avril 2017).

StatLink http://dx.doi.org/10.1787/888933525455

Les engagements d'aide pour des projets dans le domaine des technologies de l'information et de la communication (TIC), consistant pour la plupart en une assistance technique pour la réforme de la réglementation, se sont élevés à 560 millions de dollars EU en 2015. Les investissements dans le matériel des TIC ont été financés en grande partie par le secteur privé. L'exercice de suivi de 2017 mené conjointement par l'OCDE et l'OMC a mis en évidence que les deux tiers des donateurs donnent la priorité aux TIC dans leurs stratégies de développement; viennent ensuite l'administration électronique et le commerce électronique (58% et 50%, respectivement). Presque tous les pays partenaires (90%) prévoient qu'une assistance sera nécessaire dans ce domaine dans l'avenir. Les donateurs signalent aussi que ce domaine suscite une demande croissante.

La Banque africaine de développement encourage la connectivité par le biais de l'initiative «Connect Africa». Les organismes publics des pays en développement participent de plus en plus au développement de l'infrastructure des TIC. Par exemple, le gouvernement pakistanais a adhéré à l'économie numérique et propose maintenant un large éventail de services en ligne. Le cas des Tonga est un bon exemple du potentiel de l'infrastructure des TIC pour permettre aux petits États insulaires et aux pays sans littoral de surmonter les coûts de transaction élevés auxquels ils font face. Les applications des TIC sont largement utilisées pour améliorer la vie des communautés agricoles rurales, en leur offrant de meilleures possibilités de mise en réseau et en leur facilitant l'accès aux technologies avancées. De plus, les TIC permettent aux agriculteurs d'entrer sur de nouveaux marchés et d'accéder à des services numériques comme le crédit ou l'assurance-récolte, ou de consulter les derniers bulletins météorologiques. Les grandes entreprises multinationales ont aussi promu activement l'accès des petites et moyennes entreprises au commerce électronique. Plusieurs de ces cas d'expérience illustrent les possibilités offertes par les technologies pour accroître l'engagement du secteur privé dans le développement.

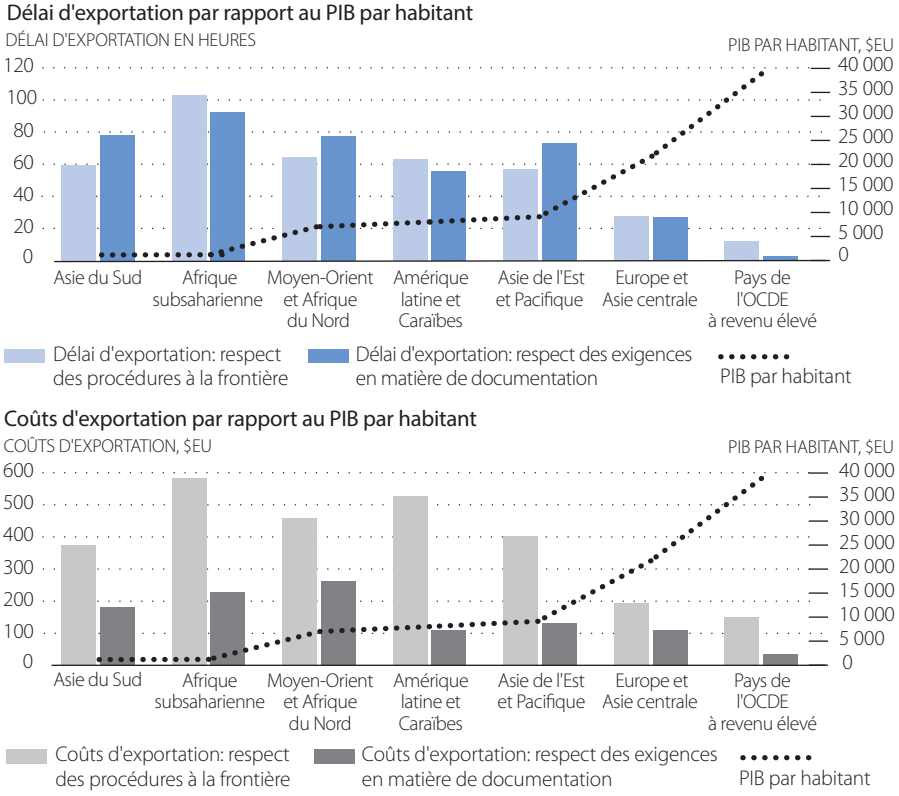
CHAPITRE 12. L'AIDE POUR LE COMMERCE INCLUSIF ET LA RÉDUCTION DE LA PAUVRETÉ

Organisation mondiale du commerce

On dispose de plus en plus de preuves de l'efficacité de l'Aide pour le commerce pour produire des résultats commerciaux positifs. L'intérêt porté aux résultats commerciaux (comme l'augmentation des exportations ou la réduction des coûts du commerce) s'accompagne maintenant d'un intérêt croissant pour le suivi des effets des interventions au titre de l'Aide pour le commerce sur la réduction de la pauvreté, en particulier pour les femmes, qui les plus touchées par la pauvreté.

Une connectivité insuffisante est étroitement associée à la pauvreté. Les régions où le taux de pauvreté est plus élevé obtiennent des notes plus basses selon l'Indice de performance logistique de la Banque mondiale et l'Enabling Trade Index (ETI) du Forum économique mondial. Comme le montre la figure 1.19, les indicateurs Doing Business prouvent que les délais et les coûts de dédouanement sont plus élevés dans les régions où le revenu par habitant est plus faible.

Figure 1.19. Délais et coûts d'exportation et PIB par habitant, par région



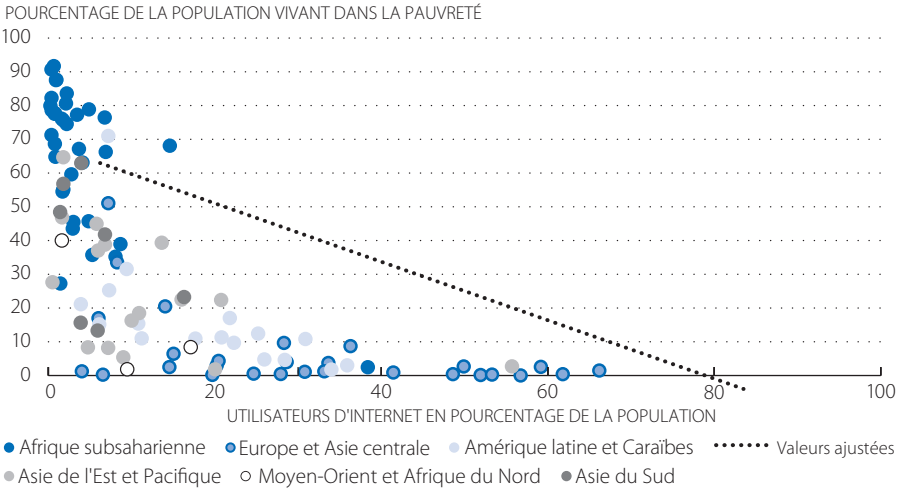
Source: Banque mondiale (2016b) *Doing Business*, www.doingbusiness.org/data/exploretopics/trading-across-borders, et Banque mondiale (2015) *Indicateurs du développement dans le monde*, http://databank.worldbank.org/data/reports. aspx?source=world-development-indicators

StatLink http://dx.doi.org/10.1787/888933525474

Une corrélation analogue est observée entre l'absence de connectivité numérique et la pauvreté. Comme le montre la figure 1.20, l'utilisation d'Internet plus faible dans les régions où le revenu par habitant est plus bas. De plus, pour les femmes et les populations rurales, la connectivité numérique et physique limitée, conjuguée à des facteurs socioculturels et à d'autres facteurs réglementaires, alourdit le fardeau de la pauvreté.

L'amélioration de la connectivité physique et numérique réduit les coûts du commerce et fait reculer la pauvreté. Une approche numérique de la facilitation des échanges peut réduire les goulets d'étranglement aux frontières, augmenter les revenus et faciliter la circulation des petits commerçants et des femmes et leur participation au commerce transfrontières. L'accès à Internet réduit les distances et les asymétries d'information, aidant les entrepreneurs à gagner de l'argent en vendant en ligne. Les innovations en matière d'argent mobile favorisent l'inclusion financière en atténuant certaines des contraintes associées aux méthodes financières traditionnelles, en particulier pour les femmes.

Figure 1.20. Taux de pauvreté par région et pourcentage d'utilisateurs d'Internet

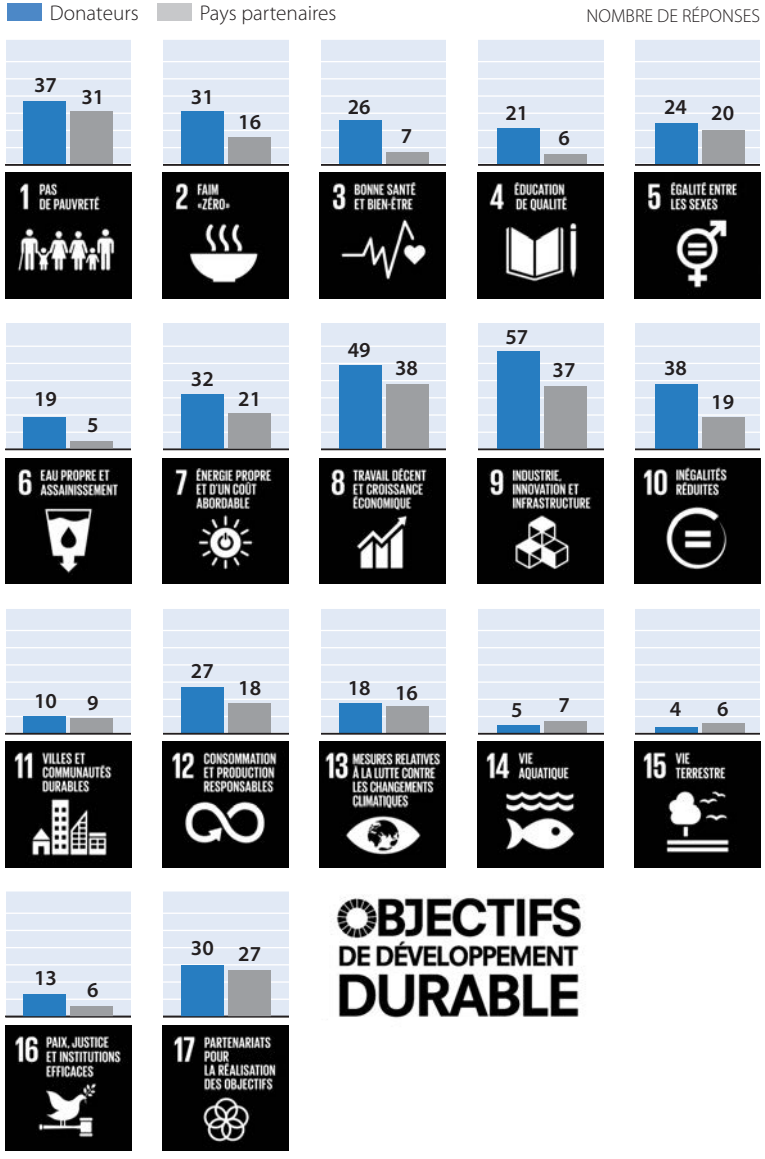


Source: Banque mondiale, Indicateurs du développement dans le monde (moyenne 2008-2014); UIT, Indicateurs mondiaux des télécommunications/des TIC, Utilisateurs d'Internet (2007); Classification régionale de la Banque mondiale.

StatLink http://dx.doi.org/10.1787/888933525493

Les pays en développement comme les donateurs considèrent que l'Aide pour le commerce peut contribuer à la réalisation du Programme 2030, en particulier de l'Objectif de développement durable (ODD) 9 «Industrie, innovation et infrastructure», de l'ODD 8 «Travail décent et croissance économique», et de l'ODD 1 «Pas de pauvreté» (figure 1.21). Ils ont en outre tous exprimé la volonté de collaborer avec différentes parties prenantes, y compris le secteur privé, en vue de la réalisation des Objectifs de développement durable à l'horizon 2030.

Figure 1.21. Contribution de l'Aide pour le commerce aux ODD



Source: Exercice de suivi de l'Aide pour le commerce OCDE-OMC (2017a), http://www.oecd.org/aidfortrade/countryprofiles/.

StatLink http://dx.doi.org/10.1787/888933525512

ANNEXE 1.A1.

Tableau 1.A1.1. Aperçu des réponses à l'exercice de suivi et d'évaluation de l'Aide pour le commerce OCDE-OMC, 2017

Pays en développement	Pays les moins avancés	Donateurs	Fournisseurs de coopération Sud-Sud	Communautés économiques régionales/ corridors de transport	Total
63	28	38	3	7	111

Tableau 1.A1.2. Réponses des pays partenaires

Région	
Afrique (31)	Bénin, Botswana, Burkina Faso, Burundi, Cameroun, Congo, Comores, Côte d'Ivoire, Gabon, Gambie, Guinée, Guinée-Bissau, Lesotho, Madagascar, Malawi, Mali, Maurice, Namibie, Niger, République centrafricaine, République démocratique du Congo, Rwanda, Sénégal, Sierra Leone, Soudan, Tanzanie, Tchad, Togo, Ouganda, Zambie, Zimbabwe
Pays arabes et Moyen-Orient (1)	Yémen
Asie et Pacifique (12)	Bangladesh, Indonésie, Myanmar, Népal, Pakistan, Papouasie-Nouvelle-Guinée, Philippines, RDP lao, Samoa, Sri Lanka, Tonga, Viet Nam
Amérique latine et Caraïbes (19)	Antigua-et-Barbuda, Barbade, Belize, Colombie, Costa Rica, Dominique, El Salvador, Grenade, Guatemala, Honduras, Mexique, Paraguay, Pérou, République dominicaine, Saint-Kitts-et-Nevis, Saint-Vincent-et-les Grenadines, Sainte-Lucie, Suriname, Uruguay
Pays les moins avancés (28)	Bangladesh, Bénin, Burkina Faso, Burundi, Comores, Gambie, Guinée, Guinée-Bissau, Lesotho, Madagascar, Malawi, Mali, Myanmar, Népal, Niger, RDP lao, République centrafricaine, République démocratique du Congo, Rwanda, Sénégal, Sierra Leone, Soudan, Tanzanie, Tchad, Togo, Ouganda, Yémen, Zambie

Tableau 1.A1.3. Organismes donateurs	
Bilatéraux (29)	Allemagne, Australie, Autriche, Belgique, Canada, Corée, Danemark, Espagne, États-Unis, Finlande, France, Islande, Irlande, Japon, Koweït, Lettonie, Lituanie, Luxembourg, Norvège, Nouvelle-Zélande, Pays-Bas, Portugal, République slovaque, République tchèque, Suède, Suisse, Taipei chinois, Royaume-Uni, Union européenne
Multilatéraux (9)	Banque africaine de développement, Banque européenne pour la reconstruction et le développement, Banque interaméricaine de développement, Banque islamique de développement, Centre du commerce international, Commission économique pour l'Afrique de l'ONU, Commission économique pour l'Europe de l'ONU, Groupe de la Banque mondiale, Programme des Nations Unies pour le développement

Tableau 1.A1.4. Réponses des fournisseurs de coopération Sud-Sud	
3	Brésil, Chili, Indonésie

Tableau 1.A1.5. Réponses des communautés régionales et des corridors de transport	
Afrique (4)	COMESA, CEDEAO, TradeMark East Africa, Walvis Bay Corridor Group
Amérique latine et Caraïbes (3)	CARICOM, OECO, SICA

Source: Exercice de suivi de l'Aide pour le commerce OCDE/OMC (2017a), www.oecd.org/aidfortrade/countryprofiles/.

BIBLIOGRAPHIE

Banque mondiale (2015), Indicateurs du développement dans le monde (base de données) http://databank.banquemondiale.org/data/reports.aspx?source=Indicateurs%20du%20d%c3%a9veloppement%20dans%20le%20monde

Banque mondiale (2016a), Enterprise Surveys (base de données) www.enterprisesurveys.org (consulté le 17 janvier 2017)

Banque mondiale (2016b), Doing Business (base de données) www.doingbusiness.org/data/exploretopics/trading-across-borders

CNUCED (2016), UNCTAD B2C E-commerce Index 2016, note technique n° 7 de la CNUCED sur les TIC au service du développement. TN/UNCTAD/ICT4D/07, Nations Unies, http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tn_unctad_ict4d07_en.pdf

Intel (2012), Women and the web, www.intel.com/content/www/us/en/technology-in-education/women-in-the-web.html (consulté le 21 février 2017).

ITC (2016), Bringing SMEs onto the e-Commerce Highway, Centre du commerce international, www.intracen.org/publication/Bringing-SMEs-onto-the-e-Commerce-Highway/ (consulté le 11 mai 2017).

OCDE (2015), "Official Development Finance for Infrastructure Support by Multilateral and Bilateral Development Partners, Report To G20 Finance Ministers and Central Bank Governors", Éditions OCDE, Paris

OCDE (2017a), Indicateurs sur la facilitation des échanges, http://www.oecd.org/fr/echanges/facilitation/indicateurssurlafacilitationdesechanges.htm (consulté le 1er février 2017)

OCDE (2017b), "Système de notification des pays créanciers du CAD de l'OCDE: activités d'aide", Statistiques de l'OCDE sur le développement international (base de données). DOI: http://www.oecd-ilibrary.org/fr/development/data/systeme-de-notification-des-pays-creanciers/activites-d-aide_data-00061-fr (consulté le 7 avril 2017)

OCDE-OMC (2017a), Exercice de suivi de l'Aide pour le commerce 2017 (questionnaires) www.oecd.org/aidfortrade/countryprofiles/

OCDE-OMC (2017b), Exercice de suivi de l'Aide pour le commerce 2017 (cas d'expérience) http://www.oecd.org/aidfortrade/casestories/

Suominen, Kati (2017) "E-commerce development survey and index", pour l'Agence des États-Unis pour le développement international, http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00MP8T.pdf

UIT (2016), Measuring the Information Society Report 2016, Union internationale des télécommunications, Genève http://www.itu.int/fr/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2016.aspx

UIT (2017), Global ICT Regulatory Outlook, Union internationale des télécommunications, Genève

NOTES

1. Après la date limite du 1er février fixée pour l'exercice de suivi de l'Aide pour le commerce, des réponses aux questionnaires ont été présentées par l'Albanie, le Guyana et la Banque asiatique de développement; 15 cas d'expérience (11 du secteur public et 4 du secteur privé) ont aussi été reçus. Ces questionnaires et cas d'expérience ont été téléchargés sur le site Web conjoint OCDE-OMC, mais n'ont malheureusement pas été analysés dans le rapport.
2. Les autres rapports du secteur public (AASP) sont les transactions du secteur public avec les pays figurant sur la liste des bénéficiaires d'APD établie par le CAD, mais qui ne remplissent pas les conditions requises pour être comptabilisées comme APD, soit parce qu'elles n'ont pas pour principal objectif le développement, soit parce que leur élément de libéralité est inférieur à 25%.

A4T Examen global 2017
AIDE POUR LE COMMERCE

PANORAMA DE L'**AIDE** POUR LE **COMMERCE** 2017

PROMOUVOIR LE COMMERCE, L'INCLUSION ET LA CONNECTIVITÉ POUR UN DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le *Panorama de l'Aide pour le commerce* est axé sur la connectivité commerciale, qui est essentielle pour la croissance économique, l'inclusion et le développement durable. La connectivité physique permet l'acheminement des biens et des services vers les marchés locaux, régionaux et mondiaux. Elle est étroitement liée à la connectivité numérique, qui est fondamentale dans l'environnement commercial actuel. Néanmoins, Internet reste inaccessible pour 3,9 milliards de personnes dans le monde, dont bon nombre vivent dans les pays les moins avancés.

Le présent rapport s'appuie sur l'analyse des coûts du commerce et l'applique au domaine numérique, reflétant ainsi le changement de nature du commerce. Il cherche des moyens d'aider les pays en développement, notamment les pays les moins avancés, à bénéficier des avantages du commerce. Il examine les actions menées par un large éventail de parties prenantes, y compris les gouvernements, leurs partenaires de développement et le secteur privé, afin de promouvoir la connectivité pour un développement durable. Un message ressort clairement du rapport: pour participer au commerce électronique, il faut bien plus qu'une simple connexion Internet.

Cette édition de poche contient des extraits des chapitres rédigés par la Banque mondiale, le Cadre intégré renforcé, la CNUCED, l'ITC, l'OCDE, l'OMC, l'UIT, et Business for eTrade Development.

Pour consulter la publication complète en ligne, voir:
www.wto.org/a4tataglance2017

Le présent rapport est publié sur OECD iLibrary, qui rassemble tous les livres, périodiques et bases de données statistiques de l'OCDE.
Pour plus de renseignements, voir: ***www.oecd-ilibrary.org***.
http://dx.doi.org/10.1787/aid_glance-2017-en

www.aid4trade.org

www.wto.org/gr2017

éditionsOCDE
www.oecd.org/editions

WTO publications
www.wto.org/publications