

**Organismes nationaux
de facilitation du commerce**

Recommandation n° 4



**Centre des Nations Unies pour la facilitation
du commerce et les transactions électroniques
(CEFACT-ONU)**



COMMISSION ÉCONOMIQUE POUR L'EUROPE

Recommandation n° 4 :
Organismes nationaux
de facilitation du commerce



NATIONS UNIES
New York et Genève, 2020

Note

Les cotes des documents de l'Organisation des Nations Unies se composent de lettres majuscules et de chiffres. La simple mention d'une cote dans un texte signifie qu'il s'agit d'un document de l'Organisation.

Les appellations employées dans la présente publication et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part du Secrétariat de l'Organisation des Nations Unies aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

ECE/TRADE/425

PUBLICATION DES NATIONS UNIES

eISBN : 978-92-1-005198-9

Copyright © Nations Unies, 2020
Tous droits réservés pour tous pays

Préface

La présente recommandation, publiée pour la première fois en 1974, a été révisée à la lumière de l'évolution du contexte dans lequel a lieu la facilitation du commerce ainsi que de l'adoption de l'Accord sur la facilitation des échanges de l'Organisation mondiale du commerce. Le texte révisé recommande la mise en place par les États d'organismes nationaux de facilitation du commerce (ONFC), élément indispensable de l'élaboration des politiques commerciales, qui tiennent compte des points de vue et avis de toutes les parties prenantes afin de favoriser le consensus, la coopération et la collaboration. Étant donné la multitude d'organismes préconisant la facilitation du commerce qui ont vu le jour dans les pays ces dernières années, il est de plus en plus nécessaire de créer au niveau national une plateforme qui pourra faire office d'organe principal de coordination pour les réformes en faveur de la facilitation du commerce et qui permettra une véritable consultation des différents acteurs des secteurs public et privé.

La recommandation n° 4 révisée comprend des lignes directrices décrivant en détail la marche à suivre pour créer un ONFC, ainsi qu'un modèle de mandat pour cet organisme que les pays pourront utiliser tel quel ou adapter en fonction de leur contexte national. Elle comporte également une liste non exhaustive des parties prenantes qui devraient être représentées au sein d'un ONFC, à savoir : importateurs, exportateurs, transitaires, transporteurs, douanes, autres administrations publiques, banques, compagnies d'assurance, etc.

La recommandation n° 4 va de pair avec la recommandation n° 40, intitulée « Méthodes de consultation : Meilleures pratiques de consultation des milieux économiques et des pouvoirs publics sur les questions de facilitation du commerce », qui propose des méthodes de consultation complémentaires et présente une méthodologie quantitative visant à améliorer l'essence même du processus consultatif.

La recommandation révisée sera d'une grande utilité pour les personnes qui participent à la création de comités de facilitation du commerce et des transports, et tous les acteurs concernés, tant du secteur public que privé, sont invités à en faire bon usage.

Table des matières

	<i>Page</i>
Préface.....	iii
I. Recommandation n° 4 : Organismes nationaux de facilitation du commerce.....	1
A. Introduction.....	1
B. Objet et champ d'application.....	1
C. Avantages.....	2
D. Normes internationales.....	2
E. Recommandation.....	2
II. Lignes directrices relatives à la recommandation n° 4, intitulée « Organismes nationaux de facilitation du commerce ».....	5
A. Introduction.....	5
A.1. Définition pratique de la facilitation du commerce.....	5
A.2. Partenariat.....	6
B. Création d'un organisme national de facilitation du commerce (ONFC).....	7
B.1. Définition générale d'un ONFC.....	7
B.2. Objet d'un ONFC.....	7
B.3. Membres d'un ONFC.....	8
B.4. Structure de l'ONFC.....	9
B.5. Rôles et responsabilités des membres de l'ONFC.....	10
B.6. Programme de travail de l'ONFC.....	10
C. Coordination des ONFC au niveau national ou régional.....	10
C.1. Coordination des organismes nationaux de facilitation du commerce.....	10
C.2. Coordination des organisations régionales.....	13
D. Financement, budget et dotation en personnel.....	14
D.1. Financement d'un ONFC.....	14
D.2. Fonctionnement d'un ONFC.....	15
E. Marche à suivre pour créer un ONFC.....	15
Annexe 1. Mandat.....	17
A. But et objectifs.....	17
B. Considérations administratives.....	19
C. Considérations budgétaires.....	19
Annexe 2 Les ONFC dans le monde.....	21
Annexe 3 Outils d'analyse des parties prenantes.....	25

I. Recommandation n° 4 : Organismes nationaux de facilitation du commerce

A. INTRODUCTION

1. L'expérience de nombreux pays a montré que le meilleur moyen de cerner les problèmes et les priorités en matière de commerce est le dialogue entre les pouvoirs publics et les milieux économiques et que, pour ce faire, il peut être utile de créer un organisme national de facilitation du commerce (ONFC)¹. Dans cette optique, des représentants des États membres et des organisations internationales ont rédigé et adopté les versions antérieures de la recommandation n° 4, qui ont servi à la création de comités de facilitation du commerce et des transports dans de nombreux pays depuis les années 1970.

2. L'importance de la facilitation du commerce a été confirmée par l'Accord sur la facilitation des échanges (AFE) de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), conclu à la Conférence ministérielle de Bali en décembre 2013. En application de cet Accord, les membres de l'OMC sont tenus d'appuyer durablement des initiatives et des mesures visant à améliorer les échanges commerciaux à l'international par la mise en œuvre d'une série de mesures et de meilleures pratiques de facilitation du commerce. Au moment de l'entrée en vigueur de l'accord, les membres de l'OMC devront avoir établi un comité national ou désigné un mécanisme existant « pour faciliter à la fois la coordination et la mise en œuvre des dispositions du présent accord au plan interne » (article 23.2).

B. OBJET ET CHAMP D'APPLICATION

3. Les pouvoirs publics et les milieux économiques devraient faire de la facilitation du commerce un élément incontournable de l'élaboration des politiques commerciales et chercher à mettre en place un organisme national de facilitation du commerce tenant compte des points de vue et avis de toutes les parties prenantes afin de favoriser le consensus, la coopération et la collaboration. La facilitation du commerce se définit comme la simplification, l'harmonisation et la normalisation des procédures et des flux d'informations nécessaires à l'acheminement de marchandises et à la fourniture de services connexes du vendeur à l'acheteur, en particulier les paiements.

4. Un ONFC s'occupe de tous les aspects de la facilitation du commerce, notamment les questions réglementaires et opérationnelles et celles relatives, entre autres, aux douanes, au transport multimodal, au transit, à la logistique, aux secteurs bancaire et financier, à l'agriculture, aux exigences sanitaires et phytosanitaires, à la santé et au commerce électronique. Plusieurs facteurs sont essentiels pour que la création d'un ONFC soit une réussite, en particulier des politiques publiques favorables au développement économique et au commerce, un secteur privé robuste et dynamique, la disponibilité de ressources humaines et financières et une forte volonté politique d'améliorer l'efficacité des transactions commerciales et des chaînes d'approvisionnement internationales.

5. En plus de permettre un processus de consultation ouvert et constructif, les organismes de facilitation du commerce donneront aux parties prenantes la possibilité et les moyens d'exprimer leur point de vue, d'éclaircir certaines questions et de prendre part à un dialogue sérieux. Au sein du cadre global national de politique commerciale d'un État, l'ONFC peut assurer la coordination entre les parties concernées afin de concevoir une stratégie proposant une approche intégrée des activités nationales de facilitation du commerce, avec une coordination des politiques, l'élaboration de mesures de simplification des échanges et la formulation de

¹ Un rapport et des informations sur les ONFC sont disponibles à l'adresse : <http://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=928> (consulté en avril 2015).

propositions de plans d'action. L'ONFC peut présenter cette stratégie aux institutions publiques compétentes afin de recueillir leur approbation et leur soutien et d'obtenir un mandat pour la mise en œuvre de la stratégie.

C. AVANTAGES

6. La création d'un ONFC peut contribuer grandement à faire progresser la mise en œuvre d'une politique nationale de facilitation du commerce. Voici quelques-uns des principaux avantages qu'un ONFC peut procurer :

- Aider un pays à être compétitif à l'échelle internationale ;
- Réduire les coûts du commerce international (tant pour les pouvoirs publics que pour les milieux économiques) ;
- Adopter les pratiques les plus efficaces et les plus rentables (rendre conformes aux normes internationales tant les procédures des administrations publiques que les modalités de fonctionnement des entreprises) ;
- Rassembler les secteurs public et privé en vue d'adopter et de favoriser des pratiques de facilitation du commerce.

7. Un ONFC peut établir une collaboration entre les secteurs public et privé qui permet de concevoir des mesures visant à éliminer ou à réduire drastiquement les obstacles à l'efficacité et à l'efficience des processus commerciaux. Cette méthode de résolution des problèmes dans la chaîne d'approvisionnement internationale s'avère nettement plus efficace si l'ONFC coopère avec des organismes similaires aux niveaux régional, sous-régional et international et participe aux travaux des organisations internationales œuvrant à la facilitation du commerce et à l'élaboration de normes commerciales internationales.

D. NORMES INTERNATIONALES

8. Dans le cadre de son mandat de facilitation du commerce, l'ONFC devrait se tenir au fait de tous les travaux pertinents menés sur des normes et des recommandations internationales et suggérer, s'il y a lieu, de les appliquer au niveau national. Pour remplir ce rôle, il sera très important qu'il collabore étroitement avec les autres ONFC et qu'il participe activement au sein d'organismes internationaux de normalisation tels que le Centre des Nations Unies pour la facilitation du commerce et les transactions électroniques (CEFACT-ONU).

9. Les normes internationales énoncées dans les divers documents d'orientation et recommandations du CEFACT-ONU sont accessibles facilement (et gratuitement) et peuvent servir de base pour la mise au point de mesures nationales et régionales de facilitation et de simplification du commerce. En outre, certains pays, parce qu'ils sont membres d'autres organisations internationales telles que l'Organisation mondiale des douanes (OMD) et l'Organisation internationale de normalisation (ISO), peuvent avoir déjà adhéré à la plupart des normes nécessaires pour orienter leurs initiatives nationales de facilitation du commerce ainsi que leurs programmes de réforme et de modernisation. Un ONFC peut ainsi jouer un rôle clef de catalyseur en encourageant les parties prenantes à adopter des normes internationales afin de franchir des étapes dans les programmes de facilitation du commerce, de modernisation et de réforme.

E. RECOMMANDATION

10. Le Centre des Nations Unies pour la facilitation du commerce et les transactions électroniques (CEFACT-ONU) recommande aux États de créer et de soutenir des organismes nationaux de facilitation du commerce caractérisés par une participation équilibrée des secteurs public et privé.

11. Le CEFAC-ONU recommande que ces organismes nationaux de facilitation du commerce :
- Fassent tout leur possible pour que la facilitation du commerce soit incluse à part entière dans une stratégie nationale intégrée en matière de politique commerciale et de développement économique durable ;
 - Cernent les problèmes ayant un effet sur le coût et l'efficacité de la participation de leur pays au commerce international, mettent au point des mesures de simplification afin d'éliminer ou de réduire ces obstacles et prêtent assistance pour la mise en œuvre de ces mesures ;
 - Constituent un mécanisme national de coordination chargé de rassembler et de diffuser des informations sur les meilleures pratiques en matière de facilitation du commerce international ;
 - Participent aux efforts internationaux visant à améliorer la facilitation du commerce et l'efficacité commerciale.

II. Lignes directrices relatives à la recommandation n° 4, intitulée « Organismes nationaux de facilitation du commerce »

A. INTRODUCTION

12. Un organisme national créé dans le but d'adopter le principe de la facilitation du commerce et d'en assurer la mise en œuvre peut prendre plusieurs formes. L'expérience montre que, pour une réussite optimale, certains facteurs essentiels doivent être pris en compte dans l'organisation, les dispositions administratives et le fonctionnement de l'organisme national. Voici quelques-unes des conditions qui doivent être remplies dès le début :

- Participation active des secteurs public et privé ;
- Recensement des facteurs ayant un effet sur le coût et l'efficacité des transactions commerciales du pays à l'international et détermination des actions prioritaires à mener à l'égard de ces problèmes ;
- Mise au point concertée de mesures propres à réduire les coûts et à améliorer l'efficacité des transactions commerciales internationales ;
- Ressources (humaines et financières) suffisantes pour appuyer la mise en œuvre des mesures convenues ;
- Constitution d'un mécanisme national de coordination pour rassembler et diffuser des informations sur les meilleures pratiques et les normes dans le domaine de la facilitation du commerce international ;
- Participation aux efforts internationaux visant à améliorer l'efficacité des mesures de facilitation du commerce.

13. Il convient d'aborder les activités de facilitation du commerce de manière coordonnée afin que les mesures prises ou les solutions apportées en un point de la chaîne d'approvisionnement ne provoquent pas de problèmes en un autre point. Les besoins de toutes les parties, tant du secteur public que du secteur privé, ainsi que les intérêts des tierces parties, doivent être recensés avant que des solutions ne puissent être trouvées. Les personnes les mieux placées pour expliquer leurs besoins sont celles qui sont directement concernées aux différents points, étroitement liés, de la chaîne d'approvisionnement. Il est nécessaire, pour cela, de disposer d'une enceinte efficiente et efficace au sein de laquelle les responsables des politiques commerciales, les gestionnaires du secteur privé, les administrateurs du secteur public et les autres parties intéressées pourront adopter d'un commun accord des outils, des techniques et des mesures de modernisation destinés à faciliter le commerce, et collaborer à leur mise en œuvre.

A.1 Définition pratique de la facilitation du commerce

14. La facilitation du commerce se définit comme la simplification, l'harmonisation et la normalisation des procédures et des flux d'informations nécessaires à l'acheminement de marchandises et à la fourniture de services connexes du vendeur à l'acheteur, et à la réalisation des paiements.

15. Le but fondamental de la facilitation du commerce est de simplifier la conduite des échanges, aussi bien à l'intérieur du pays qu'à l'international. Pour atteindre cet objectif, on vise la transparence dans toutes les dispositions commerciales et réglementaires qui régissent les procédures commerciales afin de permettre aux milieux économiques de s'y préparer et de s'y conformer. Le CEFAC-ONU a pour but d'aider les acteurs du commerce à se doter d'un ensemble complet de processus efficaces et d'optimiser le degré de surveillance par les pouvoirs publics de sorte que les mesures de contrôle des échanges commerciaux soient proportionnées par rapport aux coûts et aux risques en jeu.

16. Les activités de facilitation du commerce (en particulier celles qui concernent l'application des outils de commerce électronique) peuvent se diviser en trois grandes catégories, à savoir la simplification, l'harmonisation et la normalisation :

- La simplification consiste à rationaliser les procédures commerciales en supprimant les obligations et les activités redondantes, ce qui permet de réduire les coûts et les formalités associés à l'administration de la transaction commerciale ;
- L'harmonisation consiste à aligner ou rationaliser les flux d'information qui accompagnent les mouvements des biens ou des services sur le marché domestique ou en transit international, en particulier aux frontières nationales ;
- La normalisation consiste à garantir que les informations nécessaires sont décrites, comprises et appliquées de manière uniforme. Bon nombre d'organisations internationales de normalisation, de consortiums et de milieux économiques ont élaboré des normes concernant la description, la définition, l'utilisation et le transfert d'informations relatives au commerce international.

A.2 Partenariat

17. Comme cela a été mentionné dans la section précédente, faciliter l'intégralité de la transaction commerciale nécessite toute une série d'actions et de mesures qui couvrent les mouvements de toutes les marchandises, toutes les prescriptions réglementaires applicables et, en particulier, la réforme, la modernisation et l'automatisation des procédures des administrations publiques. Outre les aspects économique, commercial et opérationnel de la transaction commerciale, la facilitation doit également porter sur des domaines connexes de la chaîne d'approvisionnement, notamment la finance, le transport, le transit, la conformité aux normes internationales, l'infrastructure et la logistique commerciales, les secteurs prioritaires (par exemple, l'agriculture) et les cadres juridiques.

18. La facilitation du commerce exige de prendre en considération les rôles interdépendants des trois principaux acteurs qui sont étroitement impliqués dans les secteurs du commerce international du pays où sera créé l'ONFC, à savoir :

- **Le secteur public** (toutes les administrations publiques touchant au commerce), qui conçoit et fait appliquer des lois et des règlements nationaux relatifs au commerce de manière coordonnée, selon une approche axée sur la collaboration, en rationalisant les procédures d'importation, d'exportation et de transit ;
- **Les opérateurs économiques du secteur privé** (importateurs et exportateurs), qui peuvent bénéficier de ces solutions dans leurs transactions commerciales internationales ;
- **Les prestataires de services commerciaux du secteur privé** (transporteurs, transitaires, entreprises de transport multimodal, établissements bancaires, compagnies d'assurance, fournisseurs de logiciels, etc.), qui peuvent proposer des solutions de commerce et de transport adaptées aux besoins du marché dans le respect des pratiques, des obligations et des lois nationales et internationales relatives au commerce et au transport.

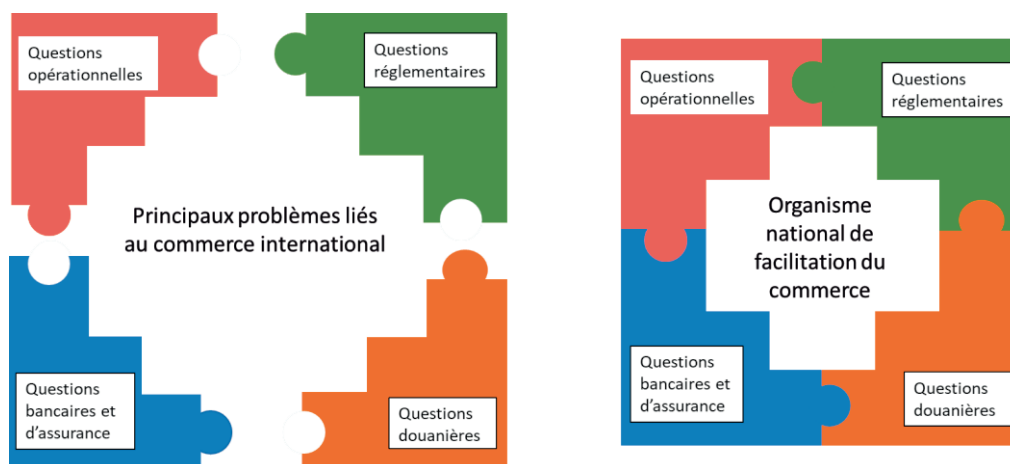


Figure 1. Plusieurs questions relatives au commerce international peuvent poser problème aux opérateurs économiques. Un organisme national de facilitation du commerce peut contribuer à traiter ces problèmes de manière globale et cohérente.

B. CRÉATION D'UN ORGANISME NATIONAL DE FACILITATION DU COMMERCE (ONFC)

19. Les États sont invités à envisager la mise en place d'un mécanisme de consultation sous la forme d'un organisme national de facilitation du commerce, selon le modèle décrit ci-après, en s'appuyant sur le mandat figurant à l'annexe 1 et sur les principes énoncés dans la recommandation n° 40 du CEFAC-ONU sur les méthodes de consultation (voir l'annexe 3).

B.1 Définition générale d'un ONFC

20. Un ONFC est un organisme légalement constitué au sein duquel toutes les parties des secteurs public et privé qui sont concernées par les divers aspects du commerce international du pays – transport multimodal, transit, logistique, finance, agriculture, prescriptions sanitaires et phytosanitaires, santé, commerce électronique, entre autres – peuvent exprimer leurs avis et décrire les problèmes qu'elles rencontrent, en vue de trouver, selon une approche consultative et consensuelle, des solutions mutuellement acceptables.

B.2 Objet d'un ONFC

21. Un ONFC est une enceinte ouverte qui a pour but de promouvoir la facilitation du commerce, d'encourager la coordination interinstitutionnelle et de fournir des directives sur les principales questions relatives à la facilitation du commerce. Le succès et la viabilité d'un ONFC dépendent de sa capacité à tenir compte sur le long terme des intérêts, des objectifs et des activités des parties prenantes du pays.

22. Plus précisément, en fonction du contexte national, les objectifs de l'ONFC peuvent notamment être les suivants :

- Faciliter la coordination interinstitutionnelle ;
- Fournir des directives sur les principales questions relatives à la facilitation du commerce ;
- Défendre les priorités stratégiques nationales en matière de commerce ;
- Élaborer de nouvelles politiques nationales en s'appuyant sur les méthodes normalisées et harmonisées en vigueur au niveau international ;
- Promouvoir les solutions de facilitation existantes et aider à leur mise en œuvre ;

- Participer activement à la création et à la pérennisation de mesures de facilitation du commerce à l'échelle internationale ;
- Contribuer aux travaux d'organisations internationales établies, par exemple les groupes de travail de l'Organisation des Nations Unies (ONU), les comités de l'Organisation mondiale des douanes (OMD), l'Organisation mondiale du commerce (OMC) dans le cadre de l'Accord sur la facilitation des échanges, ainsi que d'autres organismes internationaux reconnus.

B.3 Membres d'un ONFC

23. Les participants issus du gouvernement et des administrations publiques ont un intérêt commun et particulier pour la facilitation du commerce. Quant aux membres du secteur privé au sein de ces organismes, ils devraient comprendre des représentants de tous les secteurs d'activité et de tous les types et toutes les tailles d'entreprises ainsi que des institutions prenant part au commerce international : fabricants, importateurs, exportateurs, transitaires, transporteurs, banques, compagnies d'assurance, etc. Une panoplie d'outils permettant de recenser les acteurs pertinents est proposée à l'annexe 3. Ce n'est qu'avec le concours actif de ces participants que les obstacles pourront être analysés de manière concrète et des solutions concertées mises au point.

24. Le schéma ci-dessous présente une liste non exhaustive des acteurs des secteurs public et privé qui peuvent devenir membres d'un ONFC. Certains acteurs peuvent appartenir à plus d'une catégorie. Par exemple, une association d'exportateurs peut également agir en tant que prestataire de services commerciaux pour un opérateur économique.

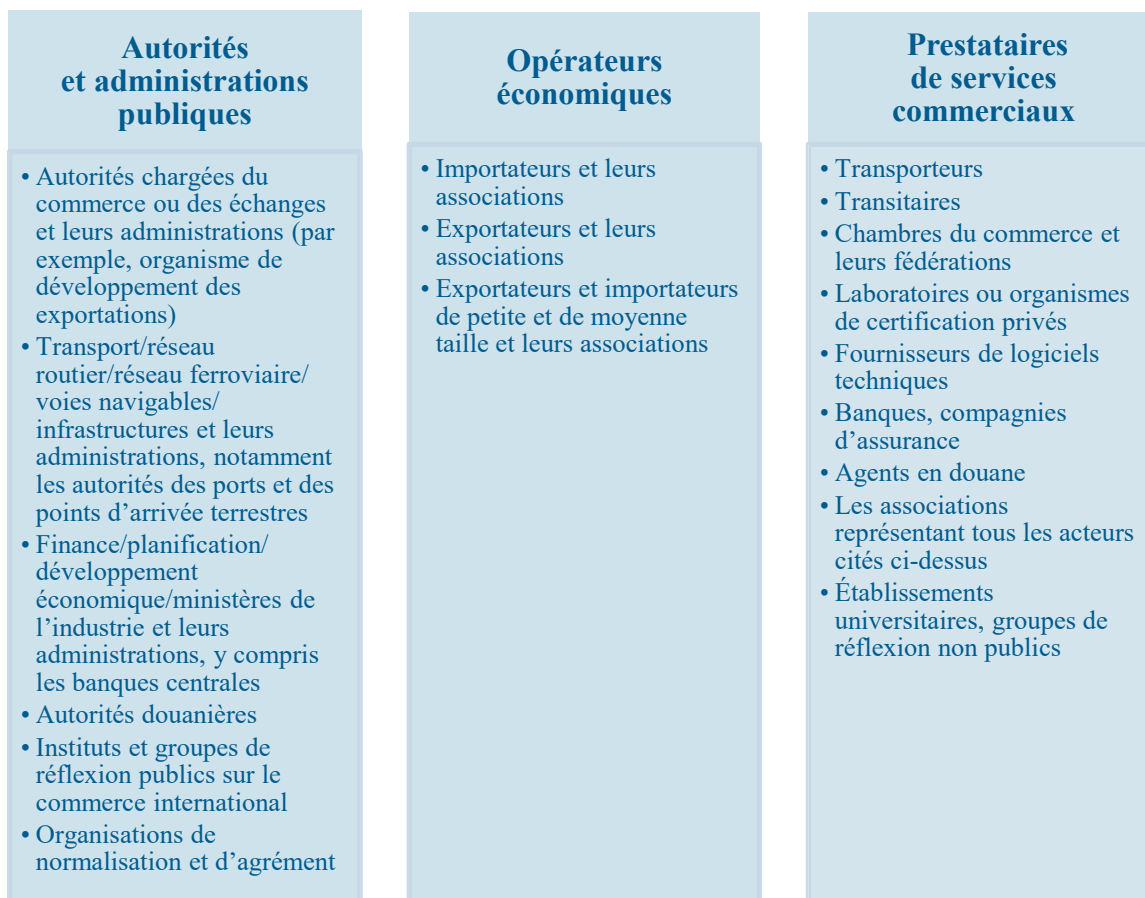


Figure 2. Les trois principaux types d'acteurs du commerce international. Lors de la création d'un ONFC, il convient de faire en sorte que toutes ces catégories de parties prenantes soient représentées.

25. Un ONFC devrait inviter des experts reconnus à apporter leur contribution en fonction de leurs connaissances, de leur expérience et de leurs compétences.

B.4 Structure de l'ONFC

26. Un organisme national de facilitation du commerce pourrait s'organiser en trois niveaux – stratégique, opérationnel et technique :

- Au niveau stratégique se trouverait le **Conseil** de l'ONFC. Cette instance serait responsable de la mise en œuvre du plan de facilitation du commerce (stratégie et priorités) préconisé par l'organisme chef de file ayant créé l'ONFC, qu'il s'agisse d'un organisme public (comme l'a envisagé l'Organisation mondiale du commerce dans son Accord sur la facilitation des échanges, à l'article 23.2), d'une entité privée ou d'un partenariat entre les milieux économiques et les pouvoirs publics. Le Conseil définirait le programme de travail de l'ONFC et rendrait compte de ses activités à l'organisme chef de file en présentant ses propositions, recommandations ou autres conclusions ;
- Au niveau opérationnel, l'ONFC s'occuperait de rédiger des rapports, d'élaborer des propositions et de soumettre des recommandations en vue d'atteindre l'objectif du plan de facilitation du commerce. Ces activités seraient menées par le personnel permanent de l'ONFC (à des postes d'encadrement et de direction, y compris un secrétariat) et par du personnel détaché du secteur public ou privé. Les résultats de ces travaux seraient présentés au Conseil pour un examen stratégique ;
- Au niveau technique, des **groupes de travail spéciaux** (permanents ou temporaires) pourraient être constitués pour accomplir des tâches précises définies par l'ONFC. Les groupes de travail devraient comprendre des représentants des différents milieux économiques et secteurs d'activité, des consultants spécialisés et des experts commerciaux indépendants. Cette méthode devrait garantir que les contributions au processus soient de qualité et que les recommandations et conclusions présentées à l'ONFC au niveau opérationnel soient constructives et utiles.

27. Dans la recommandation n° 40 sur les méthodes de consultation, cette structure est expliquée par la représentation conceptuelle ci-dessous :

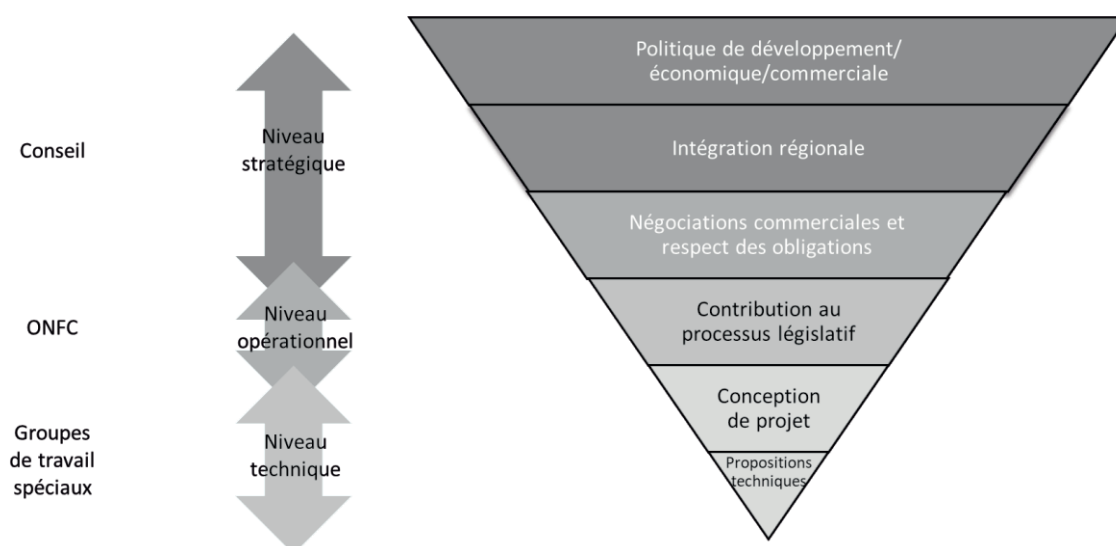


Figure 3. Pour chaque niveau de consultation, les limites du domaine de compétence et des pouvoirs devraient être clairement définies et des mécanismes ouverts et transparents de communication et de présentation de rapports devraient être établis. Dans la plupart des processus de consultation, une communication bidirectionnelle entre les niveaux est nécessaire. Par exemple, lorsqu'un groupe de travail se réunit au niveau technique, il devrait disposer d'informations sur les discussions menées et les décisions prises aux niveaux stratégique et opérationnel. De même, des informations sur les débats qui ont eu lieu au niveau technique doivent être communiquées aux niveaux stratégique et opérationnel.

B.5 Rôles et responsabilités des membres de l'ONFC

28. L'ONFC devrait se réunir aussi souvent que nécessaire afin d'accomplir ses objectifs. L'ordre du jour de ces réunions couvrirait les points suivants (liste non exhaustive, fournie à titre indicatif) :

- Stratégie de facilitation du commerce, coordination interinstitutionnelle, collaboration régionale et multilatérale ;
- Recensement des problèmes et des obstacles au commerce international rencontrés par les parties prenantes ;
- Mise au point de solutions, de remèdes et de mesures de simplification ;
- Proposition de programmes de travail, de projets et de plans d'action et élaboration de stratégies de mise en œuvre ;
- Constitution de groupes de travail spéciaux ;
- Attribution de tâches à l'ONFC, aux parties prenantes et aux autres membres.

29. Pour mener à bien leurs tâches et leurs activités, les groupes de travail spéciaux devraient bénéficier de l'appui d'un secrétaire faisant partie du personnel permanent de l'ONFC. Le secrétaire serait chargé de présenter les propositions en matière de facilitation du commerce, les mesures de simplification, les plans d'action, les documents de recherche ou les autres rapports au Conseil de l'ONFC pour examen et approbation.

B.6 Programme de travail de l'ONFC

30. La stratégie de facilitation du commerce devrait être progressive et, à ce titre, elle nécessite un programme de travail bien défini couvrant tous les aspects des transactions commerciales internationales et des chaînes d'approvisionnement s'y rapportant.

31. Le programme de travail devrait être élaboré en concertation avec tous les acteurs et les autres parties intéressées. Il convient d'encourager ces acteurs à exprimer leurs avis, en utilisant pour cela des techniques ayant fait leurs preuves, comme des ateliers, des séminaires ou des séances de remue-méninges. Les résultats devraient ensuite être présentés à l'ONFC. Le programme de travail devrait être assez souple pour pouvoir prendre en compte des problèmes imprévisibles qui pourraient survenir.

32. L'ONFC devrait inviter les représentants nationaux qui siègent dans les organisations internationales pertinentes (CEFACT-ONU, Organisation mondiale des douanes, Organisation mondiale du commerce, Chambre de commerce internationale, etc.) et les organismes de coordination régionaux à appuyer les travaux de l'ONFC. Dans le cadre de sa fonction de suivi du commerce international, l'ONFC devrait tenir compte des activités de ces organisations externes dans son ordre du jour.

C. COORDINATION DES ONFC AU NIVEAU NATIONAL OU RÉGIONAL

C.1 Coordination des organismes nationaux de facilitation du commerce

33. Beaucoup de pays veulent ou doivent créer un ONFC, mais n'ont pas encore étudié la gouvernance et la structure d'un tel organisme ni ses modalités de fonctionnement détaillées. Par ailleurs, au niveau national, il se peut que d'autres organisations sectorielles remplissent déjà une partie ou la totalité des fonctions d'un organisme de facilitation du commerce. Les pouvoirs publics pourraient donc vouloir soit approuver officiellement l'une de ces organisations en lui confiant la mission d'un ONFC, soit coordonner plusieurs de ces organisations afin d'atteindre cet objectif.

34. Dans d'autres cas, les pouvoirs publics pourraient choisir de faire appel à l'une ou plusieurs de ces organisations temporairement, afin d'établir un ONFC provisoire en attendant d'avoir achevé la planification en vue de créer un ONFC indépendant dûment mandaté.

C.1.1 Organisations sectorielles nationales susceptibles de remplir une fonction de facilitation du commerce

35. La structure idéale pour un ONFC est un véritable partenariat public-privé, tel que décrit ailleurs dans le présent document, fondé sur la collaboration entre les pouvoirs publics et les milieux économiques. Toutefois, pour des raisons historiques ou compte tenu de considérations pratiques actuelles, il est possible que les pouvoirs publics veuillent confier cette mission à une organisation sectorielle existante, dotée d'un financement adéquat. Une liste non exhaustive des types d'organisations qui pourraient remplir le rôle d'un ONFC figure ci-après. L'annexe 3 fournit des conseils permettant de répertorier ces organisations.

- Un organisme national de facilitation du commerce appartenant pleinement au secteur privé ;
- Une organisation de chargeurs appartenant pleinement au secteur privé et ayant un mandat de facilitation du commerce ;
- Une organisation de transporteurs appartenant pleinement au secteur privé et ayant un mandat de facilitation du commerce ;
- Une organisation syndicale ayant un mandat de facilitation du commerce ;
- Un comité constitué sous forme de partenariat public-privé et travaillant sur des questions relatives à la facilitation du commerce ;
- Un comité de consultation appartenant au secteur public et se concentrant sur des questions relatives à la facilitation du commerce ;
- Un comité dirigé par un organisme public ayant un mandat de facilitation du commerce.

36. Il se peut qu'il existe déjà, dans un pays, des organisations de ces différents types, auquel cas les pouvoirs publics pourraient vouloir en choisir une pour assumer le rôle d'ONFC. Rien ne garantit que l'organisation comprenne des représentants des secteurs public et privé, mais il y a des avantages indéniables à rassembler les pouvoirs publics et les milieux économiques au sein de ces organismes consultatifs, comme l'indique la recommandation n° 40 de la CEE. C'est pourquoi, si une organisation du secteur privé est choisie, le secteur public devra jouer un rôle actif en son sein, peut-être dans le cadre d'un Conseil mixte. Inversement, si une organisation du secteur public est choisie, elle devrait être ouverte à une participation active du secteur privé, par exemple en réservant un certain nombre de postes clefs à des représentants des milieux économiques.

C.1.2 Coordination entre plusieurs organisations de facilitation du commerce

37. Il est possible de choisir une méthode de coordination selon laquelle plusieurs organisations œuvreront en faveur de la facilitation du commerce à l'intérieur du pays (ou de l'économie) ou au sein d'un groupement d'intégration régionale, si un tel arrangement a été convenu par les pays ou les économies participants. Deux cas de figure sont alors possibles : premièrement, l'État (ou le groupement d'intégration régionale) pourrait créer un ONFC officiel tandis que d'autres organisations (publiques, privées, en partenariat public-privé ou propres à une profession ou à un secteur d'activité) continueraient d'exister en parallèle et d'agir indépendamment ; deuxièmement, l'État pourrait coordonner les activités de ces diverses organisations en se servant de l'ONFC comme d'un mécanisme central de collaboration. Les conséquences de ces deux différents scénarios sont abordées ci-après.

C.1.2.a. Existence d'un ONFC en coordination avec d'autres organisations de facilitation du commerce

38. L'ONFC mis en place par les pouvoirs publics devrait étudier les autres organisations qui existent déjà dans le pays et qui travaillent sur les mêmes questions ou sur des sujets apparentés. Celles-ci peuvent appartenir au secteur privé ou au secteur public. Dans la mesure où leurs missions et leurs visions de la facilitation du commerce coïncident, l'ONFC devrait essayer de se coordonner le plus possible avec ces autres organisations nationales afin d'éviter les chevauchements d'activités. Cette coordination pourrait prendre la forme d'accords bilatéraux ou multilatéraux délimitant les activités de chaque organisation. De façon moins formelle, l'ONFC pourrait aussi inviter ces organisations à discuter des activités à mener afin de répartir le travail (par exemple, en créant des groupes de travail spéciaux) d'un commun accord.

C.1.2.b. Coordination des organisations nationales de facilitation du commerce pour créer un ONFC officiel

39. Une autre solution consisterait à coordonner les diverses organisations de facilitation du commerce existantes. Dans ce cas, un comité nommé par les pouvoirs publics devrait recenser toutes les organisations existantes (publiques, privées ou en partenariat public-privé) en effectuant une étude des parties prenantes (voir l'annexe 3) et répertorier les différentes fonctions qu'elles remplissent. L'un des principaux objectifs de cette étude serait, encore une fois, de veiller à ce qu'il n'y ait pas de chevauchement des activités et à ce que toutes les parties prenantes puissent apporter leur contribution et participer au processus.

40. Par exemple, un comité de coordination nommé par les pouvoirs publics pourrait être le principal organe de décision et faire office de centre de coordination pour les activités officielles de facilitation du commerce et la consultation à l'échelle nationale, ce qui correspondrait au niveau stratégique de la structure. Toutefois, le travail opérationnel ou technique associé pourrait être confié à d'autres organisations, qui devraient en rendre compte au comité de coordination afin de vérifier que la démarche, l'orientation et les objectifs convenus soient bien respectés dans l'exécution de ces activités. De même, les pouvoirs publics pourraient nommer des représentants officiels ou des experts chargés de superviser les travaux à chaque niveau (stratégique, opérationnel et technique) de façon à coordonner les activités des autres organisations préexistantes.

C.1.2.c. Inconvénients associés au recours à des organisations de facilitation du commerce existantes

41. Le recours à une organisation de facilitation du commerce existante aurait l'avantage de réduire les coûts pour les pouvoirs publics et d'éviter le chevauchement des activités grâce à l'optimisation des ressources. Néanmoins, cette méthode pourrait présenter des inconvénients, à commencer par l'objectif principal des autres organisations. En effet, les associations professionnelles, les syndicats ou même les organisations relevant d'un ministère ont probablement été dotés d'une mission propre qui n'est pas forcément la facilitation du commerce. Ces organisations pourraient également avoir été établies dans le but de servir les intérêts d'un certain type d'acteurs de la chaîne d'approvisionnement. Il est possible que leur participation à des activités en faveur de la facilitation du commerce soit motivée par des intentions cachées qui pourraient être incompatibles avec les objectifs de facilitation du commerce mondial ou avec l'orientation stratégique que l'organisme chef de file entend suivre.

42. Pour remédier à cette situation, la structure de gouvernance existante devrait être revue et modifiée s'il y a lieu. Tous les acteurs de la chaîne d'approvisionnement devraient être représentés au sein de l'organisation choisie (pas seulement les autorités portuaires, les chargeurs ou un ministère en particulier). Le travail administratif consisterait principalement à faire en sorte que toutes les organisations représentatives participent activement et positivement et que les sujets abordés ou les activités entreprises ne soient pas motivés par un seul point de vue ou par un objectif unique. Une grande partie de ce travail peut être accomplie pendant la phase de recensement et de sélection des organisations participantes, pourvu que l'on ne se contente pas de déterminer si une organisation travaille sur la facilitation du commerce, mais que l'on étudie également les autres motivations qui pourraient guider ses activités.

C.2 Coordination des organisations régionales

43. Dans le cadre du travail de facilitation du commerce mondial, les organisations régionales de facilitation du commerce ont aussi un rôle important à jouer.

44. Il n'est pas rare que les ONFC des pays d'une même région rencontrent des difficultés semblables du fait d'un environnement géographique semblable, de frontières communes et, souvent, de similitudes dans la réglementation, les traditions commerciales et les partenaires commerciaux. La coopération régionale entre les ONFC peut donc soutenir et renforcer les activités et les méthodes de facilitation du commerce de chaque organisme national, mais aussi permettre de trouver des solutions concertées communes à leurs problèmes de facilitation du commerce.

45. Une organisation régionale de facilitation du commerce peut se composer de représentants des organismes nationaux, par exemple leurs présidents et les secrétaires exécutifs. Les comités régionaux devraient se réunir régulièrement, selon un calendrier et un ordre du jour convenus au préalable.

46. Le mandat fondamental d'une telle organisation régionale pourrait être le suivant :

- Suivre les progrès réalisés au niveau régional en matière de facilitation du commerce et des transports et coordonner les activités de sensibilisation menées à l'échelle régionale ;
- Recenser les obstacles et les freins communs (d'ordre technique, institutionnel ou commercial) ;
- Déterminer les solutions et les mesures régionales communes nécessaires pour résoudre les problèmes recensés ;
- Favoriser l'utilisation dans l'ensemble de la région de normes et recommandations en matière de commerce, de structures tarifaires, de l'échange de données informatisé et d'autres outils et techniques de simplification.

47. Le rôle important de direction joué par l'organisation régionale pourrait être considérablement renforcé si les ONFC mettaient à sa disposition des services d'experts ou des groupes de travail spéciaux pour étudier des questions particulières relatives à la facilitation du commerce.

48. Une illustration de la structure des ONFC aux niveaux régional et mondial (similaire au schéma de l'organisation d'un ONFC décrit plus haut dans la ligne directrice) est présentée ci-dessous :

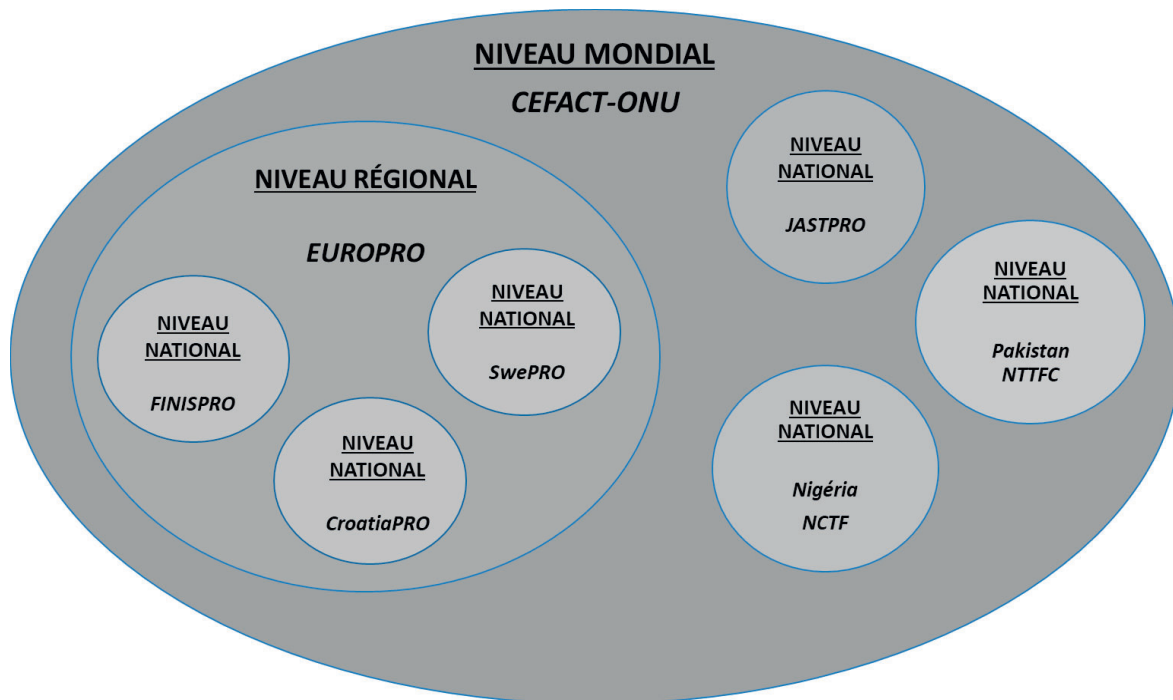


Figure 4. Coordination des organismes nationaux de facilitation du commerce au niveau régional et au niveau mondial.

D. FINANCEMENT, BUDGET ET DOTATION EN PERSONNEL

D.1 Financement d'un ONFC

49. Une fois qu'il a décidé de conférer par la loi le statut d'ONFC à un organisme, le gouvernement doit en examiner la viabilité, ce qui implique de passer en revue le financement de tous les aspects de l'ONFC (voir des exemples de dépenses potentielles à l'annexe 1). Les comptes doivent être ouverts, transparents et accessibles aux fins d'audit à toutes les organisations représentatives ou à des tierces parties approuvées.

50. Quels que soient la structure choisie et le rayon d'action décidé, l'ONFC devra payer son personnel et financer ses activités. Il va de soi que le type et le montant du financement nécessaire dépendront de plusieurs facteurs, l'objectif étant d'assurer des performances optimales et de faire en sorte que le programme de travail de l'ONFC produise des résultats utiles. Par conséquent, les mécanismes de financement devront être à la fois soutenus et durables. Pour garantir que le financement sera suffisant dès le début, on peut envisager de doter l'ONFC d'une structure juridique qui protège ses mécanismes financiers.

51. Il existe de nombreuses options pour le financement d'un ONFC, parmi lesquelles :

- Des contributions financières d'organisations du secteur privé représentatives (à condition que cela ne nuise pas à la mission et au mandat de l'ONFC) ;
- Une subvention publique provenant du budget de l'État ;
- Un partenariat public-privé ;
- Des contributions en nature sous la forme de locaux, de services d'entretien et de matériel de bureau ;

- Un financement supplémentaire pour des études plus précises sur la facilitation du commerce. Ce type de contribution pourrait provenir d'opérateurs économiques et de secteurs d'activité susceptibles de bénéficier de l'adoption de propositions en faveur de la facilitation du commerce.

52. Pour beaucoup de pays, le sujet du financement pose problème et pourrait devenir un obstacle à la création et au fonctionnement à long terme d'un ONFC. Que ce soit parce que l'État manque de ressources financières ou parce que le secteur privé ne parvient pas à recueillir des fonds suffisants auprès de secteurs d'activité ou d'associations professionnelles représentatifs, il pourrait s'avérer nécessaire de faire preuve d'imagination et d'envisager des solutions innovantes. Par exemple, les ministères, les autorités et les administrations publiques concernées pourraient prêter du personnel à l'ONFC pour une période ou une activité particulière. De même, des entreprises du secteur privé pourraient accepter des détachements² tout en continuant à prendre en charge les coûts associés au personnel détaché.

D.2 Fonctionnement d'un ONFC

53. Le personnel d'un ONFC est son plus grand atout. C'est pourquoi il convient de le sélectionner avec soin, qu'il s'agisse de titulaires de postes permanents ou de personnel accepté en détachement pour une durée déterminée au titre de la contribution financière d'une organisation représentative. Dans le cas des personnes recrutées pour occuper un poste permanent au sein de l'ONFC, la législation nationale régissant le recrutement et la réglementation du travail relative aux conditions d'emploi doivent être respectées. De même, en application de la même législation, il importe que le personnel détaché par une organisation représentative (du secteur public ou privé) ait la garantie que son contrat de travail principal sera honoré pendant la durée de son détachement.

54. L'expérience montre qu'au sein d'un ONFC, les membres, les représentants et le personnel doivent généralement assumer différentes fonctions. Ces fonctions peuvent être les suivantes, bien que cette liste n'ait aucun caractère obligatoire et ne soit pas exhaustive :

- Un(e) président(e) ou autre haut(e) responsable désigné(e) ;
- Un conseil ;
- Un(e) secrétaire exécutif(ive) ou un directeur(trice) général(e) (chargé(e) de la gestion courante de l'ONFC) ;
- Un secrétariat.

E. MARCHE À SUIVRE POUR CRÉER UN ONFC

55. Préalablement à la création d'un organisme national de facilitation du commerce, l'organisme chef de file devrait informer toutes les parties concernées par les questions liées au commerce, au transport et à la finance, c'est-à-dire aux volets « acheter-expédier-payer » du modèle de la chaîne d'approvisionnement internationale du CEFAC-ONU. Une campagne de sensibilisation pourrait être menée en organisant des séminaires, des ateliers et des tables rondes dans certains secteurs d'activité de l'économie nationale. Ces campagnes pourraient être organisées par des membres potentiels d'un ONFC tels que des associations professionnelles locales, par exemple des chambres du commerce, des conseils de chargeurs, des associations de transitaires et d'autres organisations pertinentes. Toutefois, il convient d'admettre que de telles campagnes de sensibilisation et de publicité pèseraient

² Selon la définition de l'Oxford Dictionary, un détachement est le transfert temporaire d'un fonctionnaire ou d'un travailleur à un autre poste ou à un autre emploi (<http://www.oxforddictionaries.com>, consulté en janvier 2015).

sur le budget de l'organisme chef de file et des associations partenaires, aussi bien celles du secteur public que celles des milieux économiques.

56. À l'issue d'une campagne de sensibilisation approuvée, certaines étapes devraient être envisagées en vue de la création de l'ONFC. Le type et la portée des mesures à prendre dépendront des besoins, de la culture et des capacités du pays. Voici quelques-unes des mesures à prendre :

- Décider du mandat de l'ONFC et des domaines dans lesquels il sera chargé de l'élaboration des politiques et déterminer les principales questions à examiner en premier lieu ;
- Entamer les préparatifs de la création officielle de l'ONFC, notamment en ce qui concerne son fondement juridique, ses statuts constitutifs, sa structure, son financement et son cadre administratif ;
- Se mettre d'accord sur la nomination des responsables et du personnel de l'ONFC, en particulier sur les conditions d'emploi, le statut du personnel détaché et le recrutement de consultants ou d'autres experts ;
- Dresser la liste de tous les principaux partenaires et parties prenantes afin de convenir du mandat de l'organisme en ce qui concerne les domaines d'élaboration de politiques et d'établir un plan d'orientation et un programme de travail ;
- Convenir des procédures relatives à la constitution de groupes de travail pour des tâches particulières ;
- Décider des procédures de présentation de rapports au sein de l'ONFC et de la manière dont les produits relatifs à la facilitation du commerce, notamment les stratégies de mise en œuvre, seront présentés aux pouvoirs publics et aux milieux économiques ;
- Se coordonner avec les organismes internationaux de facilitation du commerce (tels que l'ONU, l'OMC et l'OMD) et les autres organismes internationaux de normalisation (notamment l'ISO) et utiliser les documents et supports produits par ces organisations.

57. La liste de bonnes pratiques recommandées fournie ci-dessus n'est pas exhaustive, et les tâches à exécuter n'y sont pas classées par ordre de priorité. Elle devrait toutefois servir de liste de contrôle permettant de vérifier que des mesures essentielles n'ont pas été oubliées. Il va de soi que les étapes à suivre pour créer un ONFC dépendront complètement des exigences en vigueur dans chaque pays ou économie.

ANNEXE 1 : Mandat

A. BUT ET OBJECTIFS

1. En bref, le principal but de l'organisme national de facilitation du commerce (ONFC) est d'être une enceinte ouverte visant à promouvoir la facilitation du commerce, encourager la coordination interinstitutionnelle et fournir des directives sur les principales questions relatives à la facilitation du commerce. Plus précisément, plusieurs buts ou objectifs particuliers orientent les activités de l'ONFC.
2. Parmi les objectifs de l'organisme figurent notamment les suivants :
 - i. Constituer une enceinte nationale dotée d'un mécanisme de consultation pour faciliter les formalités, les procédures et la documentation utilisées dans le commerce international, le transport multimodal, le transit, la logistique, la finance et les autres domaines connexes (*objectifs de facilitation*) ;
 - ii. Soumettre à l'approbation des pouvoirs publics des propositions de réglementations et de pratiques commerciales dans les domaines mentionnés au point 2.i. (*objectifs de réglementation*) ;
 - iii. Formuler des recommandations sur les futurs investissements liés au commerce (*objectifs de développement*) ;
 - iv. Faire mieux connaître les méthodes et les avantages de la facilitation du commerce (*objectifs de sensibilisation et de renforcement des capacités*) ;
 - v. Appuyer les négociations en faveur de la facilitation du commerce aux niveaux bilatéral, régional et multilatéral (*objectifs de négociation*).
3. Pour satisfaire ces cinq objectifs, les activités suivantes seront menées :
 - i. Objectifs de facilitation
 - Veiller à la bonne coordination de la facilitation du commerce international ;
 - Revoir régulièrement les procédures requises dans le commerce international afin de les simplifier et de les harmoniser, notamment dans les domaines suivants : douanes, transport multimodal, transit, logistique, finance, agriculture, prescriptions sanitaires et phytosanitaires, santé, commerce électronique et sujets connexes ;
 - Recueillir et diffuser des informations et des meilleures pratiques relatives aux formalités, procédures et documents nécessaires pour le commerce international et aux questions connexes ;
 - S'efforcer de simplifier la documentation commerciale et de l'aligner sur le modèle de la formule-cadre des Nations Unies, en particulier les documents de transport conçus pour être utilisés dans des systèmes informatiques ou automatisés ;
 - Promouvoir l'utilisation et l'adoption des technologies et des codes internationaux normalisés pour le commerce et le transport (par exemple, communications par échange de données informatisé) ;
 - Mettre en œuvre des projets ou des programmes à l'échelle nationale et, pour les activités menées par d'autres organisations en matière de facilitation du commerce, examiner les propositions de projet ou les autres documents et présenter des suggestions constructives (le cas échéant).

- ii. Objectifs de réglementation
 - Examiner, commenter, modifier et soumettre à l’approbation des pouvoirs publics de nouveaux projets de documents sur le commerce, les douanes, le transport intermodal, le transit, la logistique, la finance, l’agriculture, les prescriptions sanitaires et phytosanitaires, la santé, le commerce électronique, la responsabilité civile et d’autres règlements relatifs à la facilitation du commerce, dans le but d’actualiser les règlements et les pratiques en vigueur inscrits dans le Code de commerce et dans d’autres textes de loi ;
 - Assurer le suivi de l’approbation définitive des règlements et pratiques proposés auprès des diverses institutions concernées et par l’entremise des canaux institutionnels et exécutifs ;
 - Examiner et favoriser l’adhésion du pays aux conventions, aux recommandations et aux normes internationales.
- iii. Objectifs de développement
 - Passer en revue le contenu des politiques nationales relatives aux investissements dans le commerce et faciliter l’introduction et la mise au point de technologies commerciales adéquates, notamment en matière d’informatique et de moyens de communication ;
 - Répondre, en qualité d’organisme national de coordination ou de conseil, aux questions relatives à l’élaboration et à la gestion institutionnelles des réformes en faveur de la facilitation du commerce ainsi qu’aux autres questions pertinentes.
- iv. Objectifs de sensibilisation et de renforcement des capacités
 - Organiser et mettre en œuvre des campagnes visant à faire connaître les avantages et les exigences des documents et des procédures simplifiés, à l’intention des décideurs des secteurs public et privé ;
 - Organiser et animer des séries de séminaires et d’ateliers à l’intention des décideurs, des hauts responsables et des gestionnaires des secteurs public et privé, afin de les informer des principes et des pratiques du commerce international et de leurs implications ;
 - Appuyer la mobilisation de ressources pour la mise en œuvre de réformes en faveur de la facilitation du commerce et coordonner l’aide technique de donateurs nationaux et internationaux dans le pays ;
 - Transmettre des supports de renforcement des capacités (par exemple, des guides), des sources d’information (sites Web) et des informations et expériences à ce sujet aux diverses parties concernées par la facilitation du commerce.
- v. Objectifs de négociation
 - Appuyer les négociations en faveur de la facilitation du commerce aux niveaux bilatéral, régional ou multilatéral ;
 - Faire office de comité national chargé de faciliter la coordination et la mise en application des dispositions de l’Accord sur la facilitation des échanges de l’OMC ;
 - Faciliter la coopération bilatérale, régionale et multilatérale en matière de facilitation du commerce et dans les domaines connexes et y participer activement.

B. CONSIDÉRATIONS ADMINISTRATIVES

4. L'ONFC peut embaucher du personnel ou des experts temporaires ou permanents, selon sa structure, à des fins administratives et techniques, en fonction des besoins. L'embauche de personnel ou d'experts doit faire l'objet, pour chaque poste, d'un énoncé précis des fonctions décidé par le Bureau ou par les membres de l'ONFC, ainsi que d'un processus de sélection transparent. Tous les candidats à un poste permanent ou à un détachement au sein de l'ONFC devraient être soumis à un processus de sélection rigoureux mais équitable. Parmi les qualités et les compétences requises figurent notamment des qualités relationnelles et des compétences en communication et en présentation à l'oral et à l'écrit, en plus des connaissances et des compétences nécessaires pour accomplir les tâches associées au poste (par exemple, mener des travaux de recherche, entreprendre des négociations et rédiger des propositions ou des rapports sur la facilitation du commerce). Les aptitudes décrites sont fournies à titre indicatif et ne sont pas exhaustives, et les candidats pourraient également posséder d'autres compétences particulières correspondant parfaitement aux besoins du poste. Enfin, il est tout aussi important, dans le cadre de ce processus, de tenir compte de la diversité nationale quant au genre, à la religion, à l'origine ethnique, à l'âge et à d'autres caractéristiques personnelles et d'éviter toute forme de discrimination.

5. L'ONFC devrait être une source accessible pour toutes les informations sur la facilitation du commerce. Pour assurer son bon fonctionnement, l'organisme doit tenir à jour, consigner et fournir des informations (rapports, ordonnances officielles, procès-verbaux de réunions, documents d'orientation, descriptifs de projets, données quantitatives sur le commerce ou sur des sujets connexes, etc.), produites par les réunions de l'ONFC, les groupes de travail spéciaux ou d'autres membres ou parties prenantes ou à leur intention, qui pourraient présenter un intérêt pour les activités de l'ONFC.

C. CONSIDÉRATIONS BUDGÉTAIRES

6. Une fois le financement décidé et approuvé, les membres de l'ONFC devraient établir un budget formel. Le budget pourrait être divisé en différentes rubriques, dont :

- Les dépenses liées aux locaux et équipements, telles que les loyers et les charges d'électricité, d'eau et de gaz ;
- Les dépenses de fonctionnement liées au personnel, telles que les rémunérations, la formation et les frais d'adhésion aux associations ;
- Les coûts associés au recrutement de consultants locaux et à la commande d'études et d'enquêtes locales ;
- Les dépenses liées à l'organisation des réunions de l'ONFC, ainsi que de conférences, d'ateliers et de séminaires visant à promouvoir le travail de l'organisme et à mobiliser un soutien accru en faveur des propositions de facilitation du commerce ;
- Les frais de voyage et les dépenses de subsistance pour soutenir des activités nationales et, séparément, pour assister à des réunions sous-régionales, régionales et internationales approuvées ;
- Les charges liées à l'achat de matériel et de fournitures de bureau et d'installations de télécommunication et à la gestion et à l'entretien des bureaux ;
- Les charges accessoires associées à la reproduction et à la diffusion de documents et d'autres supports publicitaires et informatifs, notamment pour un site Web si cela est prévu ;
- Un fonds de réserve pour les dépenses imprévues jugées nécessaires d'un commun accord par les organisations participantes, les parties et les participants individuels.

ANNEXE 2 : Les ONFC dans le monde

1. Les organismes nationaux de facilitation du commerce (ONFC) sont des plateformes importantes pour la coordination institutionnelle et les consultations entre parties prenantes avec une participation équilibrée des secteurs public et privé. Ils contribuent au succès de la planification et de la mise en œuvre de réformes en faveur de la facilitation du commerce. Des exemples du mode de fonctionnement des ONFC figurent dans les études de cas du répertoire de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED). Le répertoire en ligne peut être consulté à l'adresse <https://unctad.org/fr/DTL/TLB/pages/TF/Committees/default.aspx>. Pour l'envoi d'informations nouvelles ou actualisées sur l'expérience d'un pays aux fins d'inscription dans ce répertoire, la CNUCED indique d'écrire aux adresses électroniques suivantes : TFbodies@unctad.org ou trade.logistics@unctad.org.

2. Les données enregistrées dans ce répertoire ont été recueillies au moyen d'une recherche documentaire et d'une enquête détaillée auprès des entités nationales, qui ont permis d'obtenir des informations sur les différents types d'ONFC. Le questionnaire servant à la collecte des données, accessible en ligne en anglais, en français et en espagnol, se présente comme suit (version de janvier 2015) :

Modèle d'étude de cas sur la mise en place et la pérennisation d'un organisme interinstitutionnel de facilitation des échanges

[Pays] – Statut [Mois] [Année]

Questions	Réponses de [Pays]
Contexte	
Quel est le nom officiel du comité de facilitation des échanges ?	
Quelles étaient les motivations pour la création d'un groupe de travail sur la facilitation des échanges ?	
Quand a-t-il été établi ?	
Existe-t-il d'autres structures officielles, publiques ou semi-publiques, en charge du suivi des dossiers de l'OMC et en particulier de la facilitation des échanges ?	
Est-ce que le groupe de travail se base sur des structures préexistantes d'un autre groupe de coordination, comme un comité sur la facilitation des transports et du commerce par exemple ?	
À quel stade de fonctionnement se situe le groupe de travail (phase d'étude, phase pilote, phase opérationnelle) ?	

Questions	Réponses de [Pays]
Cadre institutionnel	
Est-ce que le groupe de travail fonctionne sur une base ad hoc ou est ce qu'il a été établi comme une structure distincte avec un statut juridique propre ?	
Quels documents spécifiques ont été nécessaires pour institutionnaliser le groupe ? À quel niveau s'est prise la décision de création du groupe (gouvernement, ministère, autre) ?	
Quelle est la portée du mandat du groupe de travail ?	
Y a-t-il des termes de références pour le groupe de travail ?	
Quelle est l'agence chef de file ?	
Quelle est la structure du groupe de travail (présidence/vice-présidence, sous-groupe etc.) ?	
Est-ce que le groupe de travail dispose d'un secrétariat permanent ?	
Financement	
Le groupe de travail dispose-t-il d'un budget de fonctionnement ?	
Si oui, quelles sont les principales prestations/dépenses couvertes par ce budget ?	
Quelles sont les sources de financement ?	
Objectifs / Focus	
Quels sont les objectifs du groupe de travail ?	
Le groupe dispose-t-il d'un plan de travail ?	
Comment surveillez-vous les progrès dans la mise en place du plan de travail ?	
Combien de fois, sous quelle forme et à qui le groupe doit-il présenter ses rapports d'activités ?	

Questions	Réponses de [Pays]
Membres / Composition	
Quelles agences publiques ou semi-publiques participent au groupe de travail ?	
Quelles associations ou entités privées participent au groupe de travail ?	
Quel est le niveau hiérarchique des membres ?	
Participation (Engagement)	
Est-ce que le groupe de travail se réunit régulièrement ?	
Quel est le niveau de participation aux réunions ?	
Utilisez-vous des types de réunions et d'interactions différents (tels que des groupes spécialisés, des groupes de réflexion, « citizen jury », etc.) ?	
Promotion / Communication	
Comment organisez-vous la communication régulière avec les membres et les autres parties intéressées sur la tenue des réunions, sur les documents et sur l'organisation d'événements ?	
Comment le groupe de travail crée des liaisons et interagit avec d'autres groupes de travail ou comités s'occupant de thèmes similaires ?	
Tenez-vous des réunions d'information dédiées spécialement à l'information du public et des parties intéressées ?	
Bénéfices	
Quel est l'impact du travail du groupe ?	
Comment le groupe de travail contribue à la participation du pays dans le processus de négociations à l'OMC ?	
Quels sont les résultats concrets ?	

Questions	Réponses de [Pays]
Leçons	
Quels sont les éléments essentiels pour assurer le succès du travail du groupe ?	
Quels sont les obstacles principaux à la mise en place et au fonctionnement du groupe de travail ?	
Quelles ont été les leçons principales tirées de votre expérience ?	
Plans pour le futur	
Quels sont les plans pour le développement futur du travail du groupe ?	
Contact	
Veuillez indiquer les coordonnées du président ou secrétariat du comité.	

ANNEXE 3 : Outils d'analyse des parties prenantes

1. La présente annexe est un extrait de l'annexe I de la recommandation n° 40, intitulée « Méthodes de consultation : Meilleures pratiques de consultation des milieux économiques et des pouvoirs publics sur les questions de facilitation du commerce ».

Étude des parties prenantes

2. Avant d'engager des consultations, l'institution ou l'organisation chef de file devra recenser les parties prenantes concernées par la question, la proposition ou le changement de procédure. L'étude des parties prenantes est importante pour collecter les informations voulues. Cette démarche consiste à localiser de façon systématique et structurée les organisations et les entreprises susceptibles d'être intéressées par la question examinée, à répertorier les utilisateurs finals, les agents et les organisations, puis à les regrouper selon qu'il s'agit de parties directement ou indirectement concernées en fonction de l'impact escompté. Il faudra ensuite décrire les besoins, les intérêts, le fonctionnement, les capacités et autres caractéristiques des parties prenantes. Les informations recueillies dans le cadre de cette étude devraient également comprendre une analyse de leurs intérêts prioritaires, des attentes des pouvoirs publics à leur égard, des attitudes/risques perçus et des arguments à avancer pour les persuader de souscrire aux changements proposés.

On trouvera ci-dessous un modèle des éléments à prendre en compte pour une telle analyse :

Matrice de la stratégie relative aux parties prenantes						
Partie prenante	Descriptif/membres	Enjeu des changements/priorités	Qu'attendre des parties prenantes ?	Attitudes/risques perçus	Moyens à prévoir pour obtenir un soutien ?	Stratégie de gestion de la partie prenante

3. Une étude concluante contribuera aussi à favoriser et suivre les progrès de certaines parties prenantes pendant le processus de consultation (prise en compte de la situation de départ, sensibilisation, meilleure compréhension et, finalement, acceptation et préparation). Cette démarche suppose une étroite coordination avec l'organisme chef de file introduisant les changements et nécessite une communication permanente visant à promouvoir le dialogue, la sensibilisation, la compréhension et l'adhésion des principaux groupes de parties prenantes.

On trouvera ci-dessous une liste succincte de points à traiter pour l'étude des parties prenantes :

- **Quels** sont les besoins ou l'objectif prioritaire de l'organisme ?
- **Dans quelle** mesure l'organisme est-il suffisamment souple pour modifier ou adapter ces besoins ou ces priorités au vu de nouvelles propositions ou de faits nouveaux ?
- **Quelles** sont les parties prenantes touchées ?
- **Comment** les informations seront-elles partagées ?
- **Quelles** sont les informations qui peuvent être partagées, et avec quelles parties prenantes ?
- **Quel** est le moment approprié pour partager ces informations de façon à laisser aux parties suffisamment de temps pour réagir ?



Information Service
United Nations Economic Commission for Europe

Palais des Nations
CH - 1211 Geneva 10, Switzerland
Telephone: +41(0)22 917 12 34
E-mail: unece_info@un.org
Website: <http://www.unece.org>