

CHAPITRE 2

CRÉER UN TERRAIN FAVORABLE : PROGRÈS DE L'ENGAGEMENT DES **PAYS PARTENAIRES**

RÉSUMÉ

Les pays partenaires sont de plus en plus nombreux à prendre les dispositions nécessaires pour participer pleinement à l'Initiative Aide pour le commerce, comme en témoignent plusieurs évolutions positives.

Presque tous les pays partenaires déclarent avoir une stratégie nationale de développement et la plupart d'entre eux y intègrent aussi le commerce sur la base de priorités bien définies dans ce domaine. Bien que cette évaluation positive soit remise en question par des enquêtes indépendantes, elle indique clairement que les pays partenaires sont de plus en plus conscients du fait que le commerce peut jouer un rôle positif en faveur de la croissance économique et de la réduction de la pauvreté. Les pays partenaires ont tendance à identifier des priorités analogues en matière d'aide pour le commerce : infrastructure de réseau; compétitivité; diversification des exportations; analyse, négociation et mise en œuvre de la politique commerciale. La plupart ont des stratégies opérationnelles et beaucoup d'autres sont en train d'en élaborer une. Presque tous examinent leurs besoins de financement liés au commerce avec les donateurs de diverses façons, notamment aux niveaux bilatéral, régional et multilatéral. Il leur est cependant difficile de confirmer l'estimation du SNPC concernant les apports d'aide pour le commerce dont ils bénéficient; dans la majorité des cas, ils n'ont pas pu comparer les indicateurs du SNPC avec leurs propres données.

Les pays partenaires mettent en place des dispositifs institutionnels pour assurer l'intégration durable et efficace du commerce. Dans la plupart de ces pays, le ministère du commerce joue un rôle de coordination, mais la mise en œuvre est décentralisée entre les ministères. Les pays partenaires dialoguent régulièrement avec le secteur privé et les autres grandes parties prenantes nationales sur la formulation et la mise en œuvre de leurs stratégies commerciales. Le degré d'engagement du secteur privé varie cependant d'un pays à l'autre.

Les pays partenaires affirment par ailleurs leur attachement à la responsabilité mutuelle et à la gestion axée sur les résultats. Ils reconnaissent que les donateurs s'efforcent d'améliorer la coordination et l'alignement. Ils déclarent aussi que les programmes liés au commerce sont régulièrement suivis ou évalués, souvent au moyen des mécanismes établis par les donateurs ou de mécanismes conjoints entre donateurs et partenaires. Des mécanismes permettant d'examiner le résultat et l'impact de ces programmes sont également en place dans la plupart des pays partenaires.

Dans leurs auto-évaluations, les pays partenaires identifient généralement les mêmes domaines prioritaires dans lesquels il faudrait améliorer l'efficacité de l'aide pour le commerce, notamment le renforcement des capacités et la prévisibilité du financement. De plus, ils citent les mêmes programmes comme étant ceux qui ont le plus contribué à l'augmentation des capacités commerciales, à savoir : l'analyse des politiques en matière d'aide pour le commerce, la facilitation des échanges, la compétitivité et la diversification des exportations. Enfin, les pays partenaires citent de nombreux exemples de bonnes pratiques, et soulignent les résultats positifs des efforts déployés mutuellement par les donateurs et les partenaires pour renforcer l'efficacité de l'aide.

Tableau 2.1 Réponses des pays partenaires par région et groupe de revenu¹

RÉGION	GROUPE DE REVENU			
	Pays les moins avancés	Autres pays à faible revenu	Pays à revenu intermédiaire, tranche inférieure	Pays à revenu intermédiaire, tranche supérieure
Europe		Moldavie	Albanie, Monténégro et Ukraine	Croatie et Turquie
Extrême-Orient	Cambodge et RDP Lao	Viet Nam	Indonésie et Philippines	
Moyen-Orient	République du Yémen		Iraq et Jordanie	
Amérique du Nord et Amérique centrale		Nicaragua	République dominicaine, Guatemala, Honduras et Jamaïque	Antigua-et-Barbuda, Bahamas, Barbade, Belize, Costa Rica, Dominique, Grenade, Panama, Saint-Kitts-et-Nevis, Sainte-Lucie, Saint-Vincent-et-les-Grenadines et Trinité-et-Tobago
Afrique du Nord			Maroc	
Océanie	Vanuatu		Fidji et Tonga	
Amérique du Sud			Bolivie, Colombie, Équateur, Guyana, Paraguay, Pérou et Suriname	Chili et Uruguay
Asie du Sud et Asie centrale	Afghanistan, Bangladesh, Maldives, Myanmar et Népal	Pakistan	Arménie, Azerbaïdjan et Sri Lanka	
Afrique subsaharienne	Bénin, Burkina Faso, République centrafricaine, Comores, Djibouti, Guinée-Bissau, Lesotho, Libéria, Madagascar, Malawi, Mali, Niger, Rwanda, Sénégal, Sierra Leone, Tanzanie, Togo, Ouganda et Zambie	Cameroun, République du Congo, Ghana et Kenya	Cap-Vert et Swaziland	Botswana, Gabon et Maurice

Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

INTRODUCTION

L'appropriation du développement par les pays partenaires est la pierre angulaire de l'efficacité de l'aide. Pour qu'elle devienne une réalité, les pays partenaires doivent prendre en main la conception et la mise en œuvre de leurs stratégies de développement; et les donateurs doivent soutenir ces stratégies et adapter leur aide aux priorités des pays partenaires. Le présent chapitre examine les progrès des pays partenaires en ce qui concerne l'intégration du commerce dans leurs stratégies nationales de développement, et la mise en œuvre de leurs priorités en matière d'aide pour le commerce. Il résume les principales conclusions de 83 auto-évaluations effectuées par les pays partenaires sur la base d'un questionnaire qui leur a été envoyé le cadre du deuxième exercice OCDE-OMC de suivi de l'aide pour le commerce.¹⁻² Près de trois quarts des pays partenaires ont répondu³, contre seulement 7 pour cent en 2007.⁴ Avec un contenu plus étoffé, les réponses montrent que les pays partenaires sont de plus en plus engagés dans l'Initiative Aide pour le

commerce.⁵ Bien que cette évaluation positive soit contredite par des études indépendantes, elle indique clairement que les pays partenaires sont de plus en plus conscients du fait que le commerce peut jouer un rôle positif en faveur de la croissance économique et de la réduction de la pauvreté.

Les auto-évaluations sont assez également réparties entre les régions, les groupes de revenu et les autres groupements de pays (voir le tableau 2.1). Des réponses ont été reçues de 31 pays africains, 16 pays asiatiques, 27 pays d'Amérique latine et des Caraïbes, six pays européens et trois pays d'Océanie. La ventilation par groupe de revenu est la suivante : 28 PMA⁶, neuf autres pays à faible revenu (APFR), 26 pays à revenu intermédiaire de la tranche inférieure (PRITI) et 20 pays à revenu intermédiaire de la tranche supérieure (PRITS). De plus, 19 pays sont des pays en développement sans littoral (PDSL), 22 sont des petits États insulaires en développement (PIED) et sept sont des économies en transition.

Le présent chapitre ne peut présenter qu'un résumé de la masse d'informations que les pays partenaires ont fournies dans leur auto-évaluation de leurs stratégies en matière d'aide pour le commerce, des projets et programmes des donateurs, des meilleures pratiques et des défis restants. Pour obtenir des renseignements par pays plus détaillés sur ces questions et sur d'autres, le mieux est de se reporter directement aux auto-évaluations elles-mêmes (dont le texte est reproduit intégralement sur le CD-ROM joint à la présente publication).

La suite de ce chapitre est structurée de la manière suivante : la section ci-après examine les progrès réalisés dans l'intégration du commerce dans les stratégies nationales de développement. La section suivante met en lumière les difficultés rencontrées par les partenaires pour identifier les apports d'aide au commerce tels qu'ils sont enregistrés dans le SNPC. L'avant-dernière section traite de la mise en œuvre des stratégies commerciales, y compris les structures utilisées pour rendre ces stratégies opérationnelles, exécuter les projets prioritaires, suivre et évaluer les projets et les programmes. La dernière section expose les principales conclusions.

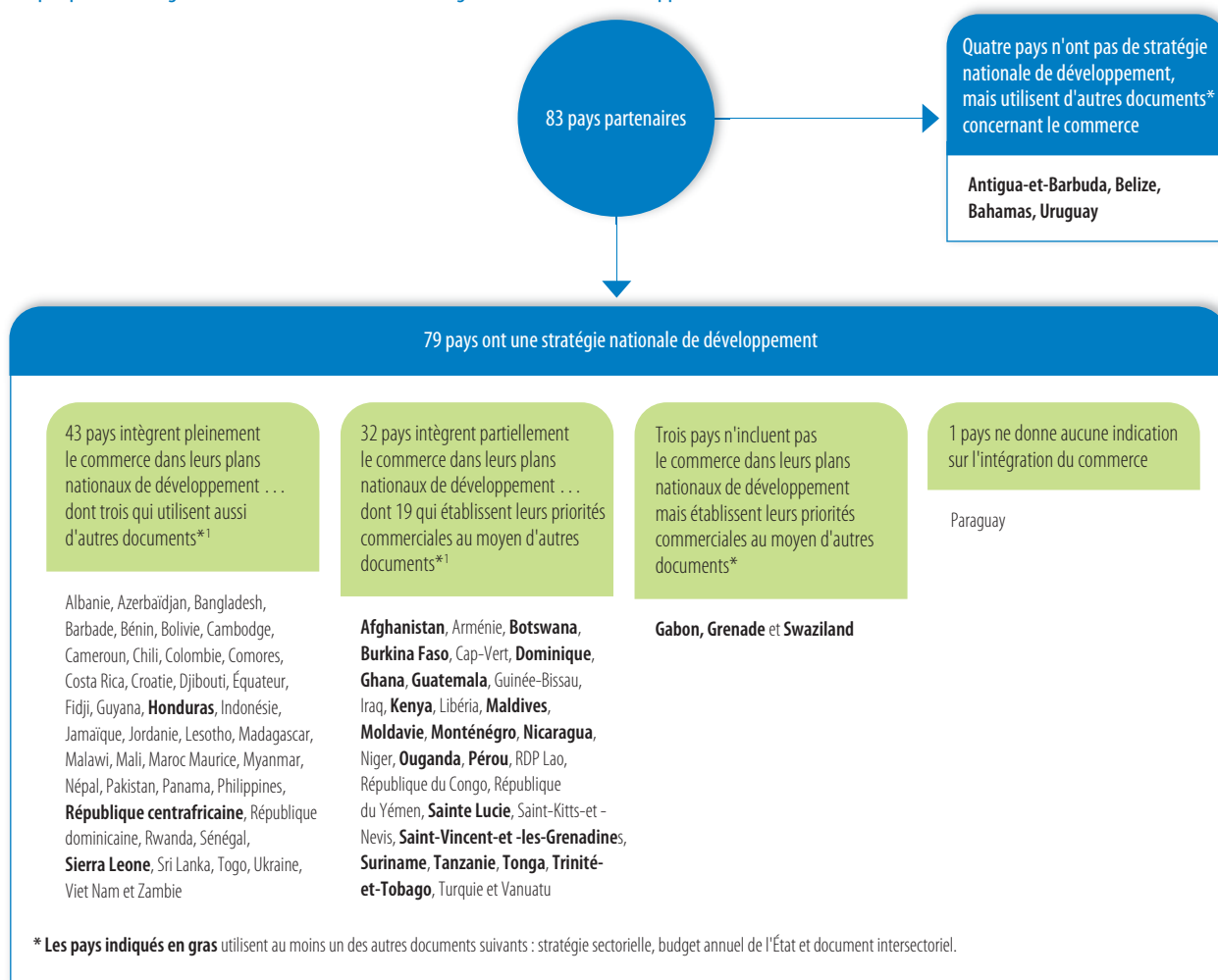
L'INTÉGRATION DU COMMERCE SE POURSUIT

L'intégration du commerce signifie qu'il est identifié comme une priorité majeure dans les stratégies nationales de développement. Une bonne intégration suppose l'exercice d'un leadership politique pour améliorer la cohérence et le séquençage des politiques, renforcer les capacités humaines et institutionnelles, et mobiliser le secteur privé et les parties prenantes autour d'une stratégie de développement du commerce. L'intégration du commerce est une condition essentielle pour attirer l'aide pour le commerce; elle est plus importante que jamais dans le contexte de la crise économique mondiale actuelle.

D'après une récente étude du PNUD (2009), l'intégration effective du commerce doit s'opérer à trois niveaux :

- ▶ **au niveau des politiques** : le commerce doit être intégré dans les stratégies de développement nationales et sectorielles;
- ▶ **au niveau institutionnel** : des capacités et des structures propres à chaque pays sont nécessaires pour faciliter le dialogue sur les politiques et l'intégration de celles-ci;

Graphique 2.1 Intégration du commerce dans les stratégies nationales de développement



Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

► **au niveau de la coordination entre les donateurs et les partenaires :** les questions relatives

au commerce doivent être au centre du dialogue entre les gouvernements et les donateurs.

La suite de cette section traite essentiellement des questions relatives à l'intégration au niveau des politiques, de l'identification des priorités, de l'opérationnalisation des stratégies et, enfin, du dialogue entre les donateurs et les partenaires.

Presque tous les partenaires ont une stratégie nationale de développement et la plupart ont entièrement intégré le commerce.

Presque tous les pays partenaires (79 sur 83)⁷ ont une stratégie nationale de développement⁸ et plus de la moitié (43) intègrent *pleinement* le commerce sur la base de priorités et de plans d'action bien définis (graphique 2.1).⁹ Trente-deux autres pays partenaires intègrent *partiellement* le commerce dans leurs stratégies nationales – ce qui signifie que le commerce est mentionné dans ces stratégies, mais que celles-ci n'incluent pas d'objectifs opérationnels ni de plans d'action.¹⁰ Trois autres pays partenaires n'intègrent pas le commerce, tandis qu'un pays ne dit rien à ce sujet (graphique 2.2).

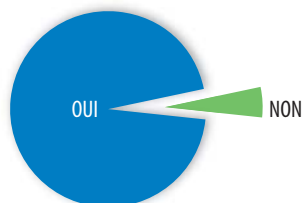
Les pays partenaires ont fait moins de progrès en ce qui concerne l'élaboration de stratégies opérationnelles, c'est à dire de stratégies axées sur les résultats et comportant des priorités

réalistes rattachées à des budgets – comme cela est demandé dans la Déclaration de Paris sur l'efficacité de l'aide au développement. Sur les 55 pays qui ont participé à l'enquête de 2008 sur le suivi de la Déclaration de Paris, seulement un cinquième avait une stratégie opérationnelle équilibrée, alors que plus des deux tiers avaient des stratégies qu'il fallait améliorer (OCDE, 2008). Un aspect particulier de l'opérationnalisation s'avère difficile à réaliser, à savoir le rattachement des stratégies aux budgets nationaux. Tant que ce lien n'est pas établi, rien ne garantit qu'une stratégie nationale, même bien définie, disposera des ressources nécessaires pour devenir opérationnelle, ce qui rend difficile d'attirer le financement des donateurs.

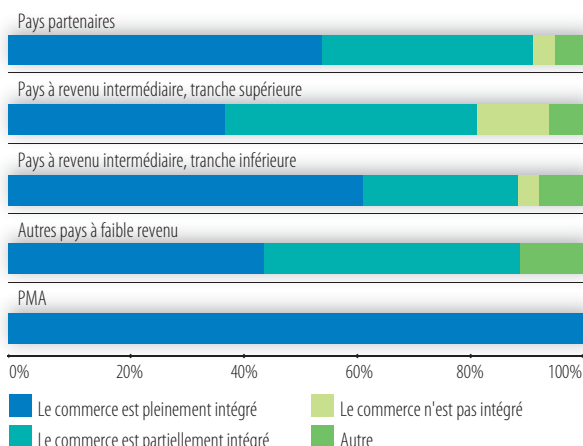
Les pays partenaires accordent aussi la priorité au commerce dans leurs stratégies sectorielles et dans leurs budgets

Outre les stratégies nationales de développement, d'autres outils sont utilisés pour définir les priorités commerciales, notamment des stratégies sectorielles ou intersectorielles et le budget annuel de l'État. Dans les 40 pays qui n'intègrent pas pleinement le commerce, les autres outils sont principalement des stratégies sectorielles et le budget de l'État, tandis que quelques pays seulement ont recours à des stratégies intersectorielles (graphique 2.3).¹¹ Parmi les 14 autres pays qui n'intègrent pas pleinement le commerce, 12 ne font pas état d'approches spécifiques, alors que l'Iraq et le Yémen n'indiquent aucune priorité commerciale dans d'autres documents. Dans l'ensemble, l'intégration accrue du commerce indique clairement que les pays partenaires sont de plus en plus conscients du rôle positif que le commerce peut jouer dans la croissance économique et la réduction de la pauvreté.

Graphique 2.2
Presque tous les pays ont une stratégie nationale de développement...

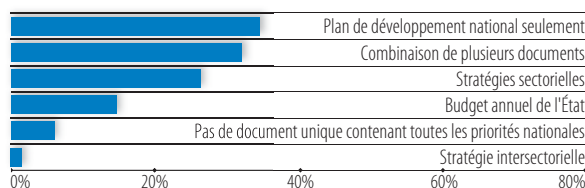


... et la majorité intègrent pleinement le commerce.



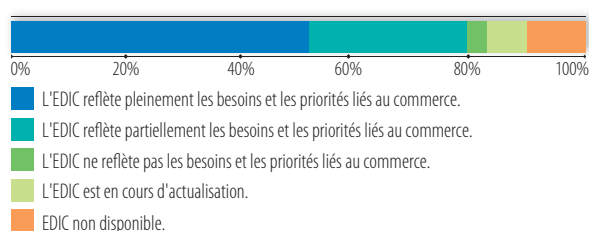
Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

Graphique 2.3 Outils utilisés de préférence par les pays partenaires pour définir leurs priorités commerciales



Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

Graphique 2.4 L'EDIC reflète les priorités commerciales.



Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

La plupart des Études diagnostiques sur l'intégration du commerce (EDIC) reflètent pleinement les stratégies commerciales des pays

Pour les PMA, le Cadre intégré renforcé (CIR) – et en particulier les EDIC – jouent un rôle clé dans l'intégration du commerce. Cela tient à ce que les EDIC ont pour but d'aider les PMA à définir leurs priorités commerciales – à la suite de consultations avec l'ensemble du gouvernement et de nombreuses parties prenantes – puis à intégrer ces priorités dans les stratégies nationales de développement ou dans les documents de stratégie pour la réduction de la pauvreté (DSRP). La plupart des PMA déclarent que leur EDIC reflète exactement leur stratégie d'intégration du commerce¹², mais plusieurs ont indiqué que leur EDIC était incomplète. Madagascar indique qu'il doit actualiser son EDIC, tandis que le Rwanda et le Yémen sont en train d'actualiser la leur. Le processus du CIR est relativement nouveau pour le Togo et l'Afghanistan, qui en sont encore aux premiers stades de l'EDIC. Le Bangladesh et le Myanmar ne participent pas au CIR, bien que le second ait élaboré une matrice d'action et ait indiqué comme priorités la facilitation des échanges et l'infrastructure de réseau (graphique 2.4).

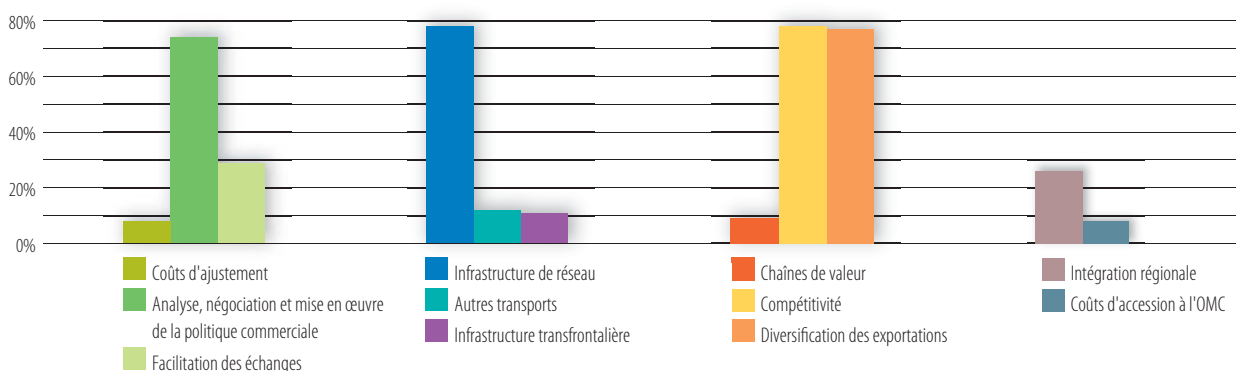
La mesure dans laquelle les EDIC ont facilité et amélioré l'intégration du commerce est évaluée actuellement. Une étude du PNUD (2008) conclut que, dans les pays déjà engagés dans l'intégration du commerce, l'EDIC peut servir à améliorer le contenu commercial de la stratégie de développement ou du prochain DSRP. Toutefois, la préparation d'une EDIC ne semble pas être une condition nécessaire, ni suffisante, de l'intégration du commerce. Une étude de la CNUCED (2008) indique que la prise en compte des conclusions de l'EDIC dans l'élaboration de la politique commerciale ne conduit pas nécessairement à une meilleure intégration du commerce. Cela peut être dû au fait que, dans le passé, les EDIC étaient généralement rédigées en termes généraux et n'indiquaient pas précisément l'ordre de priorité et le coût des besoins liés au commerce. Le nouveau CIR offre la possibilité de combler ces lacunes et d'améliorer la prochaine génération d'EDIC.

Les pays partenaires ont des priorités analogues ...

Les pays partenaires identifient généralement des priorités analogues en matière d'aide pour le commerce : infrastructure de réseau; compétitivité; diversification des exportations; et analyse, négociation et mise en œuvre de la politique commerciale (graphique 2.5).¹³ Cependant, le classement de ces priorités a tendance à varier en fonction du niveau de revenu et de la situation géographique.

Les *pays les moins avancés (PMA)* placent l'infrastructure de réseau, la diversification des exportations et l'analyse, la négociation et la mise en œuvre de la politique commerciale en tête de leurs priorités. Ces priorités ont aussi été soulignées dans la Déclaration de Maseru de février 2008, dans laquelle les PMA ont demandé « une assistance financière et technique additionnelle ... visant l'accomplissement de leurs obligations en matière de mise en œuvre, notamment le respect des prescriptions SPS et OTC, le renforcement des capacités dans le domaine des normes et des

Graphique 2.5 Principales priorités des pays partenaires en matière d'aide pour le commerce



Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

infrastructures connexes, et l'aide en faveur des PMA pour gérer leurs processus d'ajustement ». Comme on le verra au chapitre 2, les donateurs répondent de plus en plus à ces priorités en axant leur soutien aux pays à faible revenu sur l'assistance technique et l'infrastructure liées au commerce.

Les *pays à revenu intermédiaire de la tranche supérieure (PRITS)* placent la compétitivité, la diversification des exportations et l'analyse de la politique commerciale au premier rang de leurs priorités. Dans nombre de ces pays, l'infrastructure de réseau est de plus en plus développée et ne constitue donc plus une contrainte pesant sur le commerce. Le manque de compétitivité internationale et la faible diversification des exportations sont maintenant les principaux obstacles à la maximisation des avantages du commerce et de l'intégration. Les donateurs répondent également à ces besoins et orientent une part croissante de leur soutien aux PRITS vers le renforcement de la capacité de production (voir le chapitre 2).

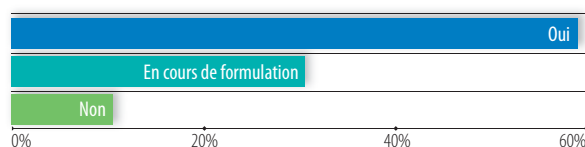
Pour les *pays en développement sans littoral (PDSL)*, les principales priorités sont la diversification des exportations, l'infrastructure de réseau, l'analyse, la négociation et la mise en œuvre de la politique commerciale, la facilitation des échanges et la compétitivité. Les Ministres du commerce de ces pays ont mis en évidence ces besoins dans leur Déclaration d'Ulaanbaatar de 2007, en insistant plus particulièrement sur l'infrastructure commerciale, la facilitation des échanges, les projets régionaux et la diversification des exportations (ce dernier point est une préoccupation majeure des pays qui dépendent de l'exportation de coton, comme le Bénin, le Burkina Faso, le Mali et le Tchad).

Les *petits États insulaires en développement (PIED)*, y compris les îles des Caraïbes, placent la compétitivité et la diversification des exportations en tête de leurs priorités, ce qui reflète les problèmes particuliers qu'ils rencontrent pour s'intégrer dans l'économie mondiale. La croissance économique des PIED est particulièrement instable car leur économie repose généralement sur une base manufacturière étroite et est fortement tributaire de quelques produits de base, de la pêche et du tourisme. De surcroît, leur petite taille et leur isolement géographique les rendent particulièrement vulnérables aux chocs économiques externes, comme la récession mondiale actuelle. Leur participation à la négociation d'un accord de partenariat économique (APE) avec l'UE souligne qu'il est urgent de les aider à renforcer leurs capacités de négociation dans le domaine commercial et à améliorer leurs stratégies d'intégration régionale. Par exemple, la *Stratégie de Maurice de 2005 pour la poursuite de la mise en œuvre du Programme d'action pour le développement durable des petits États insulaires en développement* a insisté sur l'importance du renforcement des capacités en matière de politique commerciale.

... souvent liées à des stratégies opérationnelles.

Les stratégies opérationnelles – qui comportent des plans d'action, des échéanciers et des budgets – sont indispensables pour attirer le financement des donateurs. Près des deux tiers des pays partenaires ont une stratégie commerciale opérationnelle dans leurs trois principaux domaines prioritaires (graphique 2.6)¹⁴⁻¹⁵ Le Mali, par exemple, a opérationnalisé ses priorités commerciales en élaborant des stratégies détaillées par produit pour la noix de cajou, les graines de sésame et le beurre de karité, l'objectif global étant de diversifier les exportations et de réduire la dépendance à l'égard du coton. Outre des plans d'action et des échéanciers, la stratégie commerciale du Nicaragua comporte un budget détaillé qui fait ressortir les déficits de financement pour les domaines prioritaires.

Graphique 2.6 La majorité des pays partenaires ont des stratégies opérationnelles pour leurs domaines prioritaires



Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

D'autres pays partenaires sont en train d'élaborer une stratégie opérationnelle pour leurs domaines prioritaires. La Dominique, entre autres, indique qu'elle est en train de formuler une stratégie nationale d'exportation qui encouragera les secteurs, les industries et les produits prioritaires. Dans le cadre de cette stratégie, un vaste programme de développement des exportations sera élaboré et mis en œuvre à moyen terme pour chaque secteur prioritaire. La Dominique a également établi une équipe spéciale nationale pour la facilitation des échanges dans le cadre de l'exercice d'évaluation des besoins mené actuellement par l'OMC. Le Viet Nam est en train d'élaborer et de financer une stratégie d'intégration régionale à long terme qui tient compte de ses besoins prioritaires. Plusieurs autres pays sont en train de finaliser leur stratégie : en 2009, le Cameroun achèvera sa stratégie opérationnelle basée sur trois domaines prioritaires (diversification des exportations, compétitivité et infrastructure transfrontalière). La Jamaïque est sur le point de finaliser un plan d'action pour chacun de ses secteurs prioritaires, qui comportera des objectifs et des budgets spécifiques.

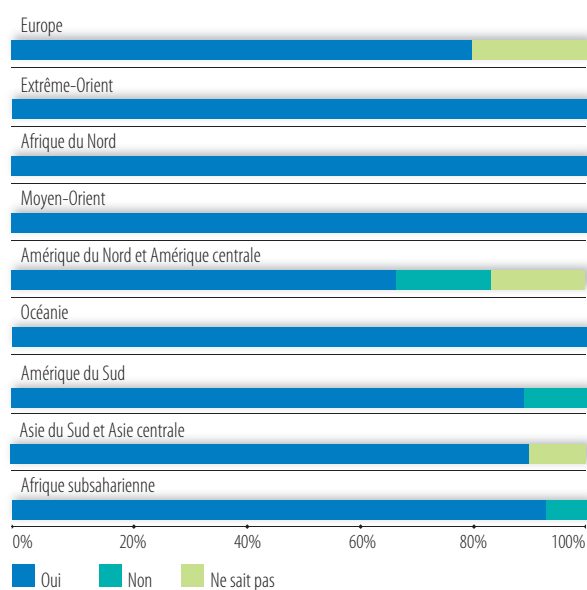
Le financement est la clé de l'opérationnalisation des domaines prioritaires. Les PMA sont aussi avancés que les autres pays à faible revenu dans l'opérationnalisation des stratégies pour leur premier domaine prioritaire (59 pour cent contre

61 pour cent), mais ils ont généralement du retard pour leurs deuxième et troisième priorités (42 pour cent contre 71 pour cent). Le CIR offre aux PMA un financement d'amorçage limité pour un ou deux projets prioritaires, mais un soutien financier supplémentaire est nécessaire pour rendre opérationnelles un plus grand nombre de priorités. Le Bénin, par exemple, indique qu'il a une stratégie opérationnelle pour ses trois domaines prioritaires – diversification des exportations, infrastructure de réseau et coûts d'ajustement – mais qu'il manque de ressources financières pour les mettre en œuvre.

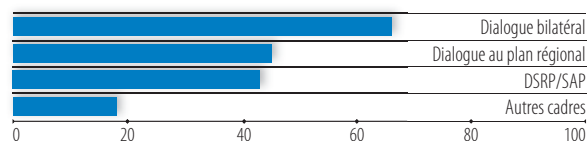
Presque tous les pays partenaires examinent leurs besoins de financement avec les donateurs ...

Presque tous les pays partenaires (71 sur 82) indiquent qu'ils examinent leurs besoins de financement liés au commerce avec les donateurs, ce qui est confirmé par ces derniers (voir le chapitre 4). Six pays seulement ne procèdent pas à ce genre d'examen, en grande partie parce qu'ils financent eux-mêmes le renforcement de leurs capacités commerciales. Le Bangladesh, le Belize, la Grenade, Moldavie et le Nicaragua ne sont pas en mesure de répondre à cette question (graphique 2.7).

Graphique 2.7 Presque tous les pays partenaires examinent leurs besoins de financement avec les donateurs ...



... dans divers cadres de dialogue



Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

Les petits pays disent qu'ils rencontrent des problèmes particuliers pour examiner leurs besoins de financement liés au commerce avec les donateurs. Un problème évident est l'absence de représentation des donateurs dans nombre de petits pays, ce qui rend le dialogue et l'interaction réguliers extrêmement difficiles. La Barbade et le Vanuatu, deux PIED, déclarent qu'ils n'ont que des contacts sporadiques avec les donateurs et seulement en rapport avec des projets particuliers. C'est pourquoi bon nombre de ces pays jugent plus efficace d'acheminer l'aide au niveau régional, par le biais d'organismes régionaux, plutôt qu'au niveau national, parce que la communauté des donateurs peut interagir plus régulièrement avec les petits pays lorsqu'ils sont représentés collectivement. Les Fidji, par exemple, font référence au projet de facilité pour le commerce et le développement dans le Pacifique, qui est considéré, au sein du Secrétariat du Forum des îles du Pacifique, comme une solution possible à ce type de problème.

... dans divers cadres de dialogue ...

Les 71 pays partenaires qui examinent leurs priorités liées au commerce directement avec les donateurs utilisent à cette fin divers canaux ou une combinaison de canaux différents. L'approche la plus courante est l'approche bilatérale (80 pour cent), suivie par l'approche régionale (54 pour cent) et le processus des DSRP/SAP (52 pour cent). La Sierra Leone, par exemple, tient des réunions trimestrielles avec l'ensemble de la communauté des donateurs, en plus de ses entretiens bilatéraux réguliers avec des donateurs en particulier. La République du Congo, l'Équateur, l'Indonésie, la Jamaïque, le Niger, l'Ouganda, le Pérou et le Viet Nam, entre autres, indiquent qu'ils ont recours à différents cadres multilatéraux (banques régionales de développement, PNUD, OMC, etc.) pour discuter de leurs besoins liés au commerce avec les donateurs. D'autres pays dialoguent avec les donateurs au niveau sectoriel. Par exemple, la RDP Lao, la République centrafricaine et le Mali font état de contacts fréquents avec la communauté des donateurs à l'occasion de tables rondes sectorielles organisées sous l'égide du CIR. De même, le Panama mène un dialogue thématique avec les donateurs, axé sur les secteurs prioritaires de sa stratégie nationale de développement. Le Ghana rencontre les donateurs dans le cadre de groupes sectoriels.

... ou envisagent de le faire à moyen terme.

Onze pays partenaires ne discutent pas pour l'instant de leurs priorités liées au commerce avec les donateurs, mais six (Belize, Bahamas, Botswana, Gabon, Moldavie et Nicaragua) envisagent de le faire à moyen terme. Le Botswana, par exemple, est en train d'élaborer une stratégie commerciale nationale et veut associer directement la communauté des donateurs à sa formulation. Cinq autres pays (Bénin, Guinée-Bissau, Libéria, Sri Lanka et Vanuatu) se sont déjà entretenus de leurs priorités commerciales avec des donateurs, mais souhaitent améliorer ce dialogue en le rendant plus fréquent et en y associant un plus grand nombre de donateurs. Le Bénin, par exemple, est préoccupé par l'absence de groupe formel chargé des questions commerciales dans son processus DSRP, et il tient à remédier à cette lacune.

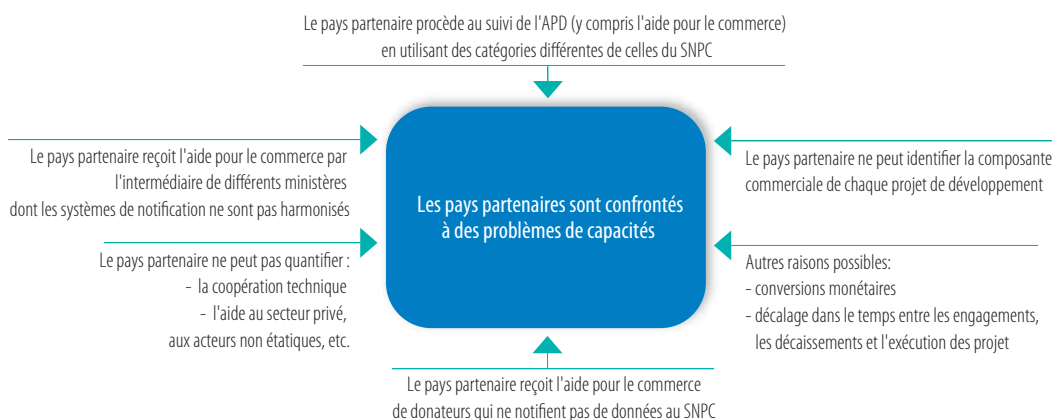
Les auto-évaluations montrent que les pays partenaires dialoguent de plus en plus avec les donateurs au sujet de leurs priorités liées au commerce, et qu'ils ont recours à différents cadres pour le faire. Toutefois, le succès en la matière dépend essentiellement de la mesure dans laquelle les pays partenaires ont intégré le commerce dans leurs stratégies nationales de développement et ont opérationnalisé leurs priorités. Bien que la plupart des pays partenaires déclarent avoir intégré le commerce avec succès et avoir opérationnalisé les priorités, environ 40 pour cent admettent qu'il leur reste fort à faire pour y parvenir. Le rattachement des priorités liées au commerce à une stratégie opérationnelle est une tâche particulièrement difficile. Sans stratégies de développement du commerce opérationnelles, c'est à dire en l'absence de demandes clairement hiérarchisées, planifiées et budgétisées de la part des pays partenaires, il sera plus difficile aux donateurs de justifier et de maintenir des apports accrus d'aide pour le commerce, compte tenu, en particulier, des appels croissants à une augmentation des dépenses sociales pour faire face à la crise économique actuelle.

FINANCEMENT DES STRATÉGIES EN MATIÈRE D'AIDE POUR LE COMMERCE

L'Équipe spéciale chargée de l'Aide pour le commerce a insisté sur la nécessité d'un financement additionnel et prévisible pour répondre aux priorités liées au commerce. Les donateurs ont réagi en prenant des engagements importants afin d'aider à financer la mise en œuvre des stratégies commerciales des pays partenaires. D'après les données du SNPC, ces engagements ont augmenté de plus de 20 pour cent en 2007. Mais ces données ne rendent compte qu'approximativement des projets et des programmes qui sont mentionnés comme des priorités de développement liées au commerce dans les stratégies nationales de développement des pays partenaires. Pour accroître la transparence et la responsabilité mutuelle, le questionnaire destiné aux pays partenaires leur demandait de comparer leur profil SNPC avec leurs données nationales.¹⁶

Cet effort pour améliorer le suivi, la transparence et la responsabilité mutuelle est essentiel pour l'efficacité de l'aide. Pour faire le meilleur usage possible de l'assistance liée au commerce, les pays partenaires doivent être en mesure de planifier à moyen et à long terme, et d'optimiser la répartition des ressources à l'intérieur des secteurs et entre eux. En conséquence, les donateurs doivent présenter des engagements indicatifs fiables dans un cadre pluriannuel, et doivent décaisser l'aide en temps voulu et de manière prévisible conformément aux calendriers convenus. La suite de cette section expose les principaux résultats des efforts faits pour mettre en correspondance les profils SNPC et les statistiques nationales, et propose des moyens d'améliorer le processus.

Graphique 2.8 Difficultés de comparaison des apports d'aide pour le commerce aux pays donateurs et des données notifiées au SNPC par les donateurs



Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

Les pays partenaires ont du mal à reconnaître les apports d'aide pour le commerce ...

Moins de 20 pour cent des pays partenaires (Cameroun, Colombie, Guatemala, RDP Lao, Lesotho, Madagascar, Maldives, Panama, République du Congo, Rwanda, Sénégal, Saint-Vincent et-les-Grenadines, Ukraine et Uruguay, entre autres) reconnaissent les données fournies par les donateurs telles qu'elles apparaissent dans leur profil SNPC, et 20 pour cent ne le reconnaissent pas. La plupart des pays partenaires ne peuvent répondre dans un sens ou dans l'autre.

Plusieurs facteurs expliquent pourquoi de nombreux pays partenaires ont du mal à confirmer les approximations des apports d'aide pour le commerce figurant dans le SNPC (voir le chapitre 2), notamment :

- ▶ Il faut identifier la part du commerce dans les programmes et projets bénéficiant de l'APD pour pouvoir comparer les données nationales et les profils SNPC. Cette tâche complexe nécessite des ressources importantes et peut ne pas être jugée prioritaire par de nombreux pays partenaires confrontés à des problèmes de capacités.
 - ▶ L'application de différentes méthodes de désagrégation peut rendre difficile la comparaison des données nationales et des profils SNPC. Par exemple, de nombreux pays partenaires ventilent les données sur l'APD par type d'apport (dons ou prêts) et non par secteur. D'autres utilisent une classification sectorielle qui diffère des catégories du SNPC.
 - ▶ La compilation exhaustive des données nationales sur l'aide pour le commerce exige une coordination très étroite entre les ministères pour suivre l'aide qui est acheminée par les différents ministères d'exécution et pour élaborer des systèmes de notification différents.
 - ▶ Bien souvent, les statistiques nationales ne rendent compte que de l'aide acheminée par les pouvoirs publics, en particulier par les bureaux de coordination de l'aide, alors qu'une part croissante de l'aide pour le commerce est aujourd'hui fournie directement au secteur privé et à d'autres acteurs non étatiques.
 - ▶ Les pays partenaires ne reconnaissent pas toujours la valeur monétaire de l'APD en nature – comme la coopération technique et la formation – de sorte que les montants correspondants ne sont pas pris en compte dans les statistiques nationales.
- ▶ Les donateurs non membres du DAC contribuent de plus en plus à l'aide pour le commerce reçue par de nombreux pays partenaires, mais ils ne notifient pas de données au SNPC.
 - ▶ Les différences de conversion monétaire et le décalage dans le temps entre les engagements et les décaissements peuvent aussi rendre difficile la comparaison des données nationales et des profils SNPC.

... il faut s'efforcer encore de préciser la définition.

À l'évidence, il y a encore fort à faire pour préciser la portée et la définition de l'aide pour le commerce. En effet, plusieurs pays partenaires – dont le Bénin, le Botswana, le Libéria, le Myanmar et le Népal – déclarent qu'ils ne reçoivent aucune aide pour le commerce. Cela tient peut-être à ce que certains pensent que l'aide pour le commerce est un nouveau fonds vertical distinct et non un financement additionnel de donateurs pour l'assistance liée au commerce passant par les circuits existants.

Maurice, quant à elle, convient qu'une grande partie de l'assistance liée au commerce au sens large qu'elle reçoit entre dans une au moins des catégories d'aide pour le commerce, mais elle fait remarquer que cette assistance n'est pas financée par de nouvelles ressources « spécifiques à l'aide pour le commerce ». En conséquence, Maurice indique qu'elle ne reçoit une aide pour le commerce que sous la forme d'assistance technique et de renforcement des capacités.

Plusieurs pays – comme le Bangladesh, le Cambodge, la Croatie, le Honduras, le Pérou, la Sierra Leone, Sri Lanka et Saint-Kitts-et-Nevis – fournissent des estimations des apports d'aide pour le commerce dont ils bénéficient en se fondant sur leurs propres définitions, et non sur les catégories du SNPC. Le Bangladesh, par exemple, donne des chiffres sur les apports d'aide de 1971 à 2008, en utilisant ses propres définitions et sa propre méthode de ventilation, ainsi qu'une liste de projets relatifs au commerce nécessitant un financement au titre de l'aide pour le commerce.

Les systèmes de gestion de l'information sur l'aide pourraient aider à mieux suivre les apports d'aide.

La collaboration future entre donateurs, organismes internationaux et pays partenaires devrait aider à préciser la portée et la définition de l'aide pour le commerce, et à améliorer le suivi et l'analyse des apports d'aide. Les pays partenaires qui ne l'ont pas encore fait gagneraient à mettre en place des systèmes de gestion de l'information sur l'aide compatibles avec les normes

internationales, ou à adapter et utiliser les systèmes de gestion financière existants (encadré 2.1). Ces systèmes leur permettraient de suivre l'aide reçue, y compris celle des donateurs non membres du CAD, et simplifierait et renforcerait le suivi et l'évaluation. Un certain nombre de pays partenaires déclarent qu'ils vont dans cette direction. En 2007, le Malawi et la Colombie ont utilisé le système d'information et de suivi du Commonwealth administré par leurs organismes de coopération pour le développement respectifs. Le Cambodge envisage de créer un portail d'information sur le commerce qui sera un élément

important du système de gestion de l'aide à l'échelle du gouvernement tout entier. Les Fidji prennent des mesures pour améliorer leur système global de gestion de l'aide, tandis que le Swaziland envisage d'effectuer prochainement une évaluation de l'aide. Ces mesures sont encouragées par les ministres des PMA qui, dans la *Déclaration de Maseru* de février 2008, ont demandé « l'établissement d'un système ou mécanisme approprié de communication d'informations sur l'Aide pour le commerce et de suivi de ce programme qui prend en compte les systèmes nationaux de suivi des flux d'aide étrangère ».

Encadré 2.1 Systèmes de gestion de l'information sur l'aide

En général, les pays disposent d'informations de qualité sur les flux d'aide qui passent par leur Ministère des finances. Mais, dans de nombreux pays, une part importante de l'aide ne passe pas par le Ministère des finances, mais est acheminée directement par les ministères d'exécution. Les donateurs peuvent certes fournir des renseignements sur ces projets à un ministère central ou à un ministère d'exécution, mais, bien souvent, les pays n'ont pas accès à des données détaillées sur ces flux et ne disposent pas non plus de moyens de consolider ces renseignements. Dans de nombreux pays, en particulier lorsque les apports qui ne transitent pas par le Ministère des finances sont modestes, il serait possible d'adapter le système de gestion financière existant pour enregistrer ces flux. Dans d'autres cas, il est souhaitable de renforcer le système de gestion de l'information sur l'aide ou d'en établir un en veillant à ce qu'il soit rattaché au processus budgétaire.

Les systèmes de gestion de l'information sur l'aide peuvent permettre à toutes les parties du gouvernement d'accéder aux données essentielles sur les projets – ventilées par secteur, localisation et état d'avancement. De même, la saisie en ligne de données par les donateurs et d'autres partenaires permet de disposer d'un plus grand nombre de données détaillées, au bénéfice de tous les utilisateurs, au lieu de solliciter seulement les pays partenaires.

Les systèmes de gestion de l'information sur l'aide sont des applications informatiques, en général des bases de données, qui enregistrent et traitent l'information sur les initiatives de développement et les flux d'aide correspondants dans un pays donné. Ces systèmes, qui sont plus ou moins puissants et sophistiqués, existent depuis une dizaine d'années. Non seulement ils enregistrent les activités d'aide, mais encore ils sont d'une grande utilité dans la planification et la prise de décisions.

Les systèmes de gestion de l'information sur l'aide ne sont pas des systèmes complets de gestion des finances publiques (SGFP). Ils constituent plutôt une interface entre le SGFP des pays bénéficiaires et l'information stockée dans les systèmes

des donateurs. Ils permettent la notification uniformisée des données sur l'aide fournie ou prévue, et l'information en retour des donateurs sur l'utilisation des fonds. Il s'agit donc d'un outil de responsabilité mutuelle qui peut accroître la prévisibilité de l'aide et réduire la charge administrative pour les bénéficiaires comme pour les donateurs.

Les systèmes de gestion de l'information sur l'aide pour le commerce peuvent :

- ▶ jouer un rôle essentiel dans la prise de décisions sur l'affectation des ressources en présentant un tableau global des flux d'aide, structuré selon des critères modulables;
- ▶ aider à repérer les déficits de financement, en appelant l'attention des gouvernements et des donateurs sur les besoins financiers à venir;
- ▶ soutenir des programmes spécifiques, comme l'Aide pour le commerce, en fournissant des données sur les flux correspondant à des indicateurs spécifiques en vue de l'analyse des coûts;
- ▶ favoriser la transparence et la responsabilité grâce à l'enregistrement et au suivi des projets et des flux financiers;
- ▶ fournir à la communauté internationale des renseignements précis et à jour, accessibles en ligne via le Web, sur l'état d'avancement des activités d'aide dans un pays;
- ▶ permettre aux gouvernements, grâce à des outils de planification et de gestion, de gérer des volumes d'aide plus importants que jamais, tout en rendant l'aide plus efficace et en réduisant la duplication et le chevauchement des activités financées par l'aide;
- ▶ faciliter la programmation pluriannuelle en donnant une idée précise des annonces de contributions et des engagements au regard des besoins futurs.

Pour plus de renseignements, voir : <http://www.aideeffectiveness.org>

MISE EN ŒUVRE

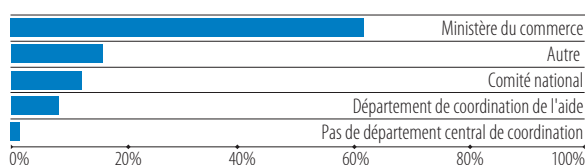
Comme on l'a vu précédemment, les pays partenaires ont besoin de mécanismes institutionnels appropriés pour assurer l'intégration stable et effective du commerce. La coordination avec les parties prenantes, ainsi qu'avec la communauté des donateurs, peut favoriser l'appropriation par les pays et renforcer la responsabilité mutuelle. Cette dernière n'est pas seulement un objectif à part entière (les citoyens ont le droit de savoir comment les deniers publics sont utilisés); c'est aussi un moyen d'inciter à utiliser plus efficacement les ressources, y compris l'aide pour le commerce. Cette section décrit d'abord les mécanismes institutionnels mis en place par les pays partenaires pour coordonner la mise en œuvre des stratégies commerciales, puis examiner leur engagement pris en matière de gestion axée sur les résultats et de responsabilité mutuelle.

Mécanismes institutionnels

En général, le Ministère du commerce coordonne, tandis que la mise en œuvre est décentralisée.

Les activités d'aide pour le commerce recouvrent de nombreux domaines d'intervention et de nombreux secteurs, d'où la nécessité de mécanismes institutionnels favorisant effectivement la coopération et la coordination au sein du gouvernement. Les réponses au questionnaire montrent que les pays partenaires ont mis en place divers mécanismes institutionnels pour atteindre ces objectifs (graphique 2.9).

Graphique 2.9 Modalités préférées par les pays partenaires pour la coordination de leurs stratégies d'intégration du commerce



Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

Dans la majorité des pays partenaires (51 sur 82), le *Ministère du commerce* joue un rôle de coordination, alors que la mise en œuvre est décentralisée entre les ministères. Cette approche peut permettre l'intégration effective du commerce à condition que le Ministère du commerce établisse aussi des mécanismes de coordination adéquats au niveau du gouvernement tout entier. Au Cambodge, par exemple, le Ministère du commerce est responsable de la coordination du soutien lié au commerce, par l'intermédiaire d'un comité interministériel chargé du développement du secteur privé.

Dans dix autres pays partenaires, la coordination du soutien lié au commerce est confiée à un organe interministériel, par exemple à un *comité national*, afin d'encourager un processus plus inclusif au niveau du gouvernement tout entier. Cependant, certains pays signalent que cette approche a été peu fructueuse du fait de l'absence de réunions régulières (Rwanda, par exemple), de l'insuffisance des capacités institutionnelles ou d'autres faiblesses organisationnelles (Sierra Leone, Vanuatu, par exemple).

Dans sept autres pays partenaires, le *département de coordination de l'aide* est chargé de superviser le soutien lié au commerce. Au Guyana, par exemple, c'est le Ministère du commerce qui coordonne la politique commerciale extérieure, mais c'est le département de coordination de l'aide qui contrôle tous les flux d'aide, y compris les activités liées à l'aide pour le commerce.

Quatorze autres pays partenaires ont recours à divers *autres mécanismes de coordination*. En Inde, au Paraguay et en Ukraine, c'est le *Ministère des finances* ou le *Ministère de l'économie* qui assure la coordination, tandis que la mise en œuvre est décentralisée entre les ministères d'exécution. Au Bangladesh, au Chili, au Maroc, au Panama et à Sri Lanka, cette responsabilité est partagée entre le Ministère des finances et le Ministère du commerce. Pour qu'un tel dispositif puisse fonctionner, il est essentiel que les deux ministères communiquent régulièrement et coordonnent efficacement leur action avec celle des autres parties prenantes gouvernementales. Enfin, en Afghanistan, en Jordanie, au Libéria, à Saint-Kitts-et-Nevis et en Zambie, il existe un *comité national de coordination* complété par divers *mécanismes de mise en œuvre propres à chaque pays*. En Zambie, par exemple, les activités financées par l'APD sont coordonnées par le Ministère des finances et de la planification nationale, tandis que la planification et la mise en œuvre des stratégies commerciales sont supervisées conjointement par un comité national, le groupe de travail chargé du développement du commerce, et par le Ministère du commerce et de l'industrie.

Un comité national coordonne la mise en œuvre de la stratégie commerciale dans la plupart des pays ...

La représentation du gouvernement au sein du comité national est à peu près la même dans tous les pays partenaires. Dans certains pays, comme le Libéria et la Tanzanie, les donateurs sont aussi invités à participer aux travaux du comité en qualité d'observateurs. Au Botswana, le comité accueille également des universitaires et des représentants d'organisations non gouvernementales (ONG). Les attributions du comité national varient d'un pays à l'autre – allant de la formulation et de la mise en

œuvre de la stratégie commerciale nationale (Chili, Jordanie, Maldives, par exemple) au suivi des questions concernant l'OMC et du processus du CIR (Comores, par exemple), en passant par la coordination de la répartition des ressources et la participation effective des parties prenantes (Tanzanie, par exemple). Au Belize, le comité national joue aussi un rôle dans le suivi de l'assistance fournie par les donateurs.

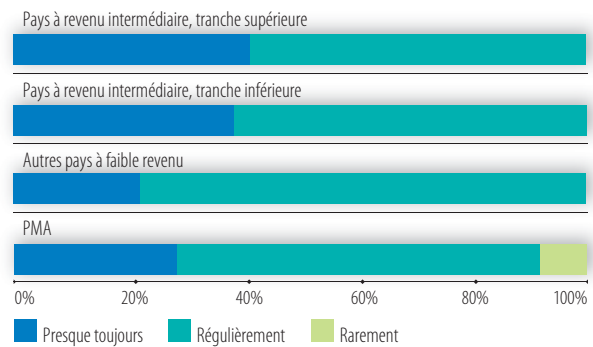
Seulement dix pays partenaires ont actuellement un comité national chargé de coordonner leurs stratégies commerciales, mais plus de la moitié des autres pays partenaires envisagent d'en établir un. Le Bangladesh et le Maroc déclarent l'un et l'autre qu'ils ont l'intention de mettre en place un comité d'aide pour le commerce. Le premier a déjà un comité chargé des questions relatives à l'OMC ainsi que des groupes de travail thématiques, et il souhaite renforcer ces mécanismes, tandis que le second estime qu'un comité d'aide pour le commerce pourrait amener les parties prenantes à s'approprier davantage le processus. La Grenade et les Tonga sont en train de mettre en place des comités de facilitation des échanges, dans l'espoir de mieux faire comprendre l'importance de l'aide pour le commerce et des questions commerciales en général, dans la planification nationale du développement (PNUD, 2009).

... et dialogue régulièrement avec les parties prenantes ...

Dans presque tous les pays partenaires, le gouvernement dialogue régulièrement avec le secteur privé et les autres parties prenantes au sujet de la formulation et de la mise en œuvre de la stratégie commerciale (graphique 2.10). La Sierra Leone est le seul pays partenaire qui déclare que les parties prenantes sont rarement associées directement à un dialogue sur les questions commerciales, mais seulement parce qu'une collaboration a déjà lieu dans le cadre du Forum des entreprises de la Sierra Leone, instance créée spécialement pour encourager la coopération entre le secteur public et le secteur privé.

La forme de ce dialogue varie considérablement d'un pays à l'autre – il peut s'agir d'échanges formels lors de réunions et d'ateliers spécifiques (Trinité-et-Tobago, Sri Lanka, par exemple) ou d'échanges informels *ad hoc* (Albanie, République du Congo, Sri Lanka, Vanuatu, par exemple). Parfois, des institutions spécifiques sont créées pour aider à organiser un dialogue et une collaboration suivis entre le secteur public et le secteur privé.

Graphique 2.10 Les pays partenaires dialoguent avec les parties prenantes, y compris le secteur privé



Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

Il peut alors s'agir d'instances parrainées par l'État (comme au Guatemala) ou de comités interinstitutionnels codirigés par les pouvoirs publics et les entreprises (Ouganda, Paraguay). La fréquence des consultations varie aussi grandement entre les pays partenaires – allant de réunions quotidiennes ou hebdomadaires à des réunions organisées deux fois par an ou encore moins souvent. En termes de groupes de revenu, le dialogue avec les parties prenantes est plus fréquent dans les pays dont le revenu est plus élevé; et du point de vue géographique, il est plus répandu en Amérique latine.

... tandis que le degré de participation du secteur privé est variable.

Le dialogue permet d'associer le secteur privé et les autres parties prenantes à la formulation et à la mise en œuvre des stratégies commerciales. Par exemple, Moldavie a adopté une loi qui exige que le secteur privé participe à l'élaboration des nouvelles stratégies commerciales. En Albanie et en Colombie, les conclusions des consultations avec le secteur privé sont systématiquement prises en compte dans les stratégies de développement national et les stratégies sectorielles. En fait, la Colombie a institué un dialogue continu avec le secteur privé qui inspire directement la stratégie commerciale du pays. Dans plusieurs PIED (comme le Suriname), le secteur privé est directement associé à l'élaboration des positions de négociation dans certains domaines et à la mise en œuvre des accords commerciaux en résultant, mais il ne participe pas toujours à la formulation de la politique commerciale au sens large. À la lumière de l'expérience positive des pays partenaires, l'engagement d'un dialogue commercial régulier avec le secteur privé et les autres parties prenantes devrait s'ajouter à la liste de plus en plus longue des bonnes pratiques en matière d'intégration de l'aide pour le commerce.

Dans les PMA, les points essentiels du CIR sont généralement chargés des questions commerciales.

Dans la plupart des PMA (21 sur 28), le point focal du CIR est chargé de superviser et de coordonner l'assistance liée au commerce¹⁷; rôle que la préparation des EDIC et des matrices d'action ne fait que renforcer.¹⁸ Cependant, les points focaux ne sont pas pleinement opérationnels dans tous les PMA. Le Cap-Vert en est au début du processus du CIR et il est en train de mettre en place une unité nationale de mise en œuvre. L'Afghanistan est lui aussi aux premiers stades du processus du CIR et ses structures nationales ne sont pas encore opérationnelles. De même, en Tanzanie, le nouveau point focal du CIR a été chargé de la coordination des questions commerciales, mais le système n'est pas encore opérationnel. Le Togo indique que son point focal assumera bientôt ce rôle de coordination. Au Yémen, le point focal du CIR supervise l'exécution des projets, mais pas l'ensemble des activités relatives au commerce. Le Bangladesh ne participe pas au CIR.¹⁹

Engagement en matière de gestion axée sur les résultats et de responsabilité mutuelle

Les pays partenaires affirment clairement leur engagement en matière de responsabilité mutuelle et de gestion axée sur les résultats. Ils reconnaissent en général que les donateurs s'efforcent de coordonner et d'aligner leurs actions de manière plus efficace et ils indiquent que les programmes liés au commerce sont régulièrement suivis et évalués, souvent à l'aide de dispositifs propres aux donateurs ou de dispositifs conjoints donateurs-partenaires. Il existe aussi dans la plupart des pays partenaires des mécanismes permettant d'examiner le résultat et l'impact de ces programmes.

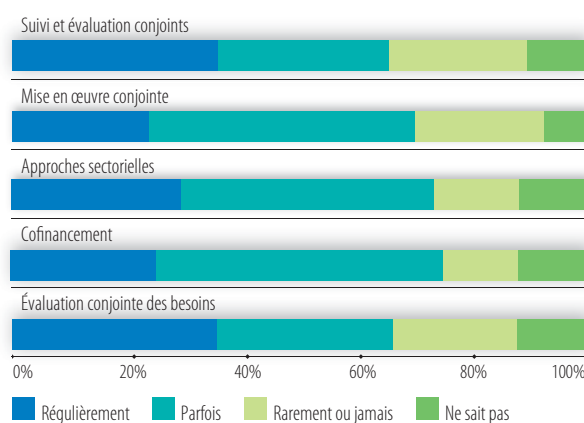
La qualité des cadres de suivi axé sur les résultats en général a été évaluée lors de l'enquête de 2008 sur le suivi de la Déclaration de Paris. L'enquête a porté principalement sur trois points : i) la qualité de l'information produite; ii) l'accès des parties prenantes à l'information; et iii) la mesure dans laquelle l'information est utilisée dans le pays. Il en ressort que des progrès ont été accomplis, mais il y a encore beaucoup à faire.

Les évaluations des pays partenaires confirment ce résultat. La présente section met en lumière les priorités pour améliorer la gestion axée sur les résultats et indique les domaines dans lesquels elle a été particulièrement efficace, y compris les bonnes pratiques.

Les donateurs assurent la coordination et l'alignement des efforts ...

Environ 30 pour cent des pays partenaires indiquent que, dans l'ensemble, les donateurs assurent « régulièrement » la coordination et l'alignement des efforts et 40 pour cent signalent qu'ils le font « parfois ». L'évaluation conjointe des besoins et le suivi et l'évaluation conjoints sont les outils le plus souvent utilisés par les donateurs pour promouvoir la coordination et l'alignement, suivis par les approches sectorielles (graphique 2.11).

Graphique 2.11 Les donateurs assurent la coordination et l'alignement des efforts.



Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

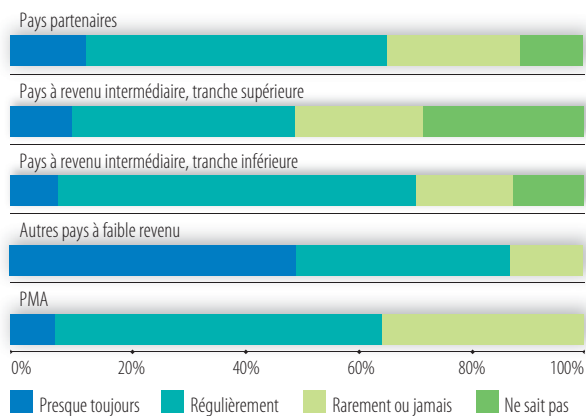
Selon les pays partenaires, il y a des cas où les efforts de coordination et d'alignement des donateurs sont efficaces, et d'autres où ils doivent être améliorés, observation largement corroborée par les évaluations des donateurs eux-mêmes (chapitre 4). Par exemple, les pays partenaires et les donateurs s'accordent pour dire que le CIR est un exemple réussi d'alignement de l'aide sur les systèmes nationaux. Cependant, les États-Unis font remarquer aussi que l'alignement n'est pas seulement la responsabilité des donateurs. En fait, il n'est possible que si les pays partenaires ont intégré le commerce dans leurs stratégies nationales de développement.

... les pays partenaires suivent ou évaluent régulièrement les programmes bénéficiant d'un soutien des donateurs ...

Deux tiers des pays partenaires procèdent régulièrement au suivi et à l'évaluation de leurs programmes liés au commerce (graphique 2.12).²⁰ Mais 18 sur 76 ne le font que rarement ou jamais. Il est intéressant de noter que le suivi et l'évaluation sont plus fréquents dans les pays à faible revenu que dans les pays à

revenu intermédiaire. Dans neuf PMA seulement (Afghanistan, Yémen, Vanuatu, Népal, Maldives, RDP Lao, Guinée-Bissau, Djibouti et Bénin), le suivi est rare ou inexistant. Une fois que le nouveau cadre de suivi et d'évaluation du CIR sera finalisé, la situation devrait s'améliorer encore. Malgré ces bons résultats, il est encore nécessaire de sensibiliser les pays à l'importance du suivi et de l'évaluation, à la fois pour mesurer l'impact de l'aide pour le commerce et pour justifier le soutien continu de cette initiative. Cela est encore plus urgent dans le contexte de la crise économique qui va probablement entraîner une augmentation des demandes d'aide d'urgence et de soutien pour les programmes sociaux.

Graphique 2.12 Les pays partenaires suivent ou évaluent régulièrement leurs programmes ...

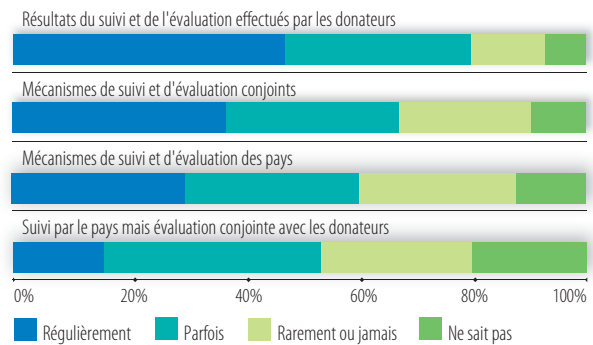


Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

... en utilisant le plus souvent les résultats des donateurs ou des mécanismes conjoints ...

Vingt-six pays partenaires utilisent régulièrement les mécanismes de suivi et d'évaluation des donateurs, et 21 recourent à des mécanismes conjoints donateurs-partenaires. Seuls 15 pays partenaires, dont sept PMA, utilisent régulièrement leurs propres systèmes. Encore moins de pays partenaires combinent leurs propres systèmes avec d'autres. Ces diverses démarches montrent que le suivi et l'évaluation restent une tâche ardue. Des complications apparaissent si l'obligation de faire rapport sur des projets spécifiques relatifs au commerce ne cadre pas avec les efforts plus généraux faits par les pays pour suivre l'ensemble de l'APD reçue. Enfin, on ne sait pas très bien si les pays partenaires considèrent le suivi et l'évaluation comme des activités distinctes ou comme un seul et même exercice. Il faut donc redoubler d'efforts pour les aider à suivre et évaluer efficacement l'aide pour le commerce.

Graphique 2.13 ... en utilisant les résultats des donateurs ou des mécanismes conjoints.

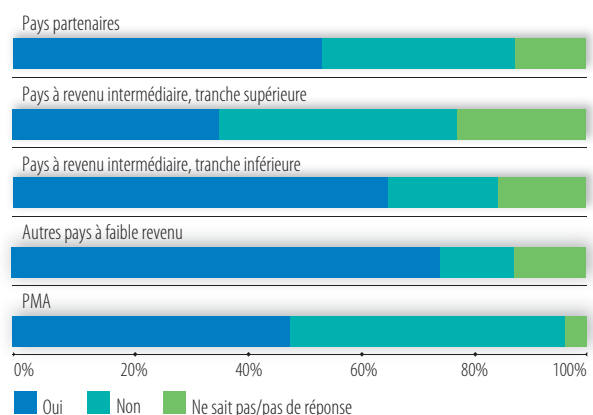


Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

... pour examiner le résultat et l'impact des programmes.

La moitié des pays partenaires disent qu'ils disposent de mécanismes permettant d'examiner avec les donateurs le résultat et l'impact des programmes liés au commerce. Nombre d'entre eux tiennent régulièrement des réunions conjointes avec les donateurs, et certains, comme le Ghana et Maurice, évaluent les résultats sur la base d'objectifs et d'indicateurs détaillés. Toutefois, 27 pays partenaires ne disposent pas de tels mécanismes, et dix autres (Albanie, Barbade, Belize, Iraq, Nicaragua, Monténégro, Sainte-Lucie, Tanzanie, Bahamas et Ukraine) n'ont pas répondu clairement à la question (graphique 2.14). Les auto-évaluations ne permettent pas toujours de savoir si les pays partenaires donnent des renseignements sur les mécanismes propres à l'aide pour le commerce ou sur les mécanismes destinés à évaluer l'impact de l'APD en général.

Graphique 2.14 La plupart des pays partenaires ont mis en place des mécanismes pour évaluer l'aide pour le commerce.

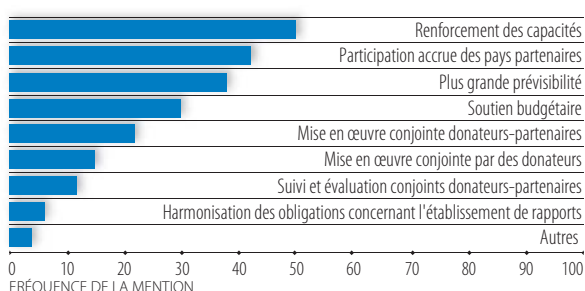


Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

Priorités pour améliorer l'efficacité de l'aide pour le commerce

Dans leurs auto-évaluations, les pays partenaires indiquent à peu près les mêmes domaines prioritaires pour améliorer l'efficacité de l'aide pour le commerce. Il faudrait notamment que les donateurs mettent davantage l'accent sur le renforcement des capacités, que les partenaires s'approprient davantage la conception des interventions, que le financement soit plus prévisible et que le soutien budgétaire (ou des approches sectorielles) soit davantage utilisé (graphique 2.15).

Graphique 2.15 Efficacité de l'aide pour le commerce : Principales priorités des pays partenaires



Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

Mettre davantage l'accent sur le renforcement des capacités est une priorité pour les deux tiers des pays partenaires.²¹ Les insuffisances en la matière tiennent, notamment, au fait que : i) les initiatives sont souvent fragmentées et ne reposent que sur quelques projets, négligeant les besoins plus généraux en matière de capacités (manque d'alignement); ii) les initiatives s'adressent en général à une audience limitée dans le gouvernement; et iii) les initiatives peuvent être difficiles à soutenir en cas de promotion ou de mutation des fonctionnaires qui ont reçu une formation.

Les pays partenaires soulignent que l'amélioration de l'efficacité de l'aide pour le commerce passe par le renforcement réussi des capacités. De plus, ils estiment que le renforcement des capacités devraient avoir pour but de remédier à la fois aux contraintes institutionnelles (Pérou et Bangladesh) et aux contraintes humaines (Équateur et Comores)²²; de promouvoir le transfert de connaissances et les bonnes pratiques (Indonésie); de renforcer l'appropriation par les pays (Zambie); d'assurer un meilleur alignement et une meilleure absorption de l'aide (Yémen); d'améliorer l'efficacité et la prévisibilité de l'aide (Kenya et Comores); et de contribuer à la viabilité des programmes (Ouganda et Belize).

La participation accrue à la conception des interventions

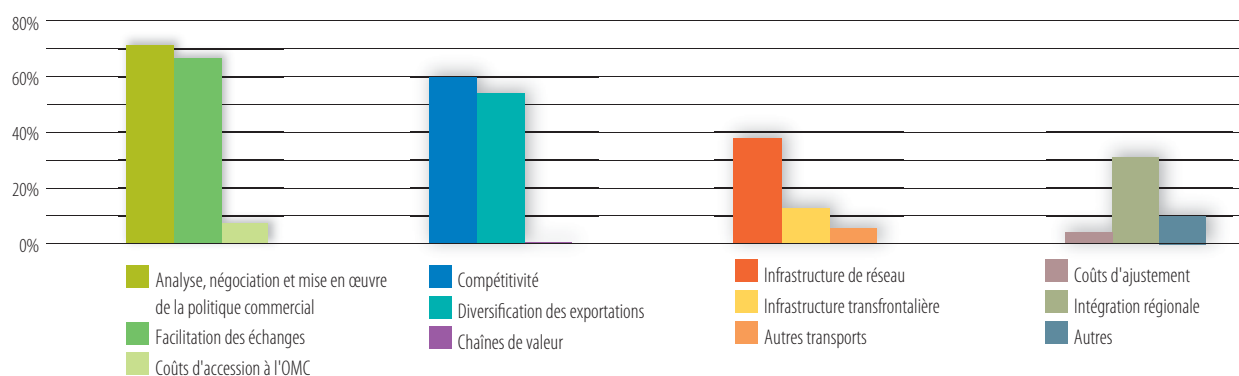
est une priorité pour la moitié des pays partenaires et pour deux PMA sur trois. Cela montre leur attachement profond au principe de l'appropriation par les pays. Par exemple, dans la *Déclaration de Maseru* de février 2008, les ministres des PMA ont accordé « un niveau de priorité et d'importance élevé à l'appropriation nationale par les PMA du CIR en tant qu'instrument efficace pour accroître le développement économique » (27-29 février 2008). La Tanzanie, La Dominique, Sainte-Lucie, le Sénégal et la Colombie soulignent qu'une meilleure appropriation par les pays est essentielle pour que les donateurs orientent leur assistance vers les priorités effectives des pays partenaires en matière d'aide pour le commerce.

Un financement plus prévisible est une priorité pour près de la moitié des pays partenaires. À cette fin, il faudrait notamment que les donateurs s'engagent fermement à effectuer les décaissements en temps utile (Tanzanie) et que des plans de dépenses indicatifs soient établis (Zambie, Belize). Saint-Vincent-et-les-Grenadines fait observer que le renforcement des systèmes de gestion des finances publiques permettrait d'avoir une vue d'ensemble plus précise des apports d'aide, ce qui pourrait accroître la prévisibilité, améliorer la planification et renforcer la responsabilité. Le Panama note que des systèmes efficaces de gestion de l'information et des ressources pourraient aussi aider à optimiser le processus de coopération et faciliter l'accès à l'information.

L'utilisation plus large du soutien budgétaire (ou d'approches sectorielles du commerce) est considérée comme une priorité par plus du tiers des pays partenaires. Selon l'Ouganda, le soutien budgétaire est la façon la plus directe et la plus efficace de permettre aux pays partenaires d'affecter les ressources aux priorités nationales (alignement) et de veiller à ce que les ressources soient utilisées aux fins prévues. Le Guyana estime que le soutien budgétaire est encore plus important compte tenu de la récession économique actuelle et des perspectives incertaines de l'APD. Moldavie fait valoir que le soutien budgétaire renforce l'utilisation des systèmes nationaux, ce qui est essentiel pour améliorer l'efficacité de l'aide.

L'amélioration de l'alignement est jugée importante par plusieurs pays partenaires (bien qu'elle ne soit pas considérée comme une priorité). Madagascar souligne que l'APD devrait être alignée sur les priorités de l'aide pour le commerce énoncées dans les stratégies nationales de développement. D'après le Malawi, les pays partenaires devraient identifier leurs besoins en matière de capacités et les donateurs devraient aligner leur soutien sur ces priorités. Le Bangladesh et la Colombie estiment que, bien souvent, les initiatives prises par les donateurs pour renforcer les capacités ne tiennent pas suffisamment compte des besoins effectifs des pays, de la viabilité des programmes ou des conditions locales.

Graphique 2.16 Domaines où l'aide pour le commerce est la plus efficace



Source : Questionnaire OCDE-OMC destiné aux pays partenaires.

D'autres mesures peuvent être prises pour améliorer l'efficacité de l'aide pour le commerce. On peut notamment supprimer la conditionnalité pour accélérer les décaissements (Cameroun), faire en sorte que ce soit les pays partenaires qui établissent les priorités pour approbation par les donateurs, et non l'inverse (Malawi), mettre en œuvre les plans d'action nationaux dans l'optique de l'intégration régionale, et renforcer les organismes chargés de la mise en œuvre (Viet Nam).

Efficacité des programmes d'aide pour le commerce

Dans leurs auto-évaluations, les pays partenaires estiment généralement que les quatre programmes d'aide pour le commerce les plus efficaces sont les suivants : i) analyse, négociation et mise en œuvre de la politique commerciale; ii) facilitation des échanges; iii) compétitivité; et iv) diversification des exportations (graphique 2.16). La perception de l'efficacité des programmes d'aide pour le commerce varie aussi en fonction du niveau de revenu des pays partenaires : les PRITS ont tendance à considérer la compétitivité comme le domaine où l'aide a été la plus efficace, tandis que les PRITL, les APFR et les PMA estiment que c'est l'analyse, la négociation et la mise en œuvre de la politique commerciale et la facilitation des échanges.

Si l'infrastructure de réseau est considérée comme une priorité par de nombreux pays partenaires, ce n'est pas à leurs yeux un domaine où l'aide pour le commerce est la plus efficace. Vu que les ressources allouées à l'infrastructure de réseau augmenteront probablement dans l'avenir, ce devrait être là un motif de préoccupation. Cette évaluation négative de l'efficacité des projets dans ce domaine contraste aussi fortement avec l'appréciation généralement positive des projets d'infrastructure régionaux (mis en évidence dans le chapitre 5). Cette déconnexion entre les priorités et l'efficacité de l'aide mérite une analyse approfondie et montre qu'il faut se placer au niveau des pays.

L'analyse, la négociation et la mise en œuvre de la politique commerciale

est le domaine le plus fréquemment cité comme étant celui où l'aide pour le commerce est jugée la plus efficace. Les Philippines estiment que les activités de formation et les ateliers ont été particulièrement utiles pour aider les fonctionnaires à mieux comprendre la fonction, la structure et les règles du système commercial multilatéral. Sri Lanka déclare que l'assistance technique de l'OMC a aidé à former des négociateurs commerciaux, mais craint qu'en se focalisant trop sur les règles plutôt que sur la politique de développement, les programmes de l'OMC ne fassent des fonctionnaires des « suiveurs de règles » et non des « faiseurs de règles ». La Tanzanie souligne aussi l'efficacité de la formation et des ateliers relatifs au commerce.

La facilitation des échanges est le deuxième domaine le plus souvent considéré comme un domaine où l'aide pour le commerce est efficace. La simplification des procédures douanières et l'amélioration du fonctionnement des autorités portuaires sont jugées particulièrement importantes et utiles (Ghana, Kenya, Malawi).

La compétitivité est le troisième domaine le plus souvent considéré comme un domaine où l'aide pour le commerce est efficace. Le Belize, par exemple, déclare que le Cadre spécial d'assistance pour la banane financé par l'UE – qui a fourni une assistance technique, des fournitures, une infrastructure et des écoles et assuré la formation d'enseignants – a joué un rôle important dans l'amélioration de la compétitivité de son secteur bananier.

La diversification des exportations est le quatrième domaine où l'aide pour le commerce est jugée efficace. La Zambie, par exemple, indique que les projets financés par le Fonds européen de développement ont contribué à l'accroissement de la capacité d'exportation de ses secteurs horticole et floricole.

Partage d'exemples de bonnes pratiques en matière d'aide pour le commerce

Dans leurs auto-évaluations, les pays partenaires citent aussi un certain nombre d'exemples de bonnes pratiques en matière d'aide pour le commerce, qui montrent les résultats positifs des efforts déployés conjointement par les donateurs et les partenaires pour améliorer l'efficacité de l'aide pour le commerce et qui aident les autres pays ayant une situation analogue à se familiariser avec les démarches et les modèles qui fonctionnent.

- ▶ **Les programmes qui permettent d'améliorer l'élaboration de la politique commerciale** sont cités par 13 pays comme des exemples de bonnes pratiques dans le domaine de l'aide pour le commerce. L'efficacité des programmes de formation et d'assistance technique de l'OMC, notamment en ce qui concerne l'accession, est soulignée par l'Azerbaïdjan, le Costa Rica, l'Équateur, le Mali, le Monténégro, les Philippines et le Viet Nam. La République dominicaine, l'Équateur et le Pérou signalent que le Programme d'appui au commerce extérieur de la BID a contribué à renforcer leurs capacités institutionnelles et les a aidés à formuler de meilleures politiques commerciales. La Grenade et le Swaziland évoquent diverses initiatives axées sur l'élaboration de stratégies d'exportation nationales. Dans le cas de la Grenade, l'initiative a réuni le secteur public et le secteur privé, ainsi que des ONG, pour l'élaboration d'une stratégie globale visant à accroître et diversifier les exportations. L'Ouganda se félicite de l'assistance qu'il a reçue pour la mise en place d'un mécanisme efficace de consultation et de coordination public-privé en vue de l'élaboration de la politique commerciale.
- ▶ **Les programmes et projets de renforcement de la capacité de production** sont considérés par huit pays comme de bonnes pratiques en matière d'aide pour le commerce. Le Panama décrit plusieurs projets réussis découlant du programme « Compète Panama ». L'Uruguay souligne l'intérêt d'un programme de promotion des entreprises financé par la BID en faveur de l'industrie des logiciels. La République dominicaine note le succès de divers projets financés par la BID relevant du cadre de renforcement des capacités techniques prévu par l'Accord de libre-échange entre la République dominicaine et l'Amérique centrale (RD-ALEAC), en particulier un projet visant à soutenir l'ajustement dans le secteur agro-alimentaire. Saint-Kitts-et-Nevis décrit l'aide précieuse qu'il a reçue pour construire des bateaux de pêche spécialisés et

améliorer les pistes d'atterrissage. La Jordanie mentionne plusieurs programmes réussis de renforcement des capacités financés par l'UE ou les États-Unis en faveur des petites et moyennes entreprises (PME). Au Kenya, l'Administration fiscale a bénéficié d'un soutien grâce auquel elle a pu informer ses différents services. En Tanzanie, le Programme de promotion des entreprises a permis de moderniser les laboratoires de normalisation, de créer un mécanisme pour la compétitivité des PME et d'assurer à une cinquantaine de spécialistes des questions commerciales une formation de niveau postuniversitaire. Le Mali mentionne aussi plusieurs projets réussis d'aide pour le commerce qui visaient à renforcer le secteur des entreprises.

- ▶ **Les projets de facilitation des échanges et de certification** sont mentionnés par cinq pays comme des exemples de bonnes pratiques en matière d'aide pour le commerce. Le Paraguay participe à un important mécanisme de facilitation des échanges, appelé VUE, qui vise à simplifier et accélérer les procédures douanières par la création d'un guichet unique pour les exportations. Le Lesotho a lui aussi mis en place un guichet unique pour simplifier les formalités douanières et faciliter les échanges. Le Pakistan a bénéficié d'un projet d'assistance technique et de renforcement des capacités dans le domaine SPS, financé par l'UE et exécuté par l'Organisation des Nations Unies pour le développement industriel (ONUDI), qui a permis à 18 laboratoires d'analyse d'obtenir une accréditation internationale. Le Malawi fait état du succès d'un programme de renforcement des capacités dont a bénéficié son Bureau de normalisation dans le cadre du CIR. L'Indonésie souligne l'intérêt du programme de soutien au commerce financé par l'UE, qui lui a permis d'améliorer les normes et de simplifier les procédures d'importation et d'exportation.
- ▶ **Les processus et les outils du CIR** sont considérés par cinq pays (Cambodge, Comores, Mali, Sénégal et Zambie) comme des exemples de bonnes pratiques en matière d'aide pour le commerce. Les Comores, par exemple, notent que leur EDIC a été un outil très efficace pour identifier et hiérarchiser leurs besoins en matière d'aide pour le commerce. Le Cambodge signale qu'il a utilisé le processus du CIR pour élaborer une approche sectorielle du commerce (et d'autres projets).

Voici d'autres exemples de bonnes pratiques en matière d'aide pour le commerce :

- ▶ Au Guatemala, les donateurs ont procédé avec succès à des évaluations axées sur la facilitation et la promotion des échanges, dont les résultats justifient un complément d'activités en 2009;
- ▶ Le Ghana explique comment son Programme de soutien budgétaire multidonateurs a permis d'assurer le décaissement rapide des fonds. En particulier, le fonds commun créé à l'appui de la Stratégie de développement du secteur privé est un modèle d'alignement réussi et d'harmonisation de la politique d'aide;
- ▶ Saint-Kitts et-Nevis souligne les bons résultats de son nouveau Comité directeur national, qui a vu le jour dans le cadre du Projet de renforcement des capacités en matière de facilitation des échanges et qui institutionnalise le dialogue entre les pouvoirs publics et le secteur privé;
- ▶ Maurice met l'accent sur les outils qu'il a mis au point pour suivre et évaluer son programme de réformes. Après avoir mis en place un cadre global pour l'évaluation des résultats, le pays a institutionnalisé plusieurs forums destinés à encourager le dialogue avec la communauté des donateurs, notamment la réunion pour l'examen conjoint du programme national, qui permet aux fonctionnaires et aux donateurs de réfléchir aux moyens d'améliorer la coordination et la fourniture de l'aide.

L'Afghanistan et le Guyana donnent plusieurs exemples de bonnes pratiques pour le renforcement des capacités institutionnelles et la création d'un environnement favorable aux affaires. Le Guyana souligne les efforts faits pour moderniser la législation et la réglementation relatives aux marchés publics, et établir l'Administration fiscale et le Conseil national d'administration des marchés et des appels d'offres; ces réformes ont rendu obligatoires les appels d'offres ouverts et ont renforcé la transparence et la responsabilité dans le domaine des marchés publics. En Afghanistan, plusieurs programmes d'aide pour le commerce ont donné des résultats importants, allant de l'élaboration d'une nouvelle loi sur le commerce à la mise en place d'un réseau de télécommunication et au développement de nouvelles ressources bancaires (indispensables au financement du commerce).

L'examen des réponses au questionnaire des pays partenaires montre que ceux-ci ont généralement un avis positif sur les résultats des activités d'aide pour le commerce passées et présentes. Ils considèrent que le soutien des donateurs a permis de mettre au point, de manière novatrice, non seulement des stratégies nationales efficaces mais aussi des processus efficaces pour la coordination, la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation de ces stratégies.

CONCLUSIONS

L'augmentation en 2009 du taux de réponse au questionnaire destiné aux pays partenaires par rapport à 2007 et les renseignements plus substantiels qui ont été fournis montrent que l'Initiative Aide pour le commerce met davantage en relief les questions commerciales dans les plans et les stratégies de développement et dans leur mise en œuvre. Il ressort des réponses que les prochaines étapes devront viser à formuler plus clairement les besoins liés au commerce au niveau des pays, et à renforcer encore le dialogue entre donateurs et pays partenaires sur les stratégies nationales de développement et sur la mise en œuvre de ces stratégies.

Les pays partenaires déclarent qu'ils s'emploient activement à améliorer la qualité de l'aide en général, et de l'aide pour le commerce en particulier, et qu'ils le font avec le soutien de la communauté des donateurs. L'intégration du commerce dans les stratégies nationales de développement devient une réalité au niveau décisionnel dans la plupart des pays partenaires, processus qui est facilité par l'existence de nouvelles structures de coordination et par la participation régulière des donateurs. Dans l'ensemble, ces résultats sont encourageants en égard aux orientations données dans la Déclaration de Paris sur l'efficacité de l'aide, qui ont été réitérées dans le récent Programme d'action d'Accra.

Il subsiste des difficultés pour suivre les apports d'aide et déterminer la contribution de l'aide pour le commerce au développement des échanges. Les réponses au questionnaire montrent qu'un certain nombre de pays partenaires ont beaucoup de mal à discerner les flux d'aide pour le commerce dans leurs systèmes de suivi, ce qui tient souvent au fait qu'ils n'ont pas la capacité de recenser les apports d'aide au niveau central et de désagréger les différentes composantes liées au commerce. Certains pays partenaires disent avoir besoin d'un soutien additionnel pour procéder à un suivi et à une évaluation de qualité.

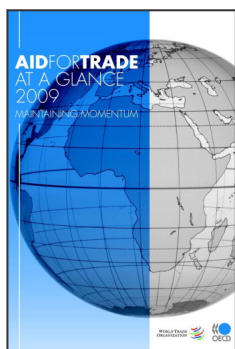
En vue des prochaines étapes de l'Initiative Aide pour le commerce, les pays partenaires prennent des dispositions pour identifier et formuler leurs besoins de manière plus précise. Certes, les besoins varient d'un pays à l'autre, mais nombreux sont ceux qui donnent la priorité à l'infrastructure de réseau, à la compétitivité, à la diversification des exportations et à l'analyse de la politique commerciale. Vu que les donateurs et les pays partenaires s'accordent à penser que l'aide pour le commerce devrait être dictée par la demande, ces priorités devraient avoir un poids important dans la détermination des actions et des apports futurs d'aide pour le commerce (voir les fiches analytiques pour connaître les priorités des différents pays partenaires).

Du point de vue de la mise en œuvre, les pays partenaires soulignent qu'il faut insister davantage sur le renforcement des capacités, l'appropriation et la prévisibilité du financement. Ils soulignent aussi l'importance de la gestion axée sur les résultats et de la responsabilité mutuelle. Les pays partenaires considèrent de plus en plus que les problèmes de mise en œuvre jouent un rôle décisif dans l'efficacité de l'aide pour le commerce. Les mesures prises pour résoudre ces problèmes – et maximiser l'efficacité de l'aide pour le commerce – revêtent une importance toute particulière au regard de la crise économique mondiale. D'autres études devraient être effectuées au niveau national pour mieux cerner la nature et l'étendue des contraintes qui empêchent aujourd'hui les pays partenaires de tirer pleinement parti des avantages du commerce. ■

NOTES

1. L'analyse initiale a été effectuée sur la base de 83 réponses au questionnaire. Deux pays ont ensuite retiré leurs réponses, et, comme il était trop tard pour modifier l'analyse globale, les passages faisant directement mention de ces pays ont été supprimés de la présente publication. Les réponses de six autres pays (Angola, El Salvador, Haïti, Namibie, Samoa et Seychelles), parvenues après la date limite, n'ont pas été prises en compte dans l'analyse. Elles se trouvent sur le CD-ROM.
2. Dans la plupart des pays partenaires, c'est le *Ministère du commerce* ou des *finances* qui, en coordonnant les contributions des autres ministères, était le mieux placé pour exprimer les vues de l'ensemble du gouvernement dans l'auto-évaluation.
3. On estime que 112 pays partenaires ont reçu le questionnaire.
4. En 2007, seuls huit pays partenaires avaient répondu au questionnaire (Cambodge, Colombie, Malawi, Maurice, Panama, Pérou, Philippines et Uruguay). Ces mêmes pays ont répondu aussi au questionnaire de 2009.
5. Des renseignements supplémentaires sur les raisons de cet important progrès, en particulier sur la modification du questionnaire, sont donnés dans l'annexe consacrée à la méthodologie.
6. Sur les 40 PMA qui ont reçu le questionnaire, 28 ont envoyé leurs réponses avant la date limite et sont pris en compte dans l'analyse. Deux autres réponses ont été reçues hors délai et se trouvent sur le CD-ROM. Ce taux de réponse illustre l'engagement des PMA dans l'Initiative Aide pour le commerce.
7. Les quatre pays qui n'en ont pas sont des pays à revenu intermédiaire de la tranche supérieure d'Amérique centrale et d'Amérique du Sud (Antigua-et-Barbuda, Bahamas, Belize et Uruguay). Ces pays (à l'exception de l'Uruguay) sont des petits pays en développement insulaires, dont les capacités sont limitées par leur taille. Les quatre pays ont indiqué qu'ils utilisent le budget annuel de l'État pour traiter leurs problèmes commerciaux.
8. Les documents de stratégie pour la réduction de la pauvreté (DSRP) tiennent lieu de stratégie nationale de développement dans 12 des 43 pays qui ont pleinement intégré le commerce (Bangladesh, Bénin, Mali, Pakistan, Rwanda et Sénégal, entre autres). Dans le cas du Mali, le DSRP repose sur une approche hiérarchisée du commerce et de la croissance économique, ce qui a permis la publication d'une stratégie de croissance accélérée en octobre 2008.
9. Trois pays (République centrafricaine, Honduras et Sierra Leone) qui ont pleinement intégré le commerce dans leurs stratégies nationales de développement, établissent leurs priorités commerciales à l'aide d'autres outils – stratégies sectorielles ou budget annuel de l'État, par exemple. La Sierra Leone définit ses priorités commerciales dans son deuxième DSRP. Plusieurs de ses politiques sectorielles (développement rural et développement du secteur privé, par exemple) incluent aussi la dimension commerciale.
10. Un pays partenaire a pleinement intégré le commerce s'il lui accorde un rang de priorité élevé dans son plan de développement national et si le plan prévoit des priorités commerciales et des mesures de mise en œuvre bien définies. Un pays partenaire a partiellement intégré le commerce dans son plan de développement national si le commerce y est mentionné mais le plan n'inclut pas d'objectifs opérationnels ni de plans d'action. Le pays peut définir ses priorités commerciales dans d'autres documents. Aux fins de la présente analyse, il a fallu ranger plusieurs pays partenaires dans l'une des catégories ci-dessus en fonction de leurs réponses écrites.

11. Des stratégies intersectorielles sont utilisées par Antigua-et-Barbuda, le Guatemala, le Kenya, les Maldives, l'Ouganda et le Pérou.
12. Le Cap-Vert n'est plus un PMA mais, comme son changement de statut est récent et du fait de sa participation active, il continuera à bénéficier du CIR.
13. Les pays partenaires ont été invités à identifier leurs trois principales priorités sur une liste de 12 catégories concernant la promotion et l'intégration du commerce. Cette liste a été établie en consultation avec des pays partenaires de manière à être générale et facile à comprendre, si bien qu'elle ne suit pas exactement la ventilation des données du SNPC.
14. Il a été demandé aux pays partenaires de préciser l'état de la mise en œuvre pour chacune de leurs trois principales priorités. Cette statistique représente la moyenne simple de leurs réponses pour les trois priorités.
15. Alors que 59 pour cent des pays ont une stratégie opérationnelle pour au moins une de leurs principales priorités, 52 pour cent seulement indiquent avoir entièrement intégré le commerce dans leurs plans de développement nationaux comportant des priorités liées au commerce et des plans de mise en œuvre bien définis.
16. Bien que les profils SNPC aient été envoyés aux missions à Genève, certains pays n'ont pas reçu le leur et n'ont donc pas pu répondre à la question.
17. Sur les 28 PMA, 27 ont répondu à cette question (le 28ème PMA est le Myanmar, qui ne participe pas au CIR). Le Cap-Vert ne fait plus partie des PMA depuis peu, mais il participe au CIR.
18. Au Lesotho et au Rwanda, le point focal est chargé de coordonner les questions commerciales, bien que l'EDIC n'ait pas été actualisée. Le Rwanda est en train d'actualiser son EDIC. Par contre, au Burkina Faso, l'EDIC reflète exactement les priorités commerciales, mais le point focal ne coordonne pas la stratégie commerciale.
19. Le Burkina Faso ne fournit pas d'autres renseignements.
20. Huit pays ont répondu qu'ils ne savaient pas s'ils suivaient ou évaluaient les programmes liés au commerce bénéficiant d'un soutien des donateurs.
21. Il a été demandé à chaque pays partenaire d'identifier trois priorités principales.
22. Cette demande d'amélioration des capacités institutionnelles/humaines cadre avec le fait que la plupart des pays donnent la priorité à l'analyse, à la négociation et à la mise en œuvre de la politique commerciale.



Extrait de :
Aid for Trade at a Glance 2009
Maintaining Momentum

Accéder à cette publication :

<https://doi.org/10.1787/9789264069022-en>

Merci de citer ce chapitre comme suit :

OCDE/Organisation mondiale du commerce (2010), « Créer un terrain favorable : progrès de l'engagement des pays partenaires », dans *Aid for Trade at a Glance 2009 : Maintaining Momentum*, Organisation mondiale du commerce, Geneva/Éditions OCDE, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264069107-7-fr>

Cet ouvrage est publié sous la responsabilité du Secrétaire général de l'OCDE. Les opinions et les arguments exprimés ici ne reflètent pas nécessairement les vues officielles des pays membres de l'OCDE.

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

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 Internet et matériel d'enseignement, sous réserve de faire mention de la source OCDE et du copyright. 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 peuvent être obtenues auprès du Copyright Clearance Center (CCC) info@copyright.com ou du Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) contact@cfcopies.com.