



**COMMUNICATION PRÉSENTÉE PAR L'AUSTRALIE; LE BRÉSIL; LE CANADA;  
LA COLOMBIE; HONG-KONG, CHINE; LE JAPON; LE MEXIQUE;  
LE NIGÉRIA; LA NORVÈGE; LA NOUVELLE-ZÉLANDE;  
LA RÉPUBLIQUE DE CORÉE; LE ROYAUME-UNI;  
SINGAPOUR; ET L'UKRAINE**

**DISCUSSIONS EXPLORATOIRES SUR LE SOUTIEN À LA CAPACITÉ NUMÉRIQUE  
DES ENTREPRISES ET DES CONSOMMATEURS**

*Révision<sup>1</sup>*

La communication ci-après, datée du 1<sup>er</sup> décembre 2020, est distribuée aux membres du Conseil du commerce des services à la demande des délégations de l'Australie; du Brésil; du Canada; de la Colombie; de Hong-Kong, Chine; du Japon; du Mexique; du Nigéria; de la Norvège; de la Nouvelle-Zélande; de la République de Corée; du Royaume-Uni; de Singapour; et de l'Ukraine.

---

1. Avant la pandémie de COVID-19, le commerce des services était le secteur qui connaissait la croissance la plus rapide au niveau mondial, les exportations de services commerciaux augmentant trois fois plus vite que les exportations de marchandises, mesurées en valeur.<sup>2</sup> Dans le même temps, le Rapport sur le commerce mondial 2019 de l'OMC a mis en évidence une évolution vers les services en ligne ("mode 1"; 30% du commerce des services en 2017). La pandémie a touché des secteurs tels que le tourisme, les transports et les services de distribution, mais l'augmentation de la fourniture de services en ligne devrait se poursuivre.<sup>3</sup>

2. La tendance à recourir aux services en ligne, accélérée par la pandémie, comporte à la fois des possibilités et des difficultés pour les entreprises, les consommateurs et les gouvernements.

3. Les entreprises ont rapidement réagi à l'évolution de l'environnement opérationnel provoqué par la COVID-19 et ont déployé des solutions numériques visant à soutenir le personnel, à servir les clients, à trouver d'autres options d'approvisionnement, à communiquer avec les parties prenantes et à améliorer l'efficacité opérationnelle et financière. Dans de nombreux pays, les gouvernements ont cherché à appuyer ces efforts ou sont en train de prendre des dispositions pour faciliter l'achat et la vente de services et de marchandises en ligne. Cela englobe aussi les politiques liées à la reprise économique après la pandémie.

4. La pandémie a également mis en évidence l'importance de l'inclusion numérique et les difficultés auxquelles tous les pays sont confrontés pour réduire la fracture numérique. Cela est particulièrement ressenti par les petits fournisseurs et au sein des pays en développement et des pays les moins avancés.

5. Pour aider les gouvernements à réfléchir à la manière de traiter ces questions, nous proposons que les Membres, dans le cadre du Programme de travail du CCS sur le commerce électronique,

---

<sup>1</sup> La présente révision vise à ajouter la République de Corée à la liste des coauteurs de la communication.

<sup>2</sup> Rapport sur le commerce mondial 2019 [https://www.wto.org/french/res\\_f/reser\\_f/wtr\\_f.htm](https://www.wto.org/french/res_f/reser_f/wtr_f.htm).

<sup>3</sup> Note d'information de l'OMC sur le commerce électronique, le commerce et la pandémie de COVID-19 [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/covid19\\_e/ecommerce\\_report\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/ecommerce_report_e.pdf).

échangent des renseignements sur les programmes nationaux actuels visant à accroître la capacité numérique et à combler la fracture numérique dans la mesure où ils concernent le commerce électronique. De cette manière, nous pourrions apprendre de l'expérience des uns et des autres et aider les capitales en leur fournissant des renseignements sur les meilleures pratiques en matière de politique dans ce domaine.

6. Pour alimenter la discussion, nous proposons les questions ci-après en guise de première étape:

- Quelles sont les difficultés et les possibilités en matière de solutions numériques et de fourniture de services numériques?
  - Que font les Membres pour relever ces difficultés et exploiter ces possibilités? Par exemple, quels programmes, politiques ou pratiques nationales ont été ou sont mis en place pour accroître la capacité numérique et réduire la fracture numérique en ce qui concerne le commerce électronique, y compris toute assistance fournie aux MPME?
  - Les Membres mènent-ils des activités de coopération pour soutenir les capacités numériques et réduire la fracture numérique en matière de commerce électronique?
-