

# ACCORD GENERAL SUR LES TARIFS DOUANIERS ET LE COMMERCE

RESTRICTED

Spco(64)20  
4 février 1964

## CREATION DE SERVICES D'INFORMATION COMMERCIALE DANS LE CADRE DU GATT

### Note du secrétariat

1. Le Groupe d'experts a été chargé d'"évaluer les incidences financières de la création et de l'exploitation" d'un centre d'information commerciale "sur la base de plusieurs projets différents" (point iii) du mandat du Groupe).
2. Il est évident que le coût de la création et de l'exploitation d'un service d'information commerciale dans le cadre du GATT dépendra de l'ampleur que les PARTIES CONTRACTANTES voudront donner à ce service. Il faut également tenir compte de la mesure dans laquelle un service de ce genre complétera les services de promotion des exportations au sujet desquels des parties contractantes ont déjà fait un certain nombre de propositions, ou sera complété par eux.
3. Compte tenu des vues exprimées par les gouvernements sur la proposition relative à la création de services d'information commerciale (COM.III/115 et Add.1) ainsi que des débats du Troisième Comité, le secrétariat a procédé à une première estimation des frais qu'entraînerait vraisemblablement la création dans le cadre du GATT de services d'information commerciale et de services consultatifs de promotion commerciale; il s'est appuyé pour cela sur une formule qui semblerait constituer un compromis acceptable entre les diverses propositions présentées.
4. Les propositions ci-après, concernant la création et l'exploitation du centre, ont pour objet une prestation maximale de services pour un minimum de dépenses. Elles reposent sur l'hypothèse que certains coûts - par exemple celui des bureaux, ou le coût de l'utilisation d'équipement et de services communs<sup>1</sup> - pourraient être temporairement imputés sur le budget général. Elles présupposent en outre que les publications du centre paraîtront en anglais, espagnol et français et qu'elles traiteront essentiellement des questions et des produits dont il a été prévu que le centre devrait s'occuper<sup>2</sup>. En outre il est envisagé qu'à l'avenir les gouvernements se conformeront de manière plus efficace aux procédures de notification

<sup>1</sup>Services d'administration, prestations de caractère technique assurées de façon générale par les différents services du secrétariat, pool dactylographie, utilisation et entretien de l'équipement et du matériel, à l'exclusion du coût des publications additionnelles.

<sup>2</sup>Les besoins en personnel et les frais y afférents ont été évalués en supposant que le nombre des abonnements variera au début entre 1 000 et 2 000. Quant aux questions dont le centre devra s'occuper, on a supposé qu'il fournirait pour commencer des renseignements sur des produits spécialement choisis (par exemple, les produits étudiés par le Troisième Comité).

des changements intervenus dans leur politique commerciale, et que ces notifications seront développées à certains égards, de façon que le centre puisse travailler essentiellement sur la base des notifications officielles. C'est d'après ces éléments que le secrétariat a évalué les besoins en personnel et les frais d'exploitation d'un service d'information et de promotion commerciales. Il est à noter que les hypothèses concernant les dépenses et les recettes ne sauraient donner qu'une indication des ordres de grandeur.

5. Un service d'information commerciale capable d'aider assez utilement les pays peu développés, et qui serait utile aussi aux pays industrialisés - encore que dans une moindre mesure - pourrait être organisé suivant le plan ci-après, qui distingue les prestations fournies pendant la première année des prestations fournies la deuxième année.

i) Première année

a) Création d'un "centre de documentation" qui réunirait des informations sur tous les sujets pertinents (voir en particulier le document COM.III/126, paragraphe 12); le centre tiendrait à jour une documentation concernant certains sujets déterminés et fournirait dans une mesure limitée des renseignements sur ces sujets en attendant que fonctionne le service de correspondants.

b) Reprise de la publication du "Bulletin du commerce international" sous une forme spéciale qui réponde aux besoins des pays peu développés dans le domaine commercial. Cette publication serait appelée à devenir en définitive mensuelle, mais elle pourrait ne paraître au début que tous les deux mois.

c) Publication d'un index de toutes les sources d'information commerciale (en collaboration avec les gouvernements et avec certaines organisations comme la Chambre de commerce internationale); prestations d'une aide aux exportateurs pour la recherche de sources fructueuses d'informations commerciales.

d) Collecte (mais non publication immédiate) de la documentation qui sera reprise dans le "Manuel des exportateurs" et les brochures complémentaires. Au fur et à mesure de ce travail, cependant, le Centre pourrait publier les renseignements dont la mise à disposition en temps utile serait particulièrement précieuse pour les pays peu développés.

ii) Deuxième année

a) Etablissement du système des correspondants, sur la base de la documentation réunie par le centre.

b) Publication (sous la forme de feuillets libres) d'un Manuel des exportateurs contenant des informations sur un choix de sujets et de produits qui devra être déterminé de façon plus précise. (Pour que cette publication ait lieu la deuxième année, il faudra que le nombre des sujets et des produits considérés puisse être maintenu dans les limites d'un minimum utile.)

c) Publication mensuelle du Bulletin du commerce international et modification partielle de sa présentation (encartage éventuel de feuillets libres) de façon qu'il serve à tenir le manuel à jour.

d) Rédaction et publication éventuelle de certaines brochures complémentaires dont il est question dans la proposition brésilienne.

6. S'il était convenu de créer également un service consultatif de promotion commerciale, il faudrait prévoir d'employer le système des correspondants dans ce domaine, et envisager la possibilité d'organiser à Genève des cours d'enseignement de la promotion commerciale.

7. Pour le financement des services susmentionnés, les dépenses minimales suivantes devraient être envisagées:

i) Pour la première année de fonctionnement du centre, 60 000 dollars environ s'il n'est assuré qu'un service d'information commerciale, ou 70 000 dollars si l'on assure à la fois un service d'information commerciale et un service consultatif de promotion commerciale.

Le budget d'environ 60 000 dollars pour le service d'information commerciale correspondrait aux frais de recrutement et d'emploi de quatre fonctionnaires de la catégorie organique et de deux fonctionnaires de la catégorie des services généraux (soit 48 000 dollars)<sup>1</sup>, plus le coût du matériel, des travaux d'imprimerie et de l'équipement (7 000 dollars), et les frais de promotion (8 000 dollars y compris les voyages) pour l'établissement du service.

---

<sup>1</sup>Un chef de service, un traducteur [français/anglais en espagnol], deux spécialistes des questions économiques et deux fonctionnaires de la catégorie des services généraux. Sur le chiffre précité, 4 000 dollars (frais d'installation et de déménagement etc.) constitueraient des dépenses non renouvelables.

Le budget de 70 000 dollars pour la création et le fonctionnement du service d'information commerciale et du service consultatif de promotion commerciale semblerait nécessaire pour permettre le recrutement d'un expert hautement qualifié en matière de promotion commerciale, qui serait chef du service, ou bien l'emploi de consultants: ce budget couvrirait en même temps les dépenses supplémentaires nécessaires pour l'organisation des cours d'enseignement à Genève<sup>1</sup>.

ii) Pour la deuxième année de fonctionnement du centre viendraient s'ajouter aux dépenses de la première année les coûts de création de trois postes supplémentaires dans la catégorie organique, y compris un deuxième traducteur et deux spécialistes des questions économiques, ainsi que de deux postes de la catégorie des services généraux pour tenir compte de l'accroissement du volume de travail au fur et à mesure que les tâches dévolues au centre se développeront comme il est envisagé au paragraphe 5 ii) ci-dessus.

La dépense minimale pour recruter ce personnel supplémentaire et en rémunérer les services pourrait être estimée à 32 500 dollars. En outre, les frais d'impression seraient considérablement plus élevés, en raison notamment de la publication du "Manuel" mais aussi des modifications qui devront être apportées à la présentation et à la teneur du Bulletin du commerce international. Une estimation modérée pour les coûts d'impression additionnels au cours de la deuxième année situerait la dépense entre 10 000 et 14 000 dollars, ce qui porterait les coûts totaux d'impression à un chiffre compris entre 15 000 et 19 000 dollars<sup>2</sup>.

Ces frais additionnels porteraient à 105 000 dollars environ les dépenses totales pour le service d'information commerciale au cours de la deuxième année de fonctionnement (dans les conditions indiquées ci-dessus).

S'il était assuré un service consultatif de promotion commerciale, son coût s'élèverait à 115 000 dollars environ.

---

<sup>1</sup> Le coût de ces services serait plus élevé si les cours d'enseignement avaient lieu hors de Genève. A ce propos, on pourrait cependant étudier la possibilité d'un financement par le Bureau de l'assistance technique des Nations Unies.

<sup>2</sup> A supposer que le centre touchera 1 000 à 2 000 abonnés. Le coût total croîtrait avec le nombre d'abonnés, mais les recettes correspondantes augmenteraient dans de plus fortes proportions.

8. On se rappellera que la proposition brésilienne envisage que le centre serait financé au départ au moyen de contributions des gouvernements, mais qu'il pourrait vivre de ses abonnements par la suite. De toute évidence, le nombre des abonnements sera inversement proportionnel au coût de l'abonnement. Il n'est pas possible de fixer à priori le prix d'abonnement qui maximiserait la recette, étant donné en particulier qu'il faut tenir compte des différences de coûts avec les services analogues existant dans différents pays. Pour arriver à une évaluation réaliste de la demande probable d'un type bien défini de services, un examen plus approfondi sera nécessaire.

9. Comme point de départ d'une discussion du financement du centre, on pourrait prendre pour hypothèse que le centre vendra un minimum de 1 200 abonnements (soit environ vingt pour chaque partie contractante), pour la prestation globale de tous ses services à un prix forfaitaire de 5 dollars par mois, avec un rabais sur quantité de 20 pour cent dans le cas de la moitié du nombre total des abonnements; cela en mettrait le prix moyen à 4,50 dollars. Dans ces conditions, la recette totale serait de 64 800 dollars<sup>1</sup>. Comme le coût total du service d'information commerciale serait de 105 000 dollars<sup>2</sup> dans la deuxième année de fonctionnement, il y aurait lieu de combler un déficit d'environ 40 000 dollars<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup>On pourrait admettre comme hypothèse, pour les premières années de fonctionnement, que les gouvernements pourraient être appelés à garantir la recette prévue au titre des abonnements. Une estimation réaliste des abonnements, faite sur une base commerciale, situerait le chiffre de la recette à un niveau plus proche de 20 000 dollars la seconde année, étant donné que les services du centre n'auront pas encore été entièrement établis.

<sup>2</sup>Ce chiffre ne tient pas compte du coût du service consultatif de promotion commerciale, non plus que des éventuels décalages des dépenses, qui seraient dus par exemple à un recrutement différé du personnel.

<sup>3</sup>Pour couvrir ce déficit de 40 000 dollars par les seuls abonnements, il serait nécessaire de placer un supplément de 1 000 exemplaires, ce qui porterait la recette à 118 800 dollars environ (à supposer que la proportion d'abonnements vendus avec un escompte de 20 pour cent reste inchangée).