Créer un portail d’information commerciale
Création d’un portail d’information commerciale
Sommaire

1. Introduction ................................................................................... 1
2. Qu’est-ce qu’un Portail d’information commerciale ? ......................... 3
3. Premières étapes .............................................................................. 5
   3.1 Définition du champ d’application et de la perspective ...................... 5
   3.2 Définition de la structure de gouvernance ......................................... 6
   3.3 Base juridique .............................................................................. 6
4. Planification du projet ......................................................................... 9
   4.1 Mise en place d’une équipe de projet ................................................ 9
   4.2 Méthode de collecte de l’information auprès des Organismes de diffusion 9
   4.3 Contenu et fonctionnalités ............................................................. 10
   4.4 Modèle opérationnel ..................................................................... 11
5. Élaboration et exécution ..................................................................... 21
   5.1 Plan d’exécution ........................................................................... 21
   5.2 Architecture du système .................................................................. 22
   5.3 Modèle de données et conception de la base de données .................. 23
   5.4 Architecture fonctionnelle et contenu .............................................. 25
6. Exploitation .................................................................................... 33
   6.1 Politiques et procédures ................................................................. 33
7. Mesurer l’efficacité du Portail d’information commerciale .................... 35
8. Portail d’information commerciale et Guichet unique ........................... 37
9. Acronymes et abréviations .................................................................. 39
10. Références .................................................................................... 41

Liste des figures

Figure 1: Architecture du système ................................................................. 22
Figure 2: Modèle des relations entre les informations .................................... 23
Figure 3: Résultat d’une recherche structurée sur le tableau relatif aux produits 27
Figure 4: Résultat d’une recherche sur un produit particulier .......................... 28
Figure 5: Résultat d’une recherche sur une mesure particulière ...................... 29
Figure 6: Diagramme logique illustrant les étapes d’une procédure ................. 30
Introduction

Un certain nombre de pays ont créé un Portail d’information commerciale ou envisagent de le faire pour faciliter le commerce et accroître la transparence. C’est un outil qui aide les pays membres de l’OMC ou sur le point d’y adhérer à respecter les nouveaux engagements actuellement négociés dans le cadre du Cycle de Doha pour le développement. Les négociations visent à renforcer les dispositions de l’Article X de l’Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (GATT), qui stipule que toutes les informations réglementaires touchant le commerce « seront publiées dans les moindres délais, de façon à permettre aux gouvernements et aux commerçants d’en prendre connaissance».

De nombreux pays en développement publient des informations commerciales qui peuvent être directement consultées sur divers sites web gérés par chaque organisme responsable d’un aspect particulier de la réglementation du commerce. Dans certains cas, le gouvernement regroupe toutes ces informations sur un site web facile à utiliser. Mais de tels sites spécialisés n’existent pas dans tous les pays en développement, et lorsqu’ils existent, ils sont souvent incomplets ou obsolètes, ou bien ils ne contiennent pas tous les renseignements dont un commerçant a besoin pour appliquer les procédures réglementaires d’importation, d’exportation ou de transit. Il est donc souhaitable de créer un site où toutes les informations commerciales publiées par les différents organismes sont regroupées au même endroit et faciles à consulter. C’est ce que nous appelons, dans ce Guide, un Portail d’information commerciale.

Un Portail d’information commerciale est généralement considéré comme une première étape vers la création d’un Guichet national unique, qui est également considéré de plus en plus comme un moyen de faciliter le commerce.

Ce Guide examine les problèmes susceptibles de se poser aux pays en développement qui souhaitent mettre en place un Portail d’information commerciale et présente une liste de conseils pratiques sur la marche à suivre pour mener à bien cette tâche.
Qu’est-ce qu’un Portail d’information commerciale ?

Un « portail », dans le jargon des internautes, est un site web qui offre un point d’accès commun à certaines catégories de renseignements et qui est normalement considéré comme le premier endroit où s’adresser pour trouver une information particulière.

Le terme « Portail d’information commerciale » semble donc couler de source : il s’agit du principal site où l’on peut trouver toutes les informations voulues sur les exigences réglementaires à respecter en matière de commerce international. Mais le terme s’applique aussi à des sites de toute autre nature. Par exemple, il existe un certain nombre de sites de promotion des exportations parrainés par des organismes publics ou parapublics, comme le site IESingapore² du Gouvernement singapourien ou le site Trade and Enterprise³ du Gouvernement néo-zélandais. Il existe également des sites qui fournissent aux commerçants souhaitant faire des affaires dans un pays particulier des informations sur la manière de trouver des partenaires commerciaux (distributeurs, fournisseurs, clients potentiels, etc.) dans ce pays. Ces sites web sont généralement appelés B2B⁴ ou « Places de marché ». À titre d’exemple, on peut citer notamment le Portail commercial officiel de la Norvège⁵, le site du Département thaïlandais de promotion du commerce international⁶ et le site de développement des exportations du Sri Lanka⁷. De fait, certains pays possèdent plusieurs sites de ce genre qui se recoupent, comme le Trade Portal of India⁸ et TradelIndia⁹.

Ces sites web peuvent fournir des informations sur la réglementation en vigueur, mais ils visent essentiellement à promouvoir le commerce et les exportations. Dans ce Guide, un Portail d’information commerciale est défini comme un outil que le gouvernement met à la disposition des commerçants souhaitant importer ou exporter afin qu’ils puissent trouver toutes les informations nécessaires pour appliquer les règles prescrites par tous les organismes publics qui contrôlent les activités d’exportation, d’importation ou de transit.

En général, ces informations portent sur des domaines qui relèvent de la compétence de différentes administrations, et bien souvent, les informations qui les concernent sont complémentaires ou se recoupent. Un commerçant doit donc consulter plusieurs sources d’information et, dans de nombreux pays, cela veut dire qu’il doit se rendre sur place. En l’absence d’un point de référence unique faisant autorité, il n’est pas rare que différents organismes interprètent certaines règles de manière différente, ce qui demande des efforts et des frais inutiles pour essayer de satisfaire aux exigences de chacun.

Une source d’information unique sur toutes les réglementations peut, à condition de fournir des informations complètes, exactes et à jour, produire des avantages tangibles en termes de facilitation du commerce. D’une part, cela permettrait de réaliser des économies appréciables si l’on pouvait obtenir les informations voulues sans devoir se rendre en personne à plusieurs endroits. D’autre part, l’existence d’un seul point de référence faisant autorité éviterait des litiges et des sanctions pour non-respect des règles.

Ces économies devraient réduire le coût global de l’activité commerciale et le temps nécessaire pour importer ou exporter des marchandises, ce qui améliorerait le classement général d’un pays en termes de transparence et de facilité de faire des affaires.

Cependant, malgré ses avantages évidents, la mise au point et l’adoption d’un tel système pose souvent de nombreuses difficultés dans les pays en développement.

* B2B : Business to Business.
3.1 Définition du champ d’application et de la perspective

Un commerçant qui souhaite importer ou exporter doit souvent satisfaire à diverses prescriptions réglementaires bien avant l’arrivée des marchandises à la frontière et leur dédouanement.

Tout d’abord, un importateur ou un exportateur doit immatriculer son entreprise auprès de l’autorité compétente (par exemple, le ministère du Commerce).

Ensuite, dans le cas des importations, les marchandises qu’un commerçant veut importer doivent répondre à certaines normes techniques réglementaires. Dans ce cas, le commerçant doit présenter un plan d’importation à l’autorité compétente et/ou obtenir à l’avance un certificat ou une licence d’importation. C’est souvent le cas des marchandises, telles que les matériels de télécommunications, les véhicules, les matériels médicaux, les produits pharmaceutiques, les produits alimentaires et les produits animaux ou végétaux.

Même si les normes ne sont pas obligatoires, les commerçants voudront peut-être s’assurer que les marchandises qu’ils importent ou exportent sont conformes aux normes internationales en vigueur ou aux normes nationales recommandées pour ces produits et, pour évaluer ces informations, ils devront peut-être se renseigner auprès de l’autorité compétente.

Les importations de produits alimentaires ou agricoles ou d’animaux vivants doivent normalement se conformer à des normes sanitaires ou phytosanitaires qui nécessitent l’obtention d’un permis auprès des organismes chargés de veiller au respect de ces règles ou restrictions.

En outre, il peut être nécessaire d’obtenir une licence d’importation pour certains produits assujettis au régime de licences non automatiques. C’est généralement le cas des produits contingentés ou assujettis au régime de licences automatiques pour les besoins de collecte de statistiques sur le commerce.

Dans le cas des exportations, un commerçant devra peut-être obtenir un permis ou une licence d’exportation pour les produits soumis à des restrictions, comme celles destinées à protéger les ressources naturelles.

Plusieurs ministères ou organismes peuvent intervenir, chacun étant chargé d’appliquer les dispositions énoncées dans des lois, décrets, réglementations, instructions ou autres instruments juridiques.

Enfin, un commerçant doit appliquer les dispositions du droit douanier et d’autres lois concernant les procédures de dédouanement des marchandises en vue de leur importation, exportation ou transit à la frontière. Ces dispositions sont différentes selon que les produits sont importés aux fins de consommation, d’entreposage, de réexportation, de perfectionnement actif, etc.

Afin de pouvoir donner des instructions détaillées dans tous ces domaines, un site web doit rassembler toutes les informations concernant plusieurs organismes, ce qui comprend généralement un catalogue exhaustif des lois, réglementations, instructions, mesures et autres instruments juridiques relatifs au commerce, ainsi que des instructions sur les procédures et les tarifs douaniers appliqués dans un pays.

b Cela est généralement dû au manque de capacités statistiques du système de traitement des déclarations en douane, ce qui oblige d’autres organismes que le Service des douanes à recueillir les statistiques dans leur propre domaine de compétence.
Avant de créer un Portail d’information commerciale, il est donc essentiel d’avoir une idée claire de son champ d’application et des informations à publier. Pour cela, il faut savoir quels organismes publics jouent un rôle et quelles informations relèvent de leur compétence. Dans ce Guide, ils sont collectivement désignés par le terme «Organismes».

### 3.2 Définition de la structure de gouvernance

Dans ce contexte, il est clair qu’il faut un dispositif qui garantisse que tous les Organismes collaborent et fournissent les informations requises, au stade de la mise en place du Portail puis sur une base régulière, pour garantir que le portail est exhaustif et actualisé chaque fois qu’il y a des modifications ou des ajouts à faire.

Il est donc conseillé de définir dès le départ un modèle de gouvernance pour la mise en place du portail et son fonctionnement ultérieur. Il pourrait s’agir d’un Comité de direction ou d’un organe de concertation où chaque organisme concerné est représenté en tant que partie prenante. La situation particulière de chaque pays déterminera les arrangements les plus appropriés en ce qui concerne la présidence de cet organe, mais elle sera normalement assurée par un ministère qui est chargé de promouvoir la facilitation du commerce ou qui joue un rôle central dans la réforme et la modernisation du secteur commercial.

La première tâche du Comité de direction sera de désigner l’organisme chargé de coordonner les efforts et de superviser le développement et la mise en place du portail, et ce en application des décisions prises collectivement par le Comité de direction. Dans ce Guide, cet organisme est désigné *Chef de file*.

### 3.3 Base juridique

Durant la mise en place du portail, il faudra recueillir des informations auprès des divers Organismes. Il est donc recommandé que le Comité de direction définisse les principes fondamentaux qui régiront la fourniture de l’information au Chef de file. L’expérience montre que les sites d’information deviennent rapidement obsolètes après la mise en place initiale. De fait, certains sites sont lancés avec de nombreuses pages « en cours d’élaboration ». Pour qu’un Portail d’information commerciale contienne toujours les informations nécessaires et reste à jour, il faut mettre en place un mécanisme garantissant la libre circulation de l’information des Organismes vers le Chef de file.

On pourrait penser qu’il suffit de convenir d’un système de collaboration entre les Organismes. Mais dans de nombreux pays, la libre circulation de l’information peut être entravée par des obstacles bureaucratiques ou culturels. De fait, certaines lois peuvent empêcher l’échange d’information entre différents Organismes. Elles peuvent porter sur des informations opérationnelles de nature délicate, alors que le Portail ne contiendra que des informations relevant du domaine public. Néanmoins, certains Organismes pourraient en conclure qu’ils ne peuvent communiquer aucune information à un autre organisme. Il serait donc souhaitable que le Portail d’information commerciale repose sur une base juridique qui permette l’accès à l’information tant au stade de la mise en place que de la mise à jour.

L’instrument à mettre en place dépendra du pays, mais l’essentiel est qu’il facilite les choses, tout en soumettant les Organismes et le Chef de file à certaines obligations. Il pourrait s’agir d’un Mémorandum d’accord entre les Organismes et le Chef de file, ou bien d’un décret ou d’une instruction émanant d’une instance supérieure, par exemple du Premier ministre.

Le Mémorandum d’accord (ou instrument équivalent) devra couvrir les points clés suivants.

- Les Organismes et le Chef de file doivent désigner, d’un commun accord, un ou plusieurs responsables, ainsi que l’interlocuteur qui maintiendra le contact entre eux pour toutes les questions ayant trait au Portail d’information commerciale.
- Les Organismes et le Chef de file doivent convenir d’informer rapidement les autres de toute question importante soulevée par les décisions d’ordre général ou de gestion concernant les informations publiées sur le site web et ses incidences sur le public.
• Les Organismes doivent communiquer au Chef de file toute information pertinente avant qu’elle ne soit rendue publique. Le délai de préavis doit être convenu entre les parties et doit être suffisant pour permettre au Chef de file de publier l’information sur le site web en temps utile. Inversement, le Chef de file doit publier l’information reçue des Organismes dans les délais convenus entre eux, et s’engager à donner promptement suite à toute notification de modification ou de suppression reçue d’un Organisme.

• Les Organismes doivent faire tout leur possible pour fournir l’information au Chef de file sous forme électronique ou sur support informatique.

• Les Organismes doivent informer rapidement le Chef de file de toute inexactitude ou omission dans l’information publiée sur le site web, ou si une information devient obsolète et superflue.

• Le Chef de file doit tenir un journal de toutes les informations et notifications de modification reçues des Organismes.

• Le Chef de file doit transmettre aux Organismes compétents toute demande de renseignements reçue du public, sous une forme électronique convenue, en affichant promptement cette requête sur le site web dès qu’il la reçoit.

• Les Organismes doivent s’engager à répondre rapidement, sous une forme électronique convenue, à toute demande de renseignements du public transmise par le Chef de file.

• Le Chef de file doit être l’organisme chargé de signer les contrats avec les fournisseurs de matériel informatique, logiciels, réseaux ou services d’hébergement nécessaires à l’exploitation du site.

• Le Chef de file doit s’efforcer de faire en sorte que le public puisse consulter le site dans toute la mesure du possible et que les fournisseurs de services respectent leurs obligations contractuelles concernant l’accessibilité et le fonctionnement du site.

• Le Chef de file doit distribuer aux Organismes des rapports statistiques périodiques sur l’utilisation du site web.

• Le Mémorandum d’accord doit prévoir un mécanisme de règlement des conflits adapté à la situation de chaque pays, en cas de litige entre les Organismes et le Chef de file.

Principales recommandations
• Déterminer le champ des informations à publier
• Identifier les principaux organismes concernés
• Définir une structure de direction pour l’élaboration et la mise en œuvre du projet, et pour l’exploitation régulière du Portail
• Établir une base juridique pour la mise en place et l’exploitation du Portail (Mémorandum d’accord ou instrument équivalent)
Planification du projet

Une fois que les parties prenantes ont mis en place une structure de direction pour le Portail et établi une base juridique pour la collecte et la publication de l’information, la première chose à faire par le Chef de file est d’élaborer un Plan stratégique définissant les options possibles pour la création et l’exploitation du portail. Le plan et les recommandations doivent être présentés au Comité de direction pour examen, sélection et approbation.

4.1 Mise en place d’une équipe de projet

Le Chef de file doit mettre en place une Équipe de projet composée de membres de son personnel ou de personnes recrutées dans une entreprise fiable, ou des deux à la fois. La composition de l’équipe dépendra de la situation de chaque pays. Cependant, d’une manière générale, il serait bon de recruter, outre le Chef d’équipe, des individus bien familiarisés avec les procédures commerciales, des informaticiens rompus aux méthodes modernes de conception de sites web et une personne familiariée avec les questions juridiques.

L’équipe de projet devra élaborer un Plan stratégique centré sur les choix importants à faire dans les domaines suivants :

- Méthodes de collecte et de diffusion de l’information
- Contenu et fonctionnalités du site web
- Modèle opérationnel
- Style
- Durabilité
- Aspects juridiques
- Modèle de financement
- Risques et obstacles

Ces choix soulèvent des questions qui sont examinées plus en détail ci-après.

4.2 Méthode de collecte de l’information auprès des Organismes de diffusion

L’équipe de projet devra déterminer la manière dont l’information est actuellement publiée par les divers Organismes. Même dans les pays moins avancés, la plupart des Organismes ont leur propre site web ou un site intégré à celui du ministère dont ils relèvent.

Les informations publiées sur ces sites peuvent toutefois être plus ou moins complètes, à jour et cohérentes selon les cas. Inévitablement, tous les sites n’ont pas la même apparence et ne présentent pas l’information de la même façon.

L’équipe de projet doit déterminer s’il est possible de construire un portail qui donne accès à toutes les informations commerciales nécessaires grâce à une liste de sujets assortis d’un lien vers le site de chaque organisme contenant les informations correspondantes.

Même si tous les sites des Organismes contiennent des informations complètes, exactes et à jour, ce modèle présente des inconvénients. Un commerçant qui consulte un site n’aura pas accès aux informations pertinentes d’autres organismes sans passer d’un site à l’autre et parcourir une liste d’options pour trouver les données qui l’intéressent. Par exemple, après avoir trouvé le tarif douanier applicable à certains produits, le commerçant devra se rendre sur un autre site pour voir quelles normes (sanitaires/phytosanitaires) s’appliquent à ce pro-
d'importation est requise et comment l'obtenir. Il se peut également que certains sites seulement renvoient aux lois et règlements relatifs à ces normes, voire aucun. De fait, bon nombre d'Organismes utilisent leur propre système d'identification des produits au lieu de la nomenclature SH\textsuperscript{c} reconnue sur le plan international.

Un autre modèle consiste à regrouper toutes les informations sur un seul site pour qu’elles puissent être recoupées et présentées de manière logique. Cela entraînera certains doubles emplois, du moins au départ. Le modèle d’exploitation et de gouvernance devra permettre de télécharger sur le Portail toute nouvelle information commerciale générée par un Organisme. À terme, cependant, le Portail pourra devenir la seule source d’information commerciale et les autres sites web renverront vers le Portail en tant que de besoin.

On peut utiliser un modèle hybride lorsqu’il existe déjà un site exhaustif et fiable pour certaines informations clés. Par exemple, à la base de toute information commerciale figurent les lois, décrets, règlements, instructions et autres textes juridiques administrés par les différents organismes. Dans certains pays, toutes les lois sont publiées sur un seul site web (en Nouvelle-Zélande, par exemple, ce site est exploité par le Parliamentary Council Office\textsuperscript{d}). Dans ce cas, il serait possible d’utiliser un hyperlink chaque fois qu’une loi est mentionnée dans le Portail d’information commerciale. Si les textes de loi sont classés et indexés (au lieu d’être de simples images au format PDF\textsuperscript{d}), il sera possible de renvoyer directement à l’article ou au paragraphe pertinent.

Dans un autre cas de figure, la classification des marchandises et les tarifs douaniers correspondants sont déjà disponibles en ligne sur un site où les utilisateurs peuvent chercher un produit en tapant son code ou un mot clé. Il s’agit généralement du site de la direction des douanes, mais pas toujours. Selon des études réalisées sur les sites web de différents pays, les fonctions de recherche peuvent être limitées et les dispositions spéciales (par exemple, restrictions, interdictions) concernant un produit ne sont pas forcément mentionnées.

Pour les besoins de ce Guide, qui s’adresse essentiellement aux pays moins avancées et aux pays en développement, nous supposons que les limitations susmentionnées existent. Les observations et recommandations formulées portent donc sur la marche à suivre pour mettre en place un modèle dans lequel toutes les informations commerciales sont recueillies auprès des divers Organismes et regroupées sur un seul site web.

**Principales recommandations**

Une décision initiale doit être prise et approuvée par le Comité de direction sur la nature du site web (i.e. « lien transversal avec d’autres sites », ou « consolidé »), car cela déterminera la technologie à employer, le mode d’exploitation et le futur modèle de gestion.

**4.3 Contenu et fonctionnalités**

Lorsqu’elle mène les consultations initiales avec les Organismes, l’équipe de projet doit s’efforcer de quantifier le volume des informations devant être recueillies ou, dans certains cas, produites. L’objectif est de déterminer au mieux le travail à accomplir, et donc les ressources et les délais nécessaires pour développer le Portail et le mettre en service.

En outre, l’analyse des sources de données existantes et des liens entre elles devrait être suivie d’une séance de réflexion sur les fonctionnalités du site. Pour ce faire, l’équipe de projet devra consulter largement les Organismes et les professionnels du commerce (importateurs, exportateurs, négociants, entreprises de transport) afin de cerner les besoins

---

\textsuperscript{c} Le Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH) est une liste normalisée à l’échelle internationale de noms et de chiffres qui servent à classer les marchandises. Établi et exploité par l’Organisation mondiale des douanes (OMD), ce système est utilisé par les autorités douanières de la plupart des pays, avec des variations entre régions ou pays.

\textsuperscript{d} PDF : Portable Document Format. Il s’agit d’un format qui permet de stocker des documents de façon à obtenir une image de l’original, généralement par lecture optique. La reconnaissance optique de caractères (OCR) permet de faire des recherches dans un document PDF, mais c’est rarement possible pour les documents PDF affichés sur les sites web, notamment les textes juridiques, soit parce que la fonction OCR n’est pas utilisée, soit parce que certains alphabets ne sont pas reconnaissables.
des utilisateurs et la manière dont ils recherchent les informations concernant leur branche d’activité.

À la suite de ces activités, l’équipe de projet devra proposer un contenu pour le site web et indiquer le volume approximatif des données à recueillir. Les principaux types de données à recueillir sont les suivants :

- Lois, décrets, règlements, instructions et autres instruments juridiques relatifs au commerce
- Classification des marchandises (probablement au format SH) et tarifs douaniers correspondants
- Dispositions spéciales concernant certains produits, par exemple, interdictions ou restrictions d’ordre sanitaire ou phytosanitaire
- Normes techniques requises pour certaines catégories de produits
- Accord de libre-échange stipulant le tarif préférentiel ou les conditions spéciales qui s’appliquent aux échanges commerciaux avec les parties à l’Accord
- Procédures et instructions générales concernant les obligations réglementaires
- Formulaires de demande de permis ou licence et de déclaration en douane
- Listes des codes requis dans divers documents, par exemple, code pays, unité de mesure, code monnaies, etc.
- Publications (p. ex. brochures, bulletins d’information) accessibles au public
- Nouvelles ou déclarations diffusées dans la presse nationale ou locale ou par d’autres moyens
- Renseignements utiles (p. ex., adresse des bureaux ou postes frontières des différents Organismes et coordonnées des personnes à contacter)

L’équipe de projet devra mettre au point, en concertation avec les Organismes et les professionnels du commerce, un modèle de présentation des informations sur le site web, en indiquant les fonctions de recherche nécessaires pour satisfaire la plupart des requêtes.

Le Plan stratégique devra donc indiquer le plan et le contenu du site web.

L’analyse des données et la conception de la base de données sont examinées à la section 5.3 ci-après.

### 4.4 Modèle opérationnel

Les principaux choix concernant le modèle opérationnel portent sur les questions suivantes :

Enregistrement des noms de domaine

- Hébergement du site web
- Approche technologique
- Durabilité
- Gestion du site web

#### 4.4.1 Enregistrement du nom de domaine

Le choix du nom de domaine du Portail d’information commerciale est très important, car ce sera l’identifiant unique lié au portail et l’un des éléments clés de la « marque » du site web.

Les possibilités sont illimitées quant au choix d’un nom de domaine, sauf si ce domaine est déjà enregistré. Autrement, c’est une simple question de bon sens. Un nom de domaine doit être relativement court, simple, facile à retenir et représentatif de la nature et de l’objectif du site web. Il doit éviter les caractères spéciaux (traits d’union, traits de soulignement, etc.) et contenir des mots faciles à trouver lorsqu’une personne qui ne connaît pas l’adresse exacte essaie de la trouver en utilisant un moteur de recherche comme Google, Yahoo, etc.

Un nom de domaine comprend un suffixe (com, .org, etc) et un identifiant unique, c’est-à-dire le nom choisi*. Ensemble, ils constituent l’adresse URL† du site web, qui permet de le localiser sur l’Internet.

Pour les sites web gouvernementaux, on utilise normalement des domaines de premier niveau, tels que .gov.xx ou .gouv.xx, où « xx » est le code international du pays, comme dans customs.gov.au ou customs.govt.nz.

Ces noms de domaine doivent normalement être enregistrés auprès d’une administration publique.

---

* Au sens strict, le suffixe est un domaine de premier niveau et le nom choisi est un sous-domaine.
† URL: Uniform Resource Locator (localisateur de ressources uniformes, ou adresse universelle).
particulière, alors que les noms de domaine ordinaires sont enregistrés auprès de divers registres nationaux et peuvent facilement être achetés, enregistrés et gérés en ligne.

Normalement, les noms de domaines sont achetés pour une durée limitée (un an, par exemple) et peuvent être périodiquement renouvelés.

Il est essentiel que le nom indique l’identité nationale, du fait que de nombreux sites web à travers le monde contiennent les termes « commerce » ou « portail » et que le suffixe ne permet pas toujours à lui seul de trouver le site dans les recherches sur Google.

Il est donc préférable d’enregistrer un nom, tel que xxxtradeportal.gov.xx ou xxxtrade.gov.xx, où « xxx » est le nom du pays.

Après avoir choisi un nom de domaine, il est conseillé d’enregistrer les domaines équivalents .com, .org, et .net en plus du domaine .gov.xx, car cela évite que quelqu’un d’autre les enregistre (ce qui serait une source de confusion) et optimise les chances de trouver le site web.

Tous les noms de domaine peuvent être liés au serveur qui héberge le site web. Cependant, l’un d’eux doit être le nom de domaine principal, ce qui nécessite de passer par un serveur DNS\(^a\) afin de trouver l’adresse IP\(^b\) du serveur hôte. Si la question du nom de domaine principal ne peut être réglée (par exemple, si le serveur est en panne ou le réseau inaccessible), il ne sera pas possible d’accéder au site web.

Normalement, un service d’hébergement est aussi un serveur de noms de domaine et les noms de domaine internationaux peuvent y être transférés.

Cependant, dans notre contexte, il est probable qu’un domaine .gov.xx ne pourra être hébergé que sur un serveur DNS gouvernemental dédié. Il convient donc de déterminer, avant d’enregistrer .gov.xx comme nom de domaine principal, si ce serveur et l’infrastructure réseau du pays sont suffisamment fiables et si la bande passante est suffisante pour traiter le nombre escompté de requêtes.

L’enregistrement d’un nom de domaine permet normalement d’enregistrer plusieurs adresses électroniques. Il est donc possible d’utiliser des adresses, telles que enquiries@xxxtrade.gov.xx ou contact@xxxtrade.gov.xx, par exemple.

### 4.4.2 Hébergement

En ce qui concerne le modèle d’hébergement, il existe essentiellement trois options possibles. Afin de choisir l’option préférée, il faudra tenir compte des considérations suivantes :

**Hébergement interne**

L’avantage de l’hébergement interne est que l’infrastructure, le service et le contenu du site web sont entièrement sous le contrôle du Chef de file. Il faudra cependant acheter ou louer le matériel du serveur et les routeurs et payer la bande passante nécessaire pour traiter le nombre de requêtes escompté sur le site web. Il faudra également trouver des locaux adéquats et sûrs. Le Chef de file devra veiller à ce que le site web soit opérationnel en permanence, mettre en place les précautions de sécurité voulues (p. ex., pare-feu) pour empêcher l’accès non autorisé au site et prévoir une redondance suffisante (p. ex., serveurs de secours) pour assurer la reprise après un sinistre.

Un organisme doit donc déterminer si ses compétences dans le domaine des TIC et le personnel disponible permettent de répondre aux exigences susmentionnées ou s’il doit recruter du personnel compétent supplémentaire.

Il convient également d’examiner soigneusement les incidences financières de cette option, en tenant compte à la fois des frais d’établissement et des dépenses d’exploitation, d’entretien et d’appui, ainsi que des dépenses liées à une éventuelle expansion.

---

\(^a\) DNS : Domain Name system (système de noms de domaine).

\(^b\) Adresse IP: Adresse de protocole Internet. Chaque site web possède une adresse qui lui est propre.
**Hébergement externe**

Cette option consiste à faire appel à un fournisseur compétent pour mettre en place un environnement dédié dans ses locaux. Le fournisseur signe un accord de prestation de services avec le Chef de file et fournit le matériel, l'infrastructure et le personnel nécessaires pour assurer le niveau de service stipulé dans le contrat (p. ex., service 24 heures sur 24, disponibilité à 99 %, protection contre les intrusions, etc.). Le contrat peut également stipuler que le niveau de service augmentera, si nécessaire.

L'avantage de ce modèle est que le Chef de file n'a pas besoin de se soucier d'acquérir ou d'entretenir les équipements, ni de recruter du personnel technique compétent.

Un tel arrangement sera probablement plus coûteux que l'hébergement interne, car le Chef de file devra payer le service au tarif pratiqué sur le marché. Le fait que les données échappent à son contrôle peut également être perçu comme un inconvénient. La question de la confidentialité des données est examinée à la section 4.4.4 ci-après.

**Hébergement en nuage**

L'hébergement en nuage est une forme d’hébergement externe dans laquelle le service est assuré par un fournisseur compétent qui possède déjà l'infrastructure nécessaire pour fournir le service en utilisant ses propres installations, qui sont conçues de manière à offrir différents niveaux de service ainsi que les garanties voulues de sécurité, de disponibilité et d'expansion. En raison des économies d'échelle, le coût du service (en général une redevance d'exploitation mensuelle) peut être relativement faible ; cela dépend de paramètres, tels que le volume de stockage alloué et la vitesse de téléchargement.

Un certain nombre de prestataires privés offrent ce type de service.

C'est probablement l'option la plus simple, car elle n'entraîne aucune dépense d'équipement et d'installation, ne requiert pas de personnel technique pour assurer l'exploitation et les dépenses courantes sont relativement peu élevées. Cependant, comme l’option 2 ci-dessus, elle peut poser des problèmes de confidentialité.

**4.4.3 Mise au point, formation et appui**

Quel que soit le modèle d'hébergement retenu, il est conseillé de mettre en place un système d’hébergement d’une copie du site web pour les futurs besoins de mise au point, d'expérimentation et de formation. Il est d’usage et de bonne règle que ce système soit séparé du cadre d’utilisation réel.

Dans le contexte d’un Portail d’information commerciale, ce système est également le site où les informations nouvelles sont téléchargées pour qu'elles puissent être passées en revue et, si nécessaire, approuvées par la direction avant leur publication.

L'environnement de mise au point peut être établi en interne ou hébergé sur le nuage.

**4.4.4 Confidentialité**

Dans les options 2 et 3 ci-dessus, il faut également choisir entre un prestataire de services implanté dans le pays ou délocalisé. Dans un cas comme dans l’autre, la confidentialité des données contenues sur le site web doit être protégée par des garanties stipulées dans l’accord de prestation de services signé avec l’Organisme. Ces garanties sont couvertes par les lois relatives à la protection des données en vigueur dans le pays où se trouve le prestataire.

S’il choisit un service délocalisé, l’Organisme doit déterminer si les lois sur la protection des données sont adéquates dans le pays en question. De fait, elles pourraient être plus rigoureuses que les lois en vigueur dans son propre pays.

Les craintes à ce sujet devraient être apaisées par le fait que les informations contenues dans le Portail d’information commerciale ne sont pas confidentielles puisqu’elles sont accessibles à tous. Le site web conserve tout au plus l’adresse électronique des abonnés, mais aucune information de nature commerciale sensible.

Le site web affiche cependant des informations juridiques et un « pirate » pourrait théoriquement y...
accéder et les falsifier. Bien que ce risque soit très faible, il existe en théorie — que l’on utilise un prestataire de service ou un mode d’hébergement interne. Nul ne peut garantir une sécurité totale, mais les sites d’hébergement appliquent normalement les mesures de sécurité informatique les plus rigoureuses possibles pour prévenir de telles intrusions. La section 4.4.9 décrit les moyens de limiter la responsabilité le cas échéant.

4.4.5 Approche technologique

Le Portail d’information commerciale devra probablement contenir un certain nombre de pages d’informations génériques en langage naturel, et des pages HTML feront parfaitement l’affaire.

D’autre part, les options de navigation seront probablement des outils standard que l’on trouve sur la plupart des pages web, comme Accueil, À propos de nous, Aide, Plan du site, Contactez-nous, FAQ (foire aux questions), etc.

Il est également probable que le site web contiendra un espace réservé aux articles et annonces, un calendrier des manifestations à venir intéressant le public et, naturellement, une option permettant à un commerçant de faire des recherches par mots clés.

Divers outils prêts à l’emploi permettent de construire un site personnalisé avec toutes les fonctionnalités susmentionnées, qui sont disponibles sous forme de modules d’extension vendus dans le commerce.

Il est toutefois souhaitable que le site web ne contienne pas que des pages d’information statiques ou les fonctions standard susmentionnées. Il pourrait contenir des informations organisées autour du lien entre les marchandises, les mesures, les procédures et les lois.

Afin d’offrir cette fonctionnalité, les informations doivent être stockées dans une base de données et le système doit être en mesure de créer un contenu dynamique et affichable à partir de la base de données. Il est donc nécessaire de concevoir une base de données qui se trouvera sur le serveur hôte et d’utiliser un langage de programmation pour créer le contenu.

Compte tenu de ce qui précède, il existe trois options possibles pour mettre au point le site web.

Option 1

Utiliser un outil de construction de site web qui offre des modèles et des modules d’extension prêts à l’usage (calendrier, articles, foire aux questions, etc.). Il existe différents outils disponibles sur l’Internet qui permettent de construire facilement un site web personnalisé sans avoir besoin de connaissances spécialisées en informatique, avec un large choix de modes de présentation, couleurs, fonts, etc. pour personnaliser l’apparence du site. Pour ce qui est de créer un contenu dynamique, cependant, les possibilités sont limitées.

Option 2

Utiliser un logiciel libre de gestion de contenu. Il existe divers produits offrant toute une gamme de fonctions prêtes à l’emploi qui permettent de créer et personnaliser assez facilement des applications pour le site web. Parmi les produits les plus utilisés, on peut citer notamment WordPress, Joomla, Drupal (qui détiennent ensemble la plus grande part de marché).

Option 3

Utiliser à la fois des composantes logiciels standard et un code personnalisé pour construire un système sur mesure. Les grands fournisseurs de plate-forme informatique, comme Microsoft ou Oracle, proposent divers produits pour construire des applications Internet. Leur utilisation nécessite cependant l’achat d’une licence et le versement régulier de droits de licence. Une autre solution consiste à utiliser des logiciels libres, qui sont gratuits.

Toutes ces options sont valables. Le choix de l’approche technologique doit tenir compte de plusieurs facteurs, notamment :

- Le degré de complexité des fonctions du site web, qui dépend du contenu et des caracté-

1 HTML : Hyper-Text Mark-up Language (language hypertexte, le plus couramment utilisé pour afficher des contenus sur une page web).
ristiques techniques et nécessite un ensemble d’outils de développement appropriés

- Le degré de familiarité des développeurs et du personnel chargé de la gestion du site avec les outils spécifiques qui sont disponibles sur le marché
- Les contraintes budgétaires

Tenir compte du fait que la conception de la base de données et des fonctions qu’elle offre nécessitera des compétences spécialisées en matière de conception et d’ingénierie des systèmes informatiques. Si ces compétences n’existent pas en interne, il faudra décider où se les procurer.

4.4.6 Durabilité

La durabilité du site web est une question essentielle à examiner dès le début du projet de façon à prendre les mesures nécessaires.

Dans notre contexte, la durabilité peut être mesurée par les paramètres suivants :

- Le site doit être opérationnel dans toute la mesure du possible (idéalement en permanence), ce qui nécessitera une surveillance continue de sa disponibilité et une intervention rapide en cas de problème.
- Le contenu du site doit être actualisé chaque fois que des modifications sont apportées aux lois, règlements, procédures, etc. qui peuvent avoir un impact sur les professionnels du commerce. Idéalement, toute modification majeure (notamment celles qui ont une valeur juridique) devrait être publiée bien avant son entrée en vigueur.
- Les nouvelles, bulletins, annonces, événements à venir et autres informations utiles émanant des Organismes doivent être publiés régulièrement et sans délai.
- Les demandes de renseignements du public reçues sur le site web doivent être traitées promptement en les adressant aux services compétents et en vérifiant qu’il y est donné suite.
- Les bogues et problèmes signalés par le public ou les services gouvernementaux doivent être corrigés promptement.

Afin de satisfaire aux critères susmentionnés et d’assurer la durabilité du Portail d’information commerciale, c’est-à-dire sa capacité de fournir aux professionnels du commerce des informations à jour, exactes et détaillées, il y a plusieurs facteurs essentiels à prendre en compte :

- Le modèle d’hébergement retenu doit garantir une disponibilité et une extensibilité optimales du site web.
- L’infrastructure acquise pour assurer la maintenance du site web (par exemple, l’environnement de mise au point) doit être couverte par un contrat de maintenance.
- Tous les logiciels installés (logiciels de bureautique, SGBD1, etc.) doivent être sous licence. Si l’accord de licence prévoit des redevances de soutien, celles-ci doivent être versées régulièrement.
- Un logiciel antivirus doit être installé et l’abonnement correspondant doit être tenu à jour.
- Du personnel qualifié doit être recruté pour gérer en permanence le site web. On a pu constater dans un certain nombre de pays que, lorsque la gestion du site est assurée à temps partiel par le personnel existant, le site web devient rapidement obsolète, voire même inutilisable.
- Des règles et procédures appropriées de gestion des TIC doivent être mises en place pour assurer la maintenance du matériel et des logiciels (sauvegardes, entretien régulier, gestion des codes source, journal des modifications).
- Les informations concernant les logiciels, l’architecture technique et le contenu du site doivent être conservées de préférence par le Chef de file ou un prestataire de confiance recruté par ses soins.
- Des crédits appropriés doivent être ouverts pour couvrir les frais de mise en œuvre des dispositions susmentionnées.

4.4.7 Gestion du Site web

Comme indiqué plus haut, il convient de constituer une équipe spécialement chargée de la gestion du Portail d’information commerciale. Le titre fonctionnel et la description de poste des membres de l’équipe varient selon les circonstances particulières

1 SGBD : Système de gestion de base de données.
Création d'un portail d'information commerciale
de chaque pays, mais l’équipe devra comprendre au
minimum des membres exerçant les fonctions sui-
vantes :

**Gestionnaire de portail**

Le gestionnaire de portail est responsable du service
fourni par le site web. Il supervise les activités de
l’équipe de gestion du Portail, tient la direction du
Chef de file au courant du fonctionnement du site,
assure la liaison avec les dirigeants des Organismes
et les autres autorités nationales compétentes, veille
t à l’application des décisions concernant la publica-
tion d’informations commerciales, veille à ce que
les nouvelles informations soient publiées prompte-
tement et sans erreur, et traite avec les prestataires
de services (p. ex., hébergement, maintenance, etc.)

**Administrateur de site**

L’administrateur de site assure l’exploitation cou-
rante du site web, télécharge les nouvelles données
communiquées par les Organismes, apporte aux lo-
giciels web les corrections et améliorations néces-
saïres, suit l’utilisation et le fonctionnement du site,
recommande, au besoin, des améliorations tech-
niques et assure l’entretien quotidien du site.

**Gestionnaire de contenu**

Le gestionnaire de contenu assure la liaison avec
les Organismes, obtient les contenus à télécharger,
recherche activement toutes les informations nou-
velles à publier, prépare et convertit les données (p.
ex., lecture optique, conversion de fichiers Word ou
PDF en documents HTML, etc.), traite les demandes
de renseignements reçues sur le site et vérifie que
les Organismes y donnent suite.

Les titulaires de ces postes peuvent être sélection-
nés parmi les membres du personnel ou recrutés à
l’extérieur. Dans un cas comme dans l’autre, ils de-
viennent probablement suivre une formation. Le Chef
de file devra donc prévoir, dans le cadre du projet,
des stages qui répondent aux besoins de formation
du personnel sélectionné. La teneur du programme
de formation dépendra des choix stratégiques sus-
mentionnés concernant le modèle d’hébergement,
l’approche technologique et le modèle de gouver-
nance retenu pour la collaboration entre les Orga-
nismes en matière de collecte et de publication de
l’information.

**4.4.8 Style**

Il est conseillé de décider dès le départ quel sera le
style du site web (« look and feel »). Idéalement,
cette décision doit être prise par consensus, car
toutes les parties représentées sur le site doivent s’y
sentir à l’aise.

Le style recouvre la présentation des pages, la pa-
blette de couleurs, la police de caractères, les ban-
deaux et logos, le style et l’emplacement des menus,
les règles d’utilisation des images ou graphiques et,
d’une manière générale, les outils de navigation.

Le style d’un site web est une question de goût et de
préférence. Il y a cependant quelques règles de bon
sens à observer :

- Les pages doivent avoir une apparence claire
  et nette
- Les pages doivent se limiter à quelques sujets –
anne page surchargée est difficile à lire
- Une page ne doit pas contenir trop de menus
  ou de liens, et ceux-ci doivent être organisés de
manière logique
- Les bandeaux et logos doivent être inventifs et
originaux
- Les éléments qui détourner l’attention, tels
que les images clignotantes, doivent être limi-
tés au minimum
- Les outils de navigation doivent être logiques et
intuitifs de façon à minimiser le nombre d’étapes
nécessaires pour trouver une information

Il est conseillé de construire quelques maquettes
pour illustrer l’apparence du site web. Il existe di-
vers outils gratuits qui facilitent cette tâche grâce
da des modèles préexistants. Ces maquettes peuvent
être présentées au Comité de direction pour faire le
choix final.

**4.4.9 Aspects juridiques**

Pour les sites web qui publient des informations sur
la réglementation en vigueur, il est souhaitable que
ces informations aient un caractère juridiquement
Planification du projet
En ce qui concerne les frais d’exploitation courante, et si la mise au point a été financée sur le budget national, le Comité de direction doit déterminer si ces frais et les dépenses d’équipement peuvent être couverts en prélevant des droits d’utilisation ou par d’autres moyens.

Aux fins de transparence et de facilitation du commerce, le gouvernement est tenu de faire en sorte que le public ait gratuitement accès à l’information sur la réglementation. On voit donc mal comment il serait possible d’adopter un modèle de financement (p. ex., abonnement payant) pour la publication d’informations qui sont censées être gratuites. Qui plus est, le Portail d’information commerciale n’offrirait pas de services transactionnels pour lesquels une redevance serait justifiée par la valeur ajoutée résultant de la simplification des opérations grâce à l’informatique.

Cependant, s’il est impératif de recouvrer les coûts, le Comité de direction souhaitera peut-être envisager les options suivantes :

a. Tarification raisonnable de certains services à valeur ajoutée (voir la section 5.4.5 ci-après), par exemple pour l’abonnement à un service d’alerte par courriel ou message court (SMS) sur certains sujets intéressant l’abonné, ou pour le téléchargement de publications qu’il aurait fallu acheter autrement.

b. En supposant qu’un pays n’a pas encore de Guichet unique, autoriser les commerçants à télécharger les formulaires de demande de permis ou de licence au lieu de devoir se rendre auprès des organismes concernés pour obtenir un original, et facturer un montant correspondant au degré de simplification offert par ce service. Cela nécessitera cependant d’intégrer certaines fonctions au logiciel du site web pour éviter qu’un formulaire ne soit utilisable plusieurs fois (p. ex., un code-barres unique pour chaque téléchargement), et de doter chaque organisme d’un système automatisé de vérification des formulaires soumis.

c. Une autre option serait de vendre de l’espace publicitaire sur le site web

Les options a) et b) nécessiteraient également de mettre en place un système de paiement électronique et, d’une manière générale, la mise au point du site web serait plus complexe et plus coûteuse.

Pour évaluer ces options, le Comité de direction devra mettre en balance l’avantage de prélever une redevance et les décisions des autorités nationales de faciliter le commerce et d’accroître la transparence, en tenant également compte des avantages généraux découlant de l’utilisation accrue du site web (par exemple, économies réalisées au niveau de la diffusion de l’information et grâce à la réduction des contacts directs pour traiter les demandes de renseignements ou régler les différends).

4.4.11 Risques et obstacles

Dans le cadre de l’élaboration du Plan stratégique, l’équipe de projet devra identifier les risques et obstacles susceptibles de compromettre le succès du projet.

En matière de gestion de projet, il est d’usage et de bonne règle de dresser un inventaire des risques dans un Registre et d’évaluer la probabilité qu’un risque se matérialise, ainsi que la gravité d’un tel risque pour ce projet. L’équipe de projet devra également formuler des stratégies d’atténuation appropriées si le risque se matérialise.

Les risques devront être surveillés en permanence pendant le projet et l’équipe de projet devra être prête à appliquer les stratégies de prévention ou d’atténuation nécessaires.

Dans une large mesure, les risques potentiels pour ce type de projet sont ceux qui pèsent sur n’importe quel projet informatique et il convient d’adopter de bonnes pratiques de gestion pour y faire face.

Il existe d’autres risques qui dépendent des circonstances de chaque pays.

En outre, bon nombre des dispositions recommandées ci-dessus et une stratégie clairement définie pour le projet permettraient de réduire sensiblement le risque que des objectifs vagues, le manque d’adhésion et de direction et une mauvaise planification le conduisent à l’échec.

Le principal risque pour ce type de projet est que les informations recueillies auprès des Organismes ne
soient pas complètes, exactes et regroupées d’une manière qui facilite leur utilisation, car le public ne verrait par l’intérêt du site et perdrait confiance dans l’administration publique.

Les informations peuvent revêtir la forme de bases de données, fichiers, listes, etc. gérés par les Organismes, ou être simplement des connaissances que possèdent des personnes clés. La localisation et l’organisation de ces informations peuvent donc s’avérer difficiles.

En outre, comme indiqué plus haut, les Organismes peuvent hésiter à partager l’information, ne pas avoir l’habitude de le faire, ou simplement avoir des difficultés à les localiser. Il est donc important que l’équipe de projet dispose de l’autorité nécessaire pour recueillir l’information et que tous les membres du personnel des Organismes chargé d’aider l’équipe reçoivent les instructions voulues.

La réussite du projet dépend aussi de la mesure dans laquelle les membres de l’équipe de projet possèdent les compétences et l’expérience nécessaires pour chercher l’information et obtenir de leurs homologues qu’ils fassent part de leurs connaissances. Il est donc essentiel de recruter des individus qui comprennent bien le contexte et les circonstances et possèdent les capacités d’analyse voulues.

Une fois que le site est au point et fonctionne, les organismes devront continuer à collaborer pour qu’il reste utile et à jour. En l’absence des mécanismes institutionnels nécessaires pour garantir que les Organismes communiquent les informations requises au Portail d’information commerciale, le flux finira par se tarir et les Organismes recommenceront à diffuser l’information au coup par coup. Le Comité de direction doit donner l’autorité et les instructions voulues pour que la collaboration devienne systématique.

**Principales recommandations**

- Choisir un nom de domaine qui indique clairement la nature et l’objet du Portail d’information commerciale ainsi que son identité nationale.
- Comparer les options possibles pour le site web — achat et exploitation d’une infrastructure interne, ou hébergement externe ou en nuage — en examinant soigneusement leurs incidences financières et les compétences requises.
- Sélectionner une plate-forme informatique adaptée au niveau de compétence et d’expérience disponible pour développer le site, en tenant compte des contraintes budgétaires. Tenir compte du fait que la conception de la base de données et des fonctions qu’elle offre nécessitera des compétences spécialisées en matière de conception et d’ingénierie des systèmes informatiques. Si ces compétences n’existent pas en interne, il faudra décider où se les procurer.
- Se pencher dès le départ sur les questions à régler pour assurer la durabilité du projet. Tenir compte notamment de la nécessité de constituer une équipe spécialement chargée de la gestion du Portail.
- Établir un budget préliminaire pour couvrir les frais d’exploitation et faire en sorte que des crédits soient ouverts.
- Tenir compte des incidences qu’aurait le fait de rendre juridiquement contraignantes les informations publiées sur le site web.
- Déterminer si un modèle de financement par abonnement payant est possible et souhaitable.
- Évaluer soigneusement les risques susceptibles de compromettre le succès du projet et élaborer des stratégies de prévention ou d’atténuation appropriées.
Élaboration et exécution

5.1 Plan d’exécution

Une fois que les principales options décrites dans le Plan stratégique ont été approuvées par le Comité de direction, le Chef de file peut passer à l’élaboration et à l’exécution du projet, qui est traité ci-après comme un projet informatique classique en trois phases : définition, construction et exécution. Le Chef de file a le choix entre plusieurs méthodes recommandées pour la gestion de projet, selon sa préférence. L’une des méthodes les plus utilisées pour la gestion de projets informatiques, PRINCE2, a été mise au point par l’Agence centrale de l’informatique et des télécommunications du Royaume-Uni12.

La première tâche de l’équipe de projet est d’élaborer un plan d’exécution. Ce Guide ne se veut pas prescriptif en ce qui concerne la méthodologie, le style et le contenu. Son objectif est cependant de servir de base de référence pour mesurer l’avancement, la qualité et le succès du projet.

D’une manière générale, le Plan d’exécution doit couvrir les points suivants :

- Rappel des objectifs clés du projet
- Cahier des charges (quantification des tâches : nombre de textes juridiques à réunir, nombre de pages à publier, etc.)
- Méthode de travail (gestion, contrôle et responsabilisation)
- Composition de l’équipe de projet
- Ressources à fournir en contrepartie
- Estimation de la charge de travail
- Définition des besoins (besoins fonctionnels, besoins opérationnels)
- Architecture fonctionnelle (définition des fonctions du système)
- Architecture technique
- Spécifications des logiciels d’application
- Spécifications des logiciels d’exploitation
- Spécifications de l’infrastructure physique
- Spécifications du service d’hébergement
- Estimation des coûts de mise au point
- Estimation des coûts d’acquisition
- Estimation des coûts d’exploitation
- Plan du projet, y compris produits à fournir, objectifs d’étape et responsabilités des parties
- Normes de qualité
- Critères et procédures d’acceptation
- Plan d’achat
- Plan de formation
- Inventaire des risques

Certaines de ces questions font partie de la méthode standard utilisée pour les projets informatiques et ce Guide ne s’y attardera pas. Les questions clés concernant ce contexte particulier sont décrites plus en détail ci-après.

L’une des tâches les plus difficiles au stade de l’exécution sera probablement la collecte des informations nécessaires auprès des différents Organismes afin de les télécharger sur le site web. L’équipe de projet devra réfléchir à la manière de procéder. Comme on l’a mentionné plus haut, cela nécessitera un fondement juridique pour la collaboration entre organismes, mais aussi du personnel pour localiser et recueillir les données de base, les formater de manière à pouvoir les charger dans le système et les saisir au besoin. S’ils n’existent pas ailleurs, certains contenus, comme par exemple les pages d’information générale, devront être produits.

Lors de la planification des ressources, le Chef de file devra envisager de constituer une équipe chargée de l’exécution qui serait composée de représentants des différents Organismes. Ici encore, il faudra que les Organismes acceptent de « détacher » du personnel. Mais l’avantage est que les informations seront localisées et recueillies par des individus compétents dans les domaines correspondants et ayant
librement accès au personnel et aux ressources de chaque Organisme. En outre, cela permettrait de créer un modèle de collaboration qui pourrait être appliqué ensuite, sous une forme allégée, à l’exploitation courante du portail.

5.2 Architecture du système

Cette section décrit les principales questions liées aux aspects techniques de la construction du site web et du chargement des données.

Les options concernant la plate-forme informatique sont décrites plus haut à la section 4.4.5. L’architecture technique dépendra donc dans une large mesure des choix stratégiques.

Cependant, comme indiqué à la section 4.4.5, il est préférable que le site web permette d’afficher autre chose que des pages HTML statiques.

Pour afficher des informations complexes et intimement liées en réponse à une demande de renseignements, les informations doivent être stockées dans une base de données et le système doit pouvoir communiquer avec l’utilisateur, créer un contenu dynamique qui répond à la demande et formatter ce contenu de façon à ce qu’il puisse être affiché à l’écran. Il faut donc concevoir une base de données qui sera stockée sur le serveur hôte et utiliser un langage de programmation pour créer le contenu.

Divers logiciels, brevetés ou libres, permettent de construire un tel système. Ce guide ne se veut pas prescriptif à cet égard. Comme indiqué plus haut, le choix dépendra de la préférence et de la familiarité avec certains logiciels.

Cependant, d’une manière générale, le système devra comporter les couches fonctionnelles illustrées ci-après, étant entendu que, si l’on décide d’utiliser un système de gestion de contenu disponible dans le commerce, ces éléments peuvent être groupés ensemble.

1. Matériel et infrastructure
   Il s’agit des ordinateurs (serveurs), périphériques, matériels et lignes de télécommunication. En mode extérieur, le matériel et l’infrastructure sont fournis par le service d’hébergement.

2. Système d’exploitation
   Les systèmes d’exploitation les plus utilisés pour héberger les sites web sont des produits dérivés d’Unix, tels que Linux et Windows, qui détient environ 64 % et 36 % du marché respectivement13.

3. Application serveur web
   Une application serveur web (généralement appelée serveur web) est un ensemble de services qui assurent la connectivité entre la couche de gestion de contenu et l’utilisateur final via l’Internet. Les serveurs web les plus prisés sont Apache (dans un environnement Unix) et IIS dans un environnement Windows14.

4. Unité de stockage de base de données
   Selon le système d’exploitation, les bases de données les plus prises sont Oracle ou SQL Server, ou bien des produits libres comme MySQL.

5. Connexion à la base de données
   La connexion à la base de données est la couche qui s’occupe du transfert des données entre l’application et la base de données. Elle est normalement choisie en même temps que la base de données.

6. Système de gestion de contenu en ligne
   Cette application assure les fonctions nécessaires pour organiser les données et gérer l’interaction avec les utilisateurs. Elle permet d’af-
ficher, d’ajouter, de modifier et de supprimer des données en ligne. Le langage le plus utilisé est PHP\textsuperscript{15}, un produit ouvert, suivi par ASP.NET et Java de Microsoft.

7. **Navigateur**

Le navigateur est un outil installé sur l’ordinateur du client afin de permettre aux utilisateurs de communiquer avec le système en fonction de leurs privilèges d’accès. Il existe différents navigateurs, et le système doit être compatible avec ceux qui sont les plus utilisés (p. ex., Explorer, Firefox, Chrome).

### 5.3 Modèle de données et conception de la base de données

Pour répondre aux demandes de renseignements décrites plus haut, la base de données doit être conçue en tenant compte du lien entre les entités de données.

Le diagramme ci-après (fig. 2) illustre, grâce à une notation simplifiée du rapport entre entités\textsuperscript{16}, les entités de données nécessaires pour stocker l’information et les relations entre elles.

Les cases représentent les « entités », c’est-à-dire les classes d’information devant être publiées sur le Portail d’information commerciale.

Le modèle général des entités peut servir à concevoir la base de données.

Le modèle représente les principales classes d’information. Une analyse détaillée mettra en lumière différentes autres classes pouvant être utilisées pour assurer l’intégrité référentielle et enrichir davantage les données, par exemple code pays, code monnaie, code d’activité (importation, exportation, transit), etc.

La structure ci-après est une simple suggestion générique. En dépit de certaines variations dues aux circonstances propres à chaque pays, les éléments de base devraient rester pratiquement les mêmes.

Ces classes d’information sont organisées et leurs relations référentielles identifiées de manière à offrir un moyen rapide d’assembler sur le site web toutes les informations nécessaires pour répondre à une demande de renseignements.

Le caractère relationnel de ce modèle conceptuel permet d’accéder rapidement à des informations entre lesquelles il existe un lien logique, quel que soit l’angle sous lequel un commerçant soumet une demande de renseignements, comme on le verra à la section 5.4.3 ci-après. L’objectif est de lui permettre d’obtenir ce qu’il cherche de la manière la plus simple et la plus rapide possible, sans devoir parcourir plusieurs menus ou pages d’information.

Le modèle ci-dessus montre que les produits représentent la principale classe d’information. Ils sont normalement classés selon le système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SH).

Le code SH qui identifie une marchandise est un code à 8 chiffres, comme indiqué ci-dessous :

**Figure 2. Modèle des relations entre les informations**

Dans certains pays, le code produit contient davantage de chiffres afin de tenir compte des sous-classifications utilisées pour ce produit dans les pays en question.
Un Tarif douanier, c’est-à-dire le taux de droit applicable, est associé à chaque code produit. Il peut y avoir plusieurs tarifs pour un produit, car un pays peut appliquer un taux spécial pour les pays signataires d’un accord de libre-échange et un taux différent pour tous les autres pays. La base de données devrait permettre de trouver les tarifs douaniers appliqués à l’importation et à l’exportation, bien qu’en pratique, les pays ne prélèvent généralement pas de taxe à l’exportation.

Un code produit peut s’appliquer à plusieurs Produits qui sont définis par des codes produit internationaux (comme dans le cas des produits pharmaceutiques) ou, simplement, par l’identifiant attribué au produit par le fabricant.

Une entreprise qui souhaite importer un produit doit s’assurer qu’il est conforme à certaines Normes techniques. Il peut s’agir de normes nationales définies par une loi ou une réglementation, ou bien de normes recommandées qui s’inspirent des normes internationales auxquelles l’importateur peut choisir de se conformer. Les exportateurs doivent s’assurer que leurs produits sont conformes à certaines normes obligatoires dans le pays destinataire.

Une Mesure est une restriction ou une interdiction particulière qui s’applique à une marchandise ou à certains types de produits. En général, une Mesure est liée à des normes sanitaires et phytosanitaires et il faut obtenir un permis ou une licence auprès de l’administration compétente avant d’importer ou d’exporter les produits en question.

Une Mesure peut aussi être une interdiction permanente d’importer ou d’exporter certains produits (par exemple, des substances psychotropes) ou une interdiction temporaire (en vue d’appliquer un quota, par exemple).

Une Règle est un terme générique désignant toute instruction spéciale obligatoire applicable à certains produits, comme par exemple l’obligation d’obtenir une licence d’importation automatique ou non-automatique. Dans notre modèle conceptuel de base de données, l’entité Règles peut désigner n’importe quel type d’instruction spéciale applicable à un produit, comme l’obligation de dédouaner certains produits à des postes frontière particuliers, etc.

Les mesures et règles particulières sont normalement appliquées par le biais d’un instrument juridique, tels qu’une loi, un décret, un règlement, etc. Elles sont représentées par l’entité Lois. Un instrument juridique peut s’appliquer à différents produits.

L’entité Procédure représente la marche à suivre pour importer ou exporter des marchandises, chaque étape correspondant à une transaction entre le commerçant et une administration publique. La procédure normale de dédouanement d’un produit aux fins d’importation ou d’exportation est généralement appliquée à tous les produits conformément au régime en vigueur. Cependant, pour les produits assujettis à des mesures ou règles particulières, des procédures supplémentaires ou différentes peuvent s’appliquer, comme par exemple la mise en quarantaine exigée par certaines administrations publiques.

Dans de nombreux pays en développement où la procédure de dédouanement ou d’obtention d’un permis ou d’une licence n’est pas entièrement automatisée, on utilise généralement des formulaires imprimés pour les demandes et les déclarations. Il y a souvent plusieurs formulaires à remplir pour une opération. Dans le modèle conceptuel de la base de données (fig. 2), ils sont représentés par l’entité Formulaires et sont associés à une procédure particulière, bien que le même formulaire puisse théoriquement être employé pour différentes procédures.
5.4 Architecture fonctionnelle et contenu

L’Architecture fonctionnelle doit définir la structure du site web en ce qui concerne ses fonctionnalités, le mode d’affichage des pages d’information et les outils de navigation permettant à l’utilisateur de trouver ce qu’il cherche.

Le contenu du site web doit être déterminé par chaque pays, en fonction de ses circonstances particulières. À titre indicatif, on trouvera ci-après une liste de sujets et fonctions qui sont devenus la norme pour les sites web modernes.

5.4.1 Fonctions standard

Langue

Dans certains pays, il peut être nécessaire de donner la possibilité de visualiser le site web dans la langue locale ou, pour les utilisateurs étrangers, dans d’autres langues comme l’anglais ou le français. Dans ce cas, la première page de renvoi peut offrir le choix de la langue.

Une fois que l’utilisateur a choisi une langue, chaque page doit lui offrir la possibilité de changer de langue en cliquant sur un lien.

En théorie, il existe différentes façons d’offrir une interface multilingue. Par exemple, des ensembles de données parallèles peuvent être stockés dans la base de données, ou bien on peut créer deux ou plusieurs bases de données distinctes. La préférence des développeurs dictera le choix de l’approche technique.

Page d’accueil

Comme son nom l’indique, la page d’« accueil » est le point d’entrée sur le Portail d’information commerciale. Cette page pourra présenter le site et fournir de brèves indications sur la façon de l’utiliser. On devra aussi y trouver tous les principaux liens de menu vers les autres pages du site, organisées par sujet.

Sur de nombreux sites, la page d’accueil contient une liste d’articles récents, annonces, événements à venir et autres renseignements. La plupart des systèmes de gestion de contenu offrent des fonctions standard qui permettent de rafraîchir automatiquement la page chaque fois qu’un nouvel article est ajouté.

A propos de nous

Cette page que l’on trouve sur de nombreux sites web sert à décrire l’organisation représentée par le site, sa mission et l’objectif du site.

Plan du site

Il s’agit d’une liste des sujets couverts par le site web, organisés dans un ordre logique qui permet de trouver rapidement le sujet recherché et d’aller directement sur la page correspondante en cliquant sur le lien.

Termes et conditions

Cette page sert à afficher d’éventuels avis de non-résponsabilité et les termes régissant l’utilisation des informations publiées sur le site.

FAQ (Foire aux questions)

De nombreux sites d’information ont une rubrique contenant une liste des questions les plus fréquemment posées, assorties de la réponse correspondante. Certains systèmes de gestion de contenu permettent de rafraîchir automatiquement cette page en y ajoutant les nouvelles questions adressées par le public.

Aide

Cette page explique comment utiliser les différentes fonctions du site web. Il est recommandé d’indexer les sujets couverts.

Termes fréquemment utilisés

Cette page fort utile contient une note explicative sur divers termes et acronymes utilisés sur le site web.
La plupart des sites web contiennent une page où l'on trouve des numéros de téléphone, adresses, cartes et où adresser une question au moyen d'un formulaire standard. La plupart des systèmes de gestion de contenu permettent de créer automatiquement ce type de page. Dans notre contexte, du fait que la demande pourrait concerner un organisme parmi beaucoup d'autres, il serait bon d'inclure dans cette section une liste déroulante de types de question, pour que le système puisse l'adresser automatiquement à l'autorité compétente.

Bon nombre de sites utilisent un « Captcha » dans les formulaires de correspondance. Il s'agit d'un code généré par ordinateur qui n'est pas lisible électroniquement mais peut être lu par l'homme. L'utilisateur doit taper le code qu'il voit à l'écran. Ce filtre antispam permet de vérifier que la demande est adressée par un être humain et non par un robot servant à envoyer des messages non sollicités.

De nombreux sites contiennent un formulaire d'évaluation qui permet au public de donner son avis sur le site web et de suggérer des améliorations.

Le formulaire peut contenir un champ à contenu libre ou une liste de questions à choix multiples auxquelles on répond en cochant une option (« Comment avez-vous trouvé notre site web ? », « Avez-vous trouvé ce que vous cherchiez ? », « Êtes-vous satisfait de notre site web ? », etc.).

On pourrait envisager d'afficher ce formulaire dans une fenêtre contextuelle (« pop up ») pour encourager l'utilisateur à faire part de ses observations.

La plupart des sites web permettent de faire des recherches par mots clés. Les résultats de la recherche devront offrir un raccourci vers la page consacrée au sujet en question. Cette fonction de recherche pourra nécessiter un certain degré d'adaptation, car le moteur de recherche devra chercher des données stockées dans la base de données plutôt que du texte en format HTML.

Il est normalement de bonne règle d'offrir des hyperliens vers d'autres sites web sur des sujets connexes, tels que les sites des Organismes, de certaines entités s’occupant du commerce (par exemple, les Chambres de commerce) ou des organisations internationales concernées (OMC, OMD, OMS, etc.).

Le site devra cependant publier une annonce indiquant que le Portail d’information commerciale n’est pas responsable du contenu de ces sites et qu’ils sont régis par des termes et conditions différents.

Il s'agit de fonctions normalisées qui permettent de publier les informations nouvelles à mesure qu’elles deviennent disponibles.

De nombreux sites affichent les dernières nouvelles, annonces et événements à venir dans un encart de la page d’accueil pour qu’ils soient immédiatement visibles. On peut alors faire un « zoom » avant pour ouvrir une page complète qui permet d’en savoir plus sur ce sujet ou de rechercher des articles passés.

La plupart des systèmes de gestion de contenu ont des éléments intégrés qui permettent d’offrir ces options dynamiques, par exemple :

- Articles sur des activités ou événements récents, et d’une manière générale, sur n’importe quel sujet intéressant les commerçants
- Annonces: entrée en vigueur d’une nouvelle loi, changement de procédure, nouvelles normes sanitaires et phytosanitaires, etc.
- Calendrier d’activités (séminaires, ateliers, conférences, journées « portes ouvertes », etc.)
- Publications (bulletin électronique, lettre d’information ou version PDF de brochures ou autres documents)

Il s’agit des pages qui fournissent les renseignements réglementaires demandés par les commerçants sous une forme globale et structurée.
Les suggestions qui figurent ci-après supposent que le site web s’articule autour d’une base de données dans laquelle les informations concernant les marchandises, mesures, procédures, etc. sont organisées selon le modèle décrit plus haut à la section 5.3.

L’objectif des fonctions décrites ci-dessous est d’essayer, après avoir déterminé la manière dont les informations sont liées entre elles, de couvrir tous les angles sous lesquels les commerçants souhaiteront parvenir à l’information qu’ils cherchent.

**Recherche par produit**

Cette page permet de trouver un produit en saisissant le code SH, une partie du code SH ou un mot clé dans la description du produit.

Le résultat de la recherche peut être présenté dans un format structuré dynamique qui permet de naviguer jusqu’au produit recherché, comme dans l’exemple ci-dessous.

Une fois que le commerçant a cliqué sur le produit recherché, le système affiche le tarif douanier et les mesures, règles ou procédures particulières s’appliquant au produit, comme dans l’exemple ci-après.

Dans la page d’écran ci-dessous, le résultat de la recherche renvoie à la loi concernant l’obligation d’obtenir une licence automatique d’importation et aux formulaires à utiliser pour appliquer la procédure requise. Le commerçant peut faire un zoom avant et développer cette information en cliquant sur les liens.

---

**Figure 3. Résultat d’une recherche structurée sur le tableau relatif aux produits**
Figure 4. Résultat d’une recherche sur un produit particulier

| Code | 87013020 – cylindrée supérieure à 1 100 cc |

**Tarifs douaniers**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Groupe de pays</th>
<th>Activité</th>
<th>Taux de droit</th>
<th>Unité</th>
<th>En vigueur depuis</th>
<th>En vigueur jusqu’au</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>NPF</td>
<td>Importation</td>
<td>5.00</td>
<td>NB</td>
<td>01-05-2010</td>
<td>31-12-2010</td>
</tr>
<tr>
<td>TPEC</td>
<td>Importation</td>
<td>0.00</td>
<td>NB</td>
<td>01-01-2012</td>
<td>31-12-2012</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Mesures**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Nom</th>
<th>Type</th>
<th>Organisme</th>
<th>Description</th>
<th>Observations</th>
<th>Loi</th>
<th>Entrée en vigueur</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Obligation d’obtenir une licence automatique d’importation – véhicules routiers</td>
<td>Régime de licence</td>
<td>Ministère de l’industrie et du commerce</td>
<td>Véhicules routiers, sauf trois-roues (87.04.31)</td>
<td>Statistiques</td>
<td>Notification No 0076 – Annexe A, Liste des produits assujettis au régime de licences d’importation automatiques et non automatiques</td>
<td>31-12-9999</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Procédures**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Nom</th>
<th>Description</th>
<th>Catégorie</th>
<th>Procédure détaillée et formulaires à remplir</th>
<th>Procédure détaillée et produits visés</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Demande de licence d’importation</td>
<td>Demande de licence d’importation</td>
<td>Importation</td>
<td>Afficher</td>
<td>Afficher</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Recherche par mesure/règle**

Inversement, un commerçant souhaitera peut-être chercher une mesure ou une règle particulière (par exemple, les normes sanitaires et phytosanitaires) pour savoir à quels produits elle s’applique et quelles sont les procédures à suivre le cas échéant. Dans ce cas, le système doit montrer le lien entre les informations nécessaires et les présenter comme suit (cf. Figure 5).

Le commerçant devrait ensuite pouvoir faire un « zoom avant » sur les fichiers correspondants (par exemple : Loi ou Produit) afin de développer l’information en question.

**Recherche par procédure**

Un commerçant souhaitera peut-être aussi savoir à quels produits s’applique une procédure parti-culière, quelles dispositions et lois stipulent que la procédure est obligatoire, ou quels formulaires il doit utiliser.

Le système devra produire des résultats similaires à ceux présentés ci-dessus.

Il pourrait être utile de présenter une procédure sous la forme d’une succession logique d’étapes à suivre (cf. Figure 6).

Si possible, il serait bon de pouvoir cliquer sur une fenêtre pour l’agrandir afin d’obtenir des précisions ou un lien vers des informations connexes. Par exemple, en cliquant sur Formulaire de demande, on ouvre une fenêtre affichant une version PDF du formulaire, ou bien en cliquant sur Procéder à l’importation, on affiche toutes les informations concernant la procédure de dédouanement à l’importation.
Si ce n’est pas possible, des notes en bas du diagramme feront aussi l’affaire.

Recherche par document juridique

L’élément central d’un Portail d’information commerciale doit être un catalogue de toutes les lois, réglementations, instructions, notifications ou autres textes juridiques relatifs au commerce.

Sur de nombreux sites web, les textes juridiques sont au format PDF, c’est-à-dire qu’ils s’agit d’une version PDF d’un document original. Selon la manière dont cette version a été produite, il peut être possible de faire des recherches dans le texte, mais c’est rarement le cas. Le format PDF est utile si l’on veut télécharger le document pour l’imprimer ou l’envoyer. Cependant, si les textes juridiques étaient uniquement conservés au format PDF, il ne serait pas toujours possible de faire des recherches par
mot clé dans le texte ou de renvoyer à des sections particulières du document en cliquant sur des liens figurant ailleurs sur le site web.

Il est donc préférable de charger les textes juridiques dans la base de données sous forme de documents HTML, de manière à pouvoir effectuer des recherches dans tous les textes et placer des hyperliens qui renvoient d’un article ou d’une section du site à une autre.

En plaçant une ancre sur chaque article, il est également possible de créer un index au début du document.

Ce sera probablement une opération complexe, car l’original de ces textes juridiques n’existe peut-être pas sous forme électronique, auquel cas il faudra numériser les documents par ROCk, les convertir, les indexer ou, dans le pire des cas, saisir manuellement leur contenu.

Il est cependant fortement recommandé de faire cette manipulation, car cela permettra de renvoyer à une loi ou un article spécifique en plaçant des liens partout où ce renvoi est utile.

Il est également recommandé de créer un catalogue de toutes les sources de textes juridiques, d’évaluer ce qu’il faudrait pour mettre chaque document sous forme électronique et d’en tenir compte dans l’estimation du travail requis pour le projet.

5.4.4 Informations commerciales d’ordre général

En plus des informations structurées susmentionnées, il serait utile que le Portail d’information commerciale contienne également des pages qui indiquent en termes simples, clairs et logiques comment procéder pour importer ou exporter des marchandises.

Ces renseignements pourront être organisés par sujet, par exemple : Comment procéder pour importer des marchandises, Comment procéder pour exporter des marchandises, Comment procéder pour des marchandises en transit, Dans quels cas faut-il obtenir une licence d’importation, etc.

Ce guide ne se veut pas prescriptif à cet égard. Le contenu et le style sont essentiellement laissés à la discrétion de chaque pays, mais il est important que les commerçants puissent trouver ce dont ils ont be-

k ROC: Reconnaissance optique de caractères.
soin en suivant des explications claires et logiques au lieu de devoir chercher différents articles, lois, décrets, etc. et rassembler eux-mêmes tous les éléments d’information.

Cela peut sembler relativement simple, mais cela veut dire que les renseignements concernant différents organismes doivent être rassemblés de manière logique, ce qui peut présenter les mêmes difficultés que celles décrites plus haut à propos de l’échange d’information entre organismes. Bien souvent, chaque organisme applique ses propres règles sans se soucier des répercussions sur le travail des autres. Il s’ensuit que le fait de regrouper une série d’étapes impliquant différents organismes confère une valeur juridique (ou du moins un certain degré d’autorité) parce que ces informations sont publiées sur un site officiel du Gouvernement.

Pour la rédaction de ces pages d’information, les préposés à cette tâche devront être dotés d’un mandat juridique afin de garantir que les déclarations faites sont conformes à la loi et à la pratique courante.

5.4.5 Pages concernant les mesures sanitaires et phytosanitaires et les obstacles techniques au commerce

L’Accord de l’OMC sur l’application des mesures sanitaires et phytosanitaires (Accord SPS) stipule que les membres doivent faire en sorte que toutes les réglementations sanitaires et phytosanitaires soient publiées dans les moindres délais et qu’il existe un point d’information chargé de répondre aux questions posées par d’autres Membres17.

De même, l’Accord sur les obstacles techniques au commerce (Accord OTC) stipule que les membres doivent faire en sorte qu’il existe un point d’information chargé de répondre aux questions concernant les normes techniques18.

Bien que cela ne soit pas expressément indiqué, les membres de l’OMC respectent généralement cet engagement en indiquant les points d’information sur un site web. Dans de nombreux pays, l’adresse des points d’information et les coordonnées de la personne à contacter sont publiées sur le site de l’administration publique chargée de gérer le point d’information. Mais certains pays en développement comme le Ghana19 et le Népal20 ont un site web exclusivement consacré aux points d’information. Cela tient probablement à diverses raisons, mais une explication pourrait être qu’il n’existe pas de site web où publier ces informations.

Un pays qui a entrepris de créer un Portail d’information commerciale et qui met également en place des points d’information sur les mesures SPS et les OTC pourrait en profiter pour réserver des pages du portail à ces points d’information, étant donné que toutes les mesures seront publiées sur le site. Il devrait également être possible de soumettre des demandes de renseignements directement aux points d’information au moyen des formulaires figurant sur le site web.

Les pages consacrées aux points d’information pourront contenir d’autres renseignements sur les questions sanitaires/phytosanitaires et les normes techniques, avec des liens vers les organisations internationales compétentes, et l’on pourra utiliser des articles et annonces pour diffuser des informations concernant spécifiquement les mesures SPS et les OTC.

5.4.6 Fonctions spéciales

Toutes les fonctions décrites plus haut visent à publier l’information sous une forme claire et transparente. Il s’agit cependant de fonctions « passives » dans la mesure où le public doit trouver lui-même ce qu’il cherche.

La technologie moderne permet de créer des fonctions « actives » qui répondent aux besoins d’information du public tout en permettant au gouvernement de se rapprocher des commerçants pour comprendre leurs besoins, observer leurs réactions et leur comportement et, au bout du compte, leur offrir un service mieux adapté à leurs besoins.

Ces fonctions pourraient être des services « à valeur ajoutée » proposés aux utilisateurs qui souhaitaient s’abonner au site web. La page d’accueil proposerait une offre d’abonnement. En principe, pour s’abonner, l’utilisateur devra indiquer son nom, son adresse, son secteur d’activité, etc., mais ces renseignements ne sont pas indispensables. L’essentiel est
de fournir une adresse électronique qui puisse servir d’identifiant et un mot de passe que l’utilisateur pourra choisir et modifier à son gré.

Voici quelques exemples de services d’abonnement à valeur ajoutée :

- **Abonnement à des publications, articles d’actualité et annonces de manifestations à venir.** Si ces options figurent dans la base de données (p. ex., Actualités douanières, Notifications de mesures SPS, etc.), les abonnés pourront choisir les catégories d’information qui les intéressent et le système pourra les avertir par courriel ou message SMS chaque fois que le site web est enrichi d’une nouvelle rubrique.

- **Une fonction « À suivre » qui permettrait aux abonnés de marquer d’un signet les produits qui les intéressent et de recevoir une alerte en cas d’ajout ou de modification concernant ces produits (nouvelle mesure ou expiration d’une mesure, nouvelle réglementation, etc.).**

- **Le site web pourrait envoyer des questionnaires périodiques aux abonnés pour recueillir leur opinion sur diverses questions.** Cette fonction pourrait également servir à consulter le public avant l’adoption d’une nouvelle loi.

### 5.4.7 Fonctions de gestion du site web

Comme tout système informatique, le Portail d’information commerciale nécessitera des fonctions d’administration et de maintenance afin de permettre la mise à jour des codes et données, la gestion des profils d’utilisateurs, les diagnostics, etc.

Dans un contexte plus spécifique, cependant, le système doit offrir des fonctions de suivi et d’analyse de l’utilisation. Il existe de nombreux outils d’analyse de l’utilisation du web (par exemple, Google Analytics) qui peuvent « se brancher » sur le site web. Alternativement, le service d’hébergement peut offrir son propre outil.

Les outils d’analyse de l’utilisation du site web permettent de connaître le nombre de visites sur le site et d’extrapoler divers indicateurs, tels que le nombre de pages consultées par un utilisateur, le temps passé sur chaque page, le type de recherche, etc. Les outils analytiques permettent également de savoir où se trouve un utilisateur, à partir de l’adresse IP, et d’établir ainsi des statistiques sur l’emplacement de tous les utilisateurs à travers le monde. Ces outils fournissent généralement un « tableau de bord » qui présente les données sous forme de graphiques.

Ces outils analytiques sont très utiles pour observer et comprendre le comportement et les préférences du public et pour extrapoler divers indicateurs, tels que la répartition géographique des utilisateurs, les informations plus utilisées, etc. Cependant, des stratégies plus ciblées sont nécessaires pour obtenir des informations de nature plus qualitative sur la perception du public quant à la qualité et à l’utilité du site (voir la section 7 ci-après).

---

**Principales recommandations**

- **Élaborer un plan d’exécution détaillé pour que le Comité de direction comprenne bien la portée du projet, les caractéristiques et le contenu du site web, ainsi que les ressources financières et humaines nécessaires pour le construire.**

- **Le plan d’exécution doit être élaboré conformément aux pratiques appropriées pour les projets informatiques, et comprendre les éléments suivants : plan de projet, architecture de système, spécifications de la base de données et architecture fonctionnelle.**

- **Élaborer le plan de projet conformément aux pratiques appropriées en matière de gestion de projet, ce qui comprend une liste détaillée des tâches, les responsabilités des parties, les objectifs d’étape, la répartition des ressources et les aspects qualitatifs de chaque tâche.**

- **Le plan doit indiquer clairement la manière dont les informations seront recueillies et chargées sur le site web, ainsi que les ressources nécessaires, y compris, si possible, du personnel détaché par les Organismes compétents.**

- **Actualiser l’inventaire des risques au niveau de détail prévu dans le plan de projet, surveiller les risques en permanence et être prêt à appliquer les stratégies de prévention ou d’atténuation nécessaires.**
6.1 Politiques et procédures

Comme tout système informatique, l’exploitation du Portail d’information commerciale doit être régie par un ensemble de bonnes pratiques concernant l’entretien du matériel et du système, la sécurité, la reprise après sinistre, etc. L’équipe de projet devra élaborer un Manuel des règles et procédures régissant ces questions.

Plus spécifiquement, il importe de mettre en place un ensemble de règles et procédures pour faire en sorte que les informations publiées sur le Portail reflètent les changements les plus récents et les faits nouveaux intéressant le public.

Cela nécessitera le fondement juridique décrit plus haut à la section 3.3, mais il faudra également codifier la manière dont ce système fonctionne. À cet égard, le Manuel des règles et procédures devra indiquer :

- Une définition de ce qui constitue une information devant être publiée sur le site web, par exemple un fait nouveau, une annonce publiée par un organisme, une nouvelle publication, un nouveau projet de loi, une nouvelle réglementation, un changement de procédure, une nouvelle mesure SPS, etc.
- Des directives sur le respect des délais de publication de cette information
- La méthode de communication de cette information à l’équipe de gestion du Portail, par exemple par courriel, lettre officielle, etc. À terme, on pourrait envisager que les organismes chargent directement l’information sur le site web, moyennant une formation appropriée.
- La méthode de vérification de l’information avant sa publication et son approbation par la direction. À cet égard, il est préférable que l’information soit chargée sur le milieu d’essai de mise au point de manière à pouvoir la vérifier et l’approuver avant de la charger en milieu réel.
- La manière dont les demandes de renseignements reçues sur le site web sont transmises à chaque organisme et dont elles sont traitées. À cet égard, il serait bon que le site soit doté de fonctions de suivi de l’état d’avancement des demandes reçues et qu’il existe un mécanisme permettant aux Organismes d’indiquer à l’équipe de gestion du Portail la suite donnée à chaque demande. Pour ce faire, les Organismes pourraient accepter d’utiliser un collecticiel ou un service d’assistance en ligne. Cela permettrait de mesurer l’efficacité du site web, comme indiqué à la section 7 ci-après.
- Les rôles et responsabilités des parties chargées de l’exploitation et de la maintenance du site web.

**Principales recommandations**

- Appliquer des règles et procédures informatiques appropriées pour l’exploitation du Portail d’information commerciale.
- Élaborer un ensemble de règles et procédures pour faire en sorte que le portail soit toujours actualisé en tenant compte des nouvelles informations.
Mesurer l’efficacité du Portail d’information commerciale

L’efficacité d’un Portail d’information commerciale devra être mesurée par le degré de facilitation que l’accès à des informations claires et exactes sur la réglementation offre aux professionnels du commerce. Mais il est extrêmement difficile de mesurer le degré de facilitation du commerce en termes d’économies directes et indirectes dans les coûts de transaction, car cela nécessite de prendre en compte de nombreux autres facteurs que le cadre réglementaire, tels que la chaîne logistique, le recours au commerce électronique, etc., qui sont étroitement liés. Pour citer un rapport de la CNUCED sur la facilitation du commerce : « Les experts ont reconnu qu’il était extrêmement difficile de quantifier les avantages des programmes globaux de facilitation du commerce ».

On a essayé de mesurer les avantages de la facilitation du commerce en utilisant une formule générale où la « transparence » du cadre réglementaire a une valeur mesurable (voir Wilson, Mann et Otsuki). Mais la publication de règles et informations sur un portail n’est qu’un aspect de la transparence. La manière dont ces règles sont interprétées et appliquées dans le cadre d’opérations effectives est également un facteur.

On pourrait néanmoins utiliser des modèles comme l’étude de l’OMD sur le temps nécessaire à la mainlevée des marchandises pour mesurer par extrapolation l’efficacité d’un Portail d’information commerciale en comparant les situations « avec et sans » portail. Il est cependant important de s’assurer que l’on mesure l’efficacité des procédures d’importation et d’exportation d’un bout à l’autre du processus, y compris les interactions avec d’autres organismes avant l’arrivée des marchandises à la frontière.


Les outils de suivi de l’utilisation peuvent servir à dégager des tendances statistiques. Un accroissement régulier du nombre de visites et du temps passé sur le site sera probablement un bon indicateur du fait que le public y a de plus en plus recours.

On pourrait analyser le nombre de demandes de renseignements soumises sur le site web et les observations sur l’utilité des réponses, en utilisant comme référence le nombre de demandes traitées par un organisme avant la mise en service du site web. Cette base de référence risque cependant d’être difficile à établir parce que, dans une situation où la plupart des transactions avec les organismes nécessitent des contacts directs, les démarches à accomplir pour obtenir des renseignements sont liées au fait que les transactions s’effectuent en personne. Néanmoins, à terme, il pourrait être possible de mesurer combien de temps il faut — au client et à l’organisme — pour mener à bien une transaction. Si ce délai diminue, cela pourrait indiquer que les transactions demandent moins d’explications ou engendrent moins d’erreurs.

En fin de compte, le commerce est facilité si les commerçants pensent qu’il l’est. L’organisme responsable du Portail d’information commerciale
doit donc sonder l’opinion publique chaque fois que l’occasion se présente. Par exemple, il pourrait organiser régulièrement des séminaires ou des ateliers de formation sur les moyens de tirer le meilleur parti du site web et en profiter pour demander l’opinion du public.

**Principales recommandations**

- Bien que la facilitation du commerce soit difficile à mesurer, chercher activement à mesurer le succès du Portail d’information commerciale en termes de facilités qu’il offre aux professionnels du commerce. Recourir à la technologie pour recueillir leurs observations et réactions et organiser des consultations fréquentes pour sonder l’opinion.
Les concepts de portail d’information commerciale et de guichet unique sont souvent mentionnés ensemble. Il existe certes un lien entre les deux dans la mesure où ils visent l’un et l’autre à offrir un point d’accès unique aux professionnels du commerce. Cependant, un portail d’information commerciale vise à faciliter l’accès à l’information, alors qu’un guichet unique devrait être, selon la définition du Centre des Nations Unies pour la facilitation du commerce et les transactions électroniques (CEFACT-ONU), « un système qui permet aux entités participant à des activités de commerce et de transport de présenter des informations et des documents normalisés dans un bureau unique pour s’acquitter de toutes les formalités réglementaires relatives à l’importation, à l’exportation et au transit » autrement dit, de nos jours, un système électronique qui permet d’envoyer et de recevoir des messages.

Dans la pratique, les deux systèmes n’ont pas la même architecture technique, le même modèle de gouvernance et, surtout, le même fondement juridique.

Le Portail d’information commerciale publie des informations qui doivent être librement accessibles et n’impliquent aucune transaction entre les professionnels du commerce et l’administration publique. La protection des données n’est donc pas une question très préoccupante, comme indiqué plus haut à la section 4.4.9. En revanche, le Guichet unique concerne des transactions entre le public et diverses administrations publiques qui ont la même valeur juridique qu’une déclaration et peuvent être utilisées comme éléments de preuve. En outre, ces transactions font appel à des informations commerciales confidentielles. La création d’un Guichet unique nécessite donc un solide dispositif de protection des données et une loi sur le commerce électronique, pour laquelle la CNUCDI a établi un bon modèle général. En outre, selon le modèle fonctionnel retenu, le Guichet unique pourrait nécessiter d’autres lois pour autoriser le partage des données communiquées à un organisme particulier et leur conférer une valeur juridique reconnue par tous les organismes.

Il s’ensuit que tous les aspects du Guichet unique, qu’il s’agisse de la conception du système, des dispositifs de sécurité, du modèle de gouvernance et du mode d’exploitation, doivent tenir compte des droits et obligations associés à une transaction juridiquement contraignante, lesquels doivent être énoncés dans un accord de prestation de services entre le prestataire et le client, ou un instrument comparable. Il convient aussi de rappeler que le questionnaire du Guichet unique fournit un service non seulement au public, mais aussi à toutes les administrations publiques concernées, et si le prestataire est un Chef de file, cela veut dire qu’il doit avoir signé un accord de prestation de services avec les autres acteurs gouvernementaux.

Il est cependant intéressant de considérer le Guichet unique dans le cadre d’une démarche de facilitation progressive du commerce dont la première étape est un portail d’information commerciale (en supposant qu’il est mis en place avant le guichet unique) qui introduit la notion de point d’accès unique pour tous les échanges avec l’administration publique. Après tout, l’accès à l’information est une condition préalable à une transaction effective, et l’on pourrait envisager une situation où le commerçant passe directement du stade « Comment procéder ? » à « Procéder ».

Prenons le cas d’un commerçant qui souhaite importer un produit assujetti de temps à autre à des mesures SPS. La première chose à faire est de déterminer si des mesures sont actuellement en vigueur. Le commerçant cherche donc le produit sur le Portail d’information commerciale (voir l’exemple présenté plus haut à la section 5.4.3) et découvre qu’il doit obtenir un permis de l’organisme compétent avant de procéder à l’importation.
À ce stade, s’il existait un lien commun entre le Portail d’information commerciale et le Guichet unique, le système pourrait relier les étapes nécessaires pour s’acquitter de cette obligation, sur la base des renseignements que le commerçant vient de demander, et lui indiquer la marche à suivre pour faire toutes les demandes nécessaires auprès des organismes compétents par voie électronique sur le Guichet unique, sans devoir se déconnecter, passer à un autre système et saisir à nouveau les mêmes informations. En outre, le Guichet unique pourrait utiliser les tarifs douaniers affichés sur le Portail pour calculer les droits à verser par le commerçant lorsqu’il arrive au stade de la déclaration en douane.

Il est clair que ce modèle nécessite une combinaison de technologies qui doivent être intégrées aux systèmes dès le départ1 ainsi que des dispositifs opérationnels qui s’appliquent à des environnements différents. Il ne sera peut-être pas utilisable dans certains pays, selon les systèmes hérités du passé et les contraintes institutionnelles. Mais dans les pays où toutes les innovations sont permises, ce modèle mérite d’être envisagé.

S’agissant du lien entre un portail d’information commerciale et un guichet unique, le point essentiel est que, si l’un est mis en place avant l’autre, cela établit un modèle de collaboration interinstitutions et de gouvernance collective qui sont deux conditions indispensables à la réussite de l’un comme de l’autre. La structure de gestion, la base juridique et les mécanismes mis en place pour le Portail d’information commerciale pourraient aider à définir le modèle de gouvernance du Guichet unique et faciliteraient l’adoption du modèle décrit plus haut.

**Principales recommandations**

- Bien qu’un portail d’information commerciale et un guichet unique puissent être considérés comme des projets distincts qui nécessitent des modèles différents sur le plan juridique, opérationnel, technique et administratif, le fait d’envisager les deux ensemble et de prévoir en conséquence présente des avantages.
- Ils peuvent offrir certaines fonctions informatiques communes pour simplifier la tâche de l’utilisateur en permettant à la fois d’accéder à l’information et de présenter les données requises.
- Le modèle de gouvernance d’un Guichet unique pourrait s’inspirer du modèle de gouvernance d’un Portail d’information commerciale, qui vise à permettre la collaboration interinstitutions.

---

1 En principe, cela pourrait être un centre de services web sur une plate-forme SOA qui nécessiterait une seule entrée dans le système.
<table>
<thead>
<tr>
<th>Acronyme</th>
<th>Description</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>B2B</td>
<td>Business to Business</td>
</tr>
<tr>
<td>SGC</td>
<td>Système de gestion de contenu</td>
</tr>
<tr>
<td>SGBD</td>
<td>Système de gestion de base de données</td>
</tr>
<tr>
<td>DNS</td>
<td>Système de noms de domaine</td>
</tr>
<tr>
<td>FAQ</td>
<td>Foire aux questions</td>
</tr>
<tr>
<td>GATT</td>
<td>Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce</td>
</tr>
<tr>
<td>SH</td>
<td>Système harmonisé</td>
</tr>
<tr>
<td>HTML</td>
<td>Langage hypertexte</td>
</tr>
<tr>
<td>TIC</td>
<td>Technologies de l’information et des communications</td>
</tr>
<tr>
<td>IIS</td>
<td>Internet Information Services</td>
</tr>
<tr>
<td>IP</td>
<td>Protocole Internet</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Acronyme</th>
<th>Description</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>ROC</td>
<td>Reconnaissance optique de caractères</td>
</tr>
<tr>
<td>PDF</td>
<td>Format de document portable</td>
</tr>
<tr>
<td>PRINCE2</td>
<td>Projects in a Controlled Environment</td>
</tr>
<tr>
<td>SMS</td>
<td>Messagerie texte</td>
</tr>
<tr>
<td>SOA</td>
<td>Architecture orientée services</td>
</tr>
<tr>
<td>SPS</td>
<td>Sanitaire et phytosanitaire</td>
</tr>
<tr>
<td>OTC</td>
<td>Obstacles techniques au commerce</td>
</tr>
<tr>
<td>CNUCDI</td>
<td>Commission des Nations Unies pour le commerce international</td>
</tr>
<tr>
<td>URL</td>
<td>Adresse universelle</td>
</tr>
<tr>
<td>OMD</td>
<td>Organisation mondiale des douanes</td>
</tr>
<tr>
<td>OMS</td>
<td>Organisation mondiale de la Santé</td>
</tr>
<tr>
<td>OMC</td>
<td>Organisation mondiale du commerce</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Références

1. GATT 1947 et 1994, Article X, OMC
10. W3Techs, Usage of Content Management Systems for Websites, http://w3techs.com/technologies/overview/content_management/all
15. W3Techs, Usage of Server-side Programming Languages for Websites, http://w3techs.com/technologies/overview/programming_language/all
17. GATT 1994, Accord sur l’application des mesures sanitaires et phytosanitaires, annexe B, OMC
18. GATT 1994, Accord sur les obstacles techniques au commerce, Article 10, OMC
Créer un portail d’information commerciale