



Étude sur le dialogue de la société civile de la DG Commerce

Résumé analytique

Deloitte.

coffey  part of

 **TETRA TECH**

Trade

Manuscrit achevé en mars 2021

La Commission européenne ne peut en aucun cas être tenue pour responsable de l'usage fait de cette publication en cas de réutilisation.

Luxembourg: Office des publications de l'Union européenne, 2021

© Union européenne, 2021



La politique de réutilisation des documents de la Commission européenne est mise en œuvre sur la base de la décision 2011/833/UE de la Commission du 12 décembre 2011 relative à la réutilisation des documents de la Commission (JO L 330 du 14.12.2011, p. 39).

Sauf mention contraire, la réutilisation du présent document est autorisée dans le cadre d'une licence Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Cela signifie que la réutilisation est autorisée moyennant citation appropriée de la source et indication de toute modification.

Pour toute utilisation ou reproduction d'éléments qui ne sont pas la propriété de l'Union européenne, il peut être nécessaire de demander l'autorisation directement auprès des titulaires de droits respectifs.

PDF: ISBN: 978-92-76-12937-0

doi: 10.2781/034493 NG-04-19-696-FR-N

.

Résumé analytique

La Direction générale (DG) Commerce a mandaté Tetra Tech (anciennement Coffey International Development, Sp. z o.o.) et Deloitte d'entreprendre une **Étude sur le dialogue de la société civile de la DG Commerce**, dans le cadre d'un contrat-cadre multiple avec réouverture de compétition PO/2016-06/01.

Les deux principaux objectifs de l'étude étaient les suivants :

- **évaluer le processus actuel du Dialogue avec la Société Civile (DSC):** examiner si la stratégie et les objectifs du DSC demeurent adéquats et pris en compte par la conception actuelle du DSC; évaluer les progrès réalisés depuis 2014; fournir des commentaires et suggérer des améliorations ;
- **évaluer les dialogues sur la politique commerciale avec la société civile dans les États membres:** cartographier les mécanismes d'engagement existants de la société civile sur les questions commerciales dans les États membres; analyser d'autres mécanismes CE/UE d'engagement de la société civile; fournir des recommandations sur la manière dont la DG Commerce peut améliorer la sensibilisation et contribuer systématiquement aux dialogues sur le commerce international aux niveaux national et local. Explorer comment le DSC dans sa forme actuelle est pris en compte dans les débats qui ont lieu dans les États membres et vice-versa.

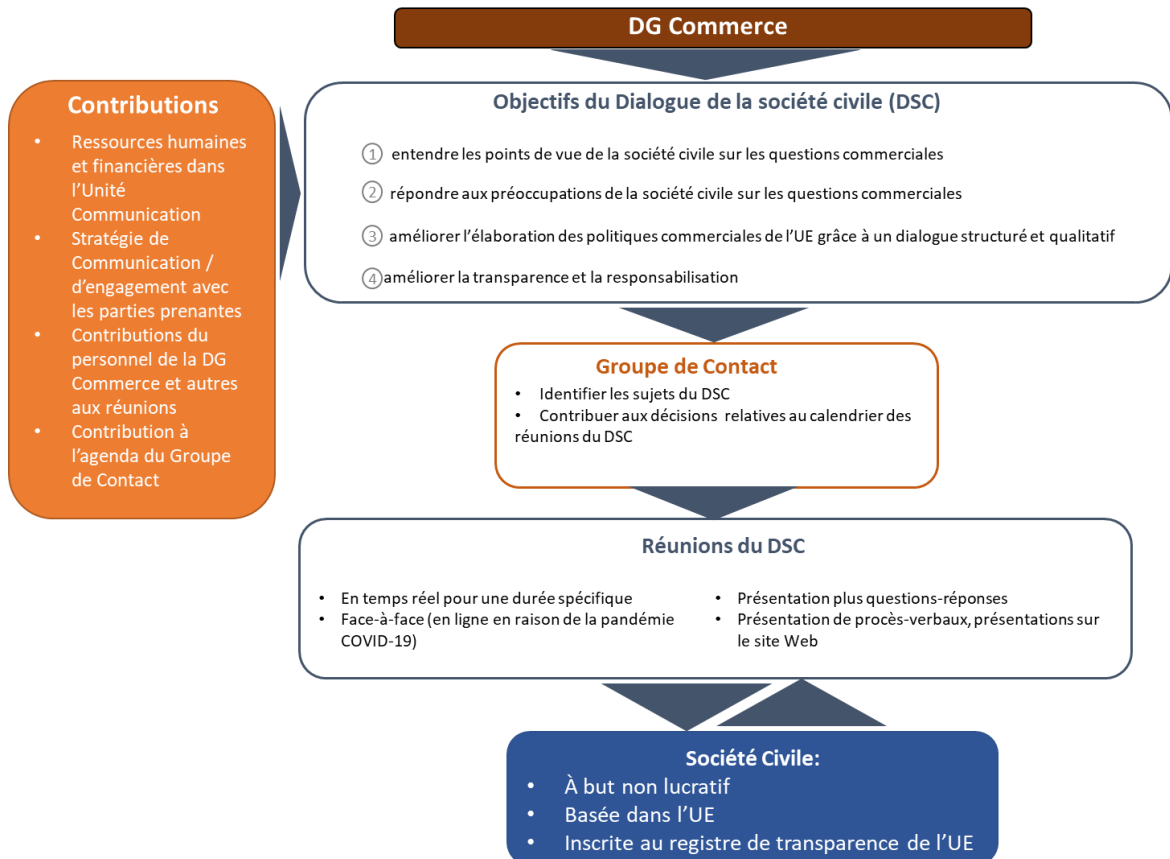
Ce document est le **Rapport final** de cette évaluation, où nous présentons nos réponses aux questions, conclusions et recommandations de l'évaluation.

L'évaluation a suivi une approche méthodologique mixte, s'appuyant principalement sur des données primaires recueillies par des méthodes en ligne et téléphoniques en raison de la crise de la Covid-19. En particulier, la collecte de données impliquait :

- trois sondages en ligne ciblant: les organisations de la société civile (OSC), y compris les participants actuels au DSC; le personnel de la DG Commerce et les autorités nationales et régionales responsables du commerce;
- des questionnaires aux autorités des États membres et aux membres du réseau des correspondants de la politique commerciale dans les représentations de la CE;
- un travail sur le terrain impliquant des entretiens approfondis avec un éventail d'intervenants dans 12 États membres, choisis en collaboration avec la DG Commerce;
- une étude de cas sur les pratiques d'engagement de la société civile par 'Affaires mondiales Canada' et l'OCDE;

- un exercice de cartographie, comprenant, dans un premier temps, l'identification des plateformes en ligne existantes pour soutenir la discussion sur le commerce et, dans un deuxième temps, les OSC qui s'intéressent au commerce ;
- les observations des évaluateurs aux réunions du DSC et un bulletin en ligne avec les OSC.

Vue d'ensemble du processus de dialogue de la DG Commerce sur la société civile



Conclusions

En ce qui concerne le **processus actuel du DSC**, l'évaluation conclut que:

- **Les réunions du DSC fonctionnent bien et les participants réguliers sont généralement satisfaits¹ des versions en ligne et en personne, notant que les réunions en ligne offrent la possibilité d'élargir la participation.** Dans une démarche future, la DG Commerce devrait adopter une approche combinant les réunions en ligne avec les réunions en personne, compte tenu du feedback clair des membres du DSC et d'autres OSC selon lequel les deux formats ont leurs avantages et qu'il serait préférable d'envisager de les poursuivre.
- **Les principales caractéristiques des formats actuels des réunions du DSC devraient être conservées, car les participants apprécient le nombre de réunions, les sujets, la durée et la présidence des réunions, ainsi que la qualité de l'information et des présentations fournies par la Commission.** En particulier, les participants apprécient la possibilité d'avoir accès à des informations actualisées de première main sur les négociations commerciales multilatérales et bilatérales et de participer à des réunions avec des représentants de haut niveau de la Commission, ainsi que la possibilité de présenter leurs propres positions.
- **Le DSC est un canal efficace pour informer les participants et échanger des points de vue avec eux,** mais le processus actuel ne facilite pas les contributions d'un large éventail d'OSC aussi efficacement que cela pourrait être, ce qui limite la mesure dans laquelle les OSC ont utilisé le DSC pour contribuer à l'élaboration des politiques. Cela dit, le DSC n'est qu'un canal parmi d'autres par lequel les OSC peuvent influencer la politique commerciale de l'UE. Les plus petites organisations ou les OSC non basées à Bruxelles sont confrontées à plus de difficultés pour soumettre des contributions que les grandes organisations bien établies. Les mesures qui pourraient améliorer le nombre et la qualité des inputs comprennent une notification beaucoup plus rapide des réunions à venir. Elles donneraient plus de temps aux OSC pour préparer et recueillir les commentaires de leurs membres ainsi que d'avantage de temps pour poser des questions et émettre un avis sur la façon dont les commentaires du DSC sont pris en compte au sein de la DG Commerce.
- **Le processus du DSC est plutôt efficace compte tenu des ressources humaines et financières disponibles.** Les organisations faitières européennes qui participent renforcent le DSC, en fournissant à leurs membres des informations spécifiques à leur secteur. Ceci permet d'**accroître la portée du DSC** au-delà des participants à la

¹ Dans le sondage, 85 % des répondants ont indiqué qu'ils étaient satisfaits (30 % dans une large mesure et 55 % dans une certaine mesure).

réunion. En effet, environ 70 % des participants indiquent qu'ils partagent, systématiquement ou occasionnellement, l'information avec leurs membres. Les commentaires des OSC dans les États membres confirment qu'elles reçoivent et comptent sur la représentation européenne de leur secteur pour se tenir informées, en grande partie en raison de l'expertise que ces organisations offrent, mais aussi parce que les OSC au niveau national n'ont pas le temps, les ressources et/ou l'intérêt de suivre les débats commerciaux, en particulier lorsque leurs intérêts sont très spécifiques. Toutefois, le secteur sans but lucratif, en particulier, a plus de mal à trouver une voix que ses homologues d'affaires.

- **Bien que le DSC soit un processus établi de longue date, avec de nombreux participants réguliers, les réunions en ligne du DSC offrent à la DG Commerce l'occasion d'atteindre, d'écouter et d'engager avec de nouveaux participants.** Il est possible de rafraîchir le DSC en sensibilisant davantage au DSC, y compris au sein des OSC dans les États membres. Le DSC n'a pas été suffisamment promu au niveau national, y compris par le biais des représentations et/ou par le biais des États membres. Les participants actuels considèrent le niveau de sensibilisation au DSC comme l'un des principaux obstacles à la participation. Des données probantes collectées auprès d'un échantillon d'OSC interrogées dans 12 États membres démontrent parfois le faible niveau de sensibilisation.
- **En ce qui concerne sa pertinence, il est possible de mettre à jour les objectifs du Dialogue de la société civile, qui ont été fixés il y a 20 ans.** Les objectifs sont les suivants: 1. entendre les points de vue de la société civile; 2. répondre aux préoccupations de la société civile; 3. améliorer l'élaboration des politiques; et 4. améliorer la transparence. Les données confirment que les OSC sont convaincues d'être écoutées et pas seulement entendues (ce qui est plus passif), conformément à la politique de transparence de la DG Commerce en matière d'écoute et d'engagement. Bien que le deuxième objectif reste pertinent, les participants et les organisateurs envisagent la nécessité de renforcer l'information sur la façon dont les préoccupations sont adressées, lorsque cela ne peut être clarifié lors des réunions. L'évaluation a révélé un manque de clarté quant à la façon avec laquelle le DSC appuie l'élaboration des politiques. Cela dit, la mise en œuvre et l'application effective des politiques sont maintenant beaucoup plus importantes, tandis que les OSC elles-mêmes doivent s'assurer qu'elles utilisent efficacement les possibilités offertes par le DSC grâce à des contributions opportunes et ciblées. Les commentaires sont cohérents sur la contribution du DSC à la transparence, ce qui confirme que cet objectif demeure important.

En ce qui concerne le débat sur les questions commerciales dans les États membres, nous concluons que:

- **Le degré et la qualité de la présentation/discussion des questions commerciales au niveau national, tant par la Commission européenne que par les États membres, diffèrent.** La DG Commerce reconnaît qu'il serait avantageux d'avoir un (des) mécanisme(s) plus efficace(s) pour écouter et dialoguer avec la société civile au niveau national et local. Cela se fait actuellement par l'intermédiaire du réseau des correspondants de la politique commerciale des Représentations européennes, ou par le biais des structures facilitées par les États membres, étant donné que la DG Commerce ne peut déployer des ressources supplémentaires importantes (avec beaucoup moins que l'équivalent d'un temps plein (ETP) dans toutes les représentations sauf deux). Toutefois, si certaines autorités nationales ont des systèmes bien établis d'engagement de la société civile sur les questions commerciales avec quelques exemples de bonnes pratiques, dans l'ensemble, il existe une grande variabilité dans la régularité, l'inclusivité et la disponibilité des systèmes pour soutenir les interactions entre les autorités nationales et la société civile, y compris au niveau des informations sur leurs sites web et le retweet des messages de la DG Commerce.
- **Si des ressources adéquates sont disponibles, le rôle joué par les représentations de l'UE pourrait être renforcé pour soutenir la sensibilisation et recueillir des informations systématiques sur les perceptions des questions commerciales au niveau national et local.** Dans une certaine mesure, cela impliquerait de reproduire l'approche déjà adoptée par les deux correspondants de la politique commerciale à temps plein dans les représentations de Paris et de Berlin par une approche en trois volets de :
 - augmenter les ressources humaines allouées aux correspondants de la politique commerciale dans chaque représentation;
 - renforcer le flux d'information entre le réseau des correspondants de la politique commerciale et la DG Commerce; et,
 - renforcer la sensibilisation par les correspondants de la politique commerciale sur les questions commerciales auprès de leurs homologues nationaux et locaux, y compris la société civile et les ministères nationaux du commerce.
 Cela pourrait aussi alimenter **un certain système de veille / système d'alerte précoce** sur les questions qui nécessitent une meilleure communication au niveau national.
- **Il est possible de renforcer la communication avec les autorités nationales sur les questions commerciales,** en considérant:
 - la connaissance quelque peu limitée de la DG Commerce des structures d'autorité nationales en place pour s'engager avec la société civile, en

particulier dans les États membres qui n'ont pas été inclus dans l'échantillon d'États membres couvert par cette évaluation;

- les réponses des autorités nationales à la récente enquête, dont la plupart souhaiteraient un engagement accru avec la DG Commerce dans une certaine mesure. Un quart des États membres s'en réjouiraient vivement;
- les possibilités d'apprendre et de faciliter le partage des bonnes pratiques entre États membres en matière d'engagement avec la société civile; et,
- l'efficacité potentielle d'engager la société civile avec les systèmes/approches existants des autorités nationales pour renforcer l'engagement structurel et la compréhension des positions des OSC, y compris au niveau local.

- **Il est possible de mettre davantage l'accent sur l'engagement avec le secteur sans but lucratif des États membres dans les efforts de communication visant à soutenir la mise en œuvre et l'application de la politique commerciale de l'UE qui est et sera beaucoup plus importante qu'auparavant.** La façon de traiter ces contributions de manière significative et utile nécessite une attention supplémentaire. Cette conclusion tient compte des éléments suivants :

- les obstacles à la participation de ce secteur, y compris les niveaux de sensibilisation et de compréhension sur la façon de s'engager (ce qui implique qu'une certaine sensibilisation et un certain partage de l'information soient nécessaires), ainsi que des niveaux plus faibles de ressources;
- une tendance à concentrer les discussions commerciales au niveau national sur le secteur des entreprises; une approche qui n'a pas tenu compte de la nouvelle génération d'accords commerciaux;
- la récente communication de la DG Commerce à l'égard des entreprises, avec le lancement du site Access2Markets et le soutien à la campagne de communication pour soutenir l'augmentation de l'activité des entreprises (en particulier les petites et moyennes entreprises); et,
- le lancement du Point d'entrée unique qui facilite le dépôt de plaintes concernant l'accès aux marchés ainsi que le commerce et le développement durable (ce dernier étant particulièrement pertinent également pour les organisations à but non lucratif).

- **Le défi de comment mieux s'engager avec la société civile dans les États membres de l'UE concerne davantage l'organisation, la coordination et en particulier les ressources que la recherche de canaux et d'outils nouveaux et innovants.** Les moyens de dialoguer avec la société civile et d'améliorer la sensibilisation à l'égard des OSC sont quelque peu traditionnels. Les données confirment que les OSC elles-mêmes ont tendance à chercher des informations sur les sites web et par l'intermédiaire de bulletins d'information, ainsi que par l'intermédiaire de leurs

organisations faïtières, et semblent disposées à fournir des informations par le biais de consultations publiques et d'enquêtes en ligne sous différents formats. En outre, les États membres et les représentations s'engagent auprès de la société civile par le biais de réunions, de bulletins d'information et de fiches d'information, et par e-mail. L'option la plus adéquate est de fournir ceux-ci dans les langues nationales. La série de rencontres en personne avec les autorités des États membres et les OSC dans les États membres pour discuter de la nouvelle politique commerciale de l'UE a été jugée très utile tant du point de vue de la DG Commerce que du point de vue des États membres. Les publications ciblées sur les médias sociaux peuvent aider à amener les individus sur les sites web en fournissant et en mettant en évidence les mises à jour de l'information et la campagne Access2Markets en cours.

Recommandations

En ce qui concerne l'actuel DSC, la DG Commerce pourrait explorer un certain nombre de moyens supplémentaires d'engagement ou des moyens de rendre les fonctionnalités actuelles plus efficaces. Ceux qui sont mis en lumière dépendent également des ressources disponibles. En principe, les recommandations énoncées ci-dessous peuvent être mises en œuvre individuellement ou ensemble. En même temps, pour s'assurer que l'engagement avec la société civile est aussi significatif et efficace que possible, les OSC ont également un rôle à jouer en participant activement et en fournissant des contributions pertinentes et ponctuelles. Il est recommandé de:

- **mettre à jour les objectifs fixés pour le DSC (laissant l'objectif 2 : « répondre aux préoccupations de la société civile », tel qu'il est)** pour les mettre en conformité avec la politique de transparence, refléter les pratiques et les besoins actuels conformément à la phase actuelle du cycle politique, comme suit :
 - remplacer l'objectif 1 : « entendre les points de vue de la société civile » par l'objectif : « écouter et dialoguer avec la société civile » ;
 - modifier l'objectif 3 : « améliorer la façon dont nous faisons des politiques » comme suit : « améliorer la compréhension de la mise en œuvre des politiques » ; et,
 - mettre à jour l'objectif 4: « améliorer la transparence et la responsabilité » devient « être transparent et responsable devant la société civile ».
- **ajouter un processus /mécanisme pour fournir un feedback plus systématique** au-delà des échanges lors de réunions spécifiques sur l'opportunité et la manière avec laquelle la DG Commerce est en mesure de répondre aux préoccupations de la société civile, en tenant compte des bonnes pratiques identifiées dans l'approche de

l'engagement avec la société civile employée par 'Affaires mondiales Canada' en matière de feedback consolidé.

- **conserver l'utilisation du questionnaire de suivi actuel pour chaque réunion, car il s'agit d'un moyen pour obtenir des commentaires.** Il permet l'uniformité et l'analyse des tendances au fil du temps et renforce ce mécanisme en définissant 2-3 points de repère pour confirmer la qualité du processus. L'un d'eux est susceptible de se rapporter au taux de satisfaction, qui pourrait être surveillé et inclus dans les rapports de gestion / d'analyse sur le site web.
- **soutenir l'augmentation de la sensibilisation au DSC dans les États membres et donc, l'accès au processus du DSC,** en vue d'accroître la participation des OSC dans les États membres qui ne sont peut-être pas représentées par des organisations faîtières et/ou qui aimeraient s'engager plus directement. Cela faciliterait en outre une augmentation du feedback provenant de ces parties prenantes. Nous recommandons de:
 - publier un plan préliminaire de sujets de réunion de six mois, semblable à l'approche adoptée par la DG AGRI², afin de permettre aux OSC d'examiner les implications et d'être mieux préparées aux réunions;
 - changer l'ordre actuel de présentation de la réunion en commençant par la plus récente;
 - maintenir le format hybride (en présentiel et en ligne) après la pandémie, y compris le maintien du financement des OSC dans les États membres pour assister à des événements en se rendant à Bruxelles;
 - préparer un modèle de feuillet/infographie³ dans un langage adapté pour inviter les OSC à mettre en évidence leurs préoccupations et questions relatives à la politique commerciale, expliquer comment s'engager dans le processus et quels résultats attendre des réunions;
 - ajouter une section de FAQ / une adresse email ou un autre outil de communication et inviter les OSC à poser des questions et formuler des demandes pour des sujets de réunion, en particulier pour les OSC qui ne sont peut-être pas « habituées au processus » ;

² https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/committees-and-advisory-councils/civil-dialogue-groups/cdg-explained_en

³ Si un modèle de feuillet/infographie est créé dans un format ouvert, cela pourrait être facilement mis à jour par exemple tous les 6 mois pour mettre en évidence de futurs sujets potentiels, y compris via Facebook, les représentations et les ministères.

- demander aux États membres et aux représentations d'ajouter des liens vers le DSC sur leurs sites web, de retweeter les messages de la DG Commerce sur le DSC et de partager des rapports de feedback/analyse avec leur réseau d'OSC
- promouvoir l'information sur les sujets à venir du DSC et demander des commentaires aux OSC pour les réunions du DSC. Rendre la base de données du DSC et/ou un groupe LinkedIn accessible uniquement aux membres afin d'alerter les utilisateurs lorsque les procès-verbaux de réunion et les documents de réunion sont téléchargés et utiliser Twitter pour surveiller les hashtags appropriés.
- **Stimuler des contributions plus coordonnées et plus approfondies des OSC afin de préparer les réunions et les sujets spécifiques:**
 - augmenter considérablement le délai entre la publication de l'ordre du jour de la réunion et la date de la réunion;
 - rendre l'information sur le site web plus immédiate et conviviale, conformément aux bonnes pratiques, en ajoutant de 3 à 5 points par réunion pour mettre en évidence les sujets possibles à discuter;
 - définir un délai standard pour publier les ordres du jour des réunions, par exemple 6 à 8 semaines à l'avance, définir et s'engager sur un délai minimum;
 - demander aux OSC de coordonner leurs positions et de les communiquer par écrit (en 2 à 3 pages), y compris des questions à l'avance, afin de permettre au représentants de la Commission européenne d'adapter leurs présentations dans la mesure du possible⁴, et à la DG d'avoir un plus large éventail d'idées.

En ce qui concerne le débat sur le commerce dans les États membres, la DG Commerce pourrait également explorer un certain nombre de moyens d'engagement supplémentaires en fonction des ressources disponibles, ainsi que de la capacité et de la volonté des États membres de faciliter et de soutenir un tel engagement. En principe, les recommandations énoncées ci-dessous peuvent être mises en œuvre individuellement ou collectivement, notamment :

- **établir un nouveau poste de sensibilisation de la société civile au niveau national au sein de la DG Commerce et/ou réorganiser ou prioriser les ressources humaines actuelles et définir des rôles et des responsabilités clairs pour assurer une coordination adéquate pour renforcer la sensibilisation dans les États membres**, en gardant à l'esprit qu'un plus grand engagement au niveau des États membres (directement ou par l'intermédiaire des représentations) nécessitera une

⁴ La DG devrait être explicite sur le fait que celles-ci seront prises en compte, mais qu'elles ne seront peut-être pas abordées directement lors des réunions s'il n'y a pas suffisamment de temps, mais seraient prises en considération et mentionnées dans le rapport trimestriel. En outre, les contributions des OSC pourraient être traitées de façon anonyme lors de réunions, si cela est plus approprié.

coordination et une contribution supplémentaires de l'Administration centrale pour soutenir une adoption significative de ces contributions et des activités de sensibilisation qui seront générées en stimulant un plus grand engagement sur le commerce au niveau national;

- **accroître l'orientation stratégique et la cohérence des travaux sur le commerce dans les représentations de l'UE afin de soutenir la sensibilisation et de régulièrement recueillir des informations sur la perception du commerce au niveau national** en augmentant les ressources humaines allouées aux correspondants de la politique commerciale dans chaque Représentation. Dans ce cadre, la DG Commerce pourrait :
 - fournir une **orientation claire** au réseau des correspondants de la politique commerciale sur les rôles et les responsabilités, ainsi que sur les attentes de la DG Commerce, notamment:
 - de développer et étendre un réseau d'OSC, de groupes de réflexion, d'universitaires, de médias et de points de contact du Réseau Entreprise Europe;
 - d'adapter la lettre d'information de la DG Commerce en une version nationale par courriel dans la langue nationale, semblable à un simple bulletin avec des liens pour obtenir des informations plus complètes en anglais, de retweeter plus systématiquement les messages de la DG Commerce; et,
 - de conduire des réunions avec les OSC dans les capitales et les régions, si un besoin spécifique est identifié.
 - établir des **réunions mensuelles en ligne entre la DG Commerce (QG) et le réseau des correspondants** de la politique commerciale, y compris des présentations par ces correspondants afin d'assurer la connaissance et la sensibilisation aux derniers développements de la politique commerciale;
 - fournir aux correspondants de la politique commerciale plus d'information ou des informations privilégiées sur les opinions des autorités nationales et les discussions politiques, pour compléter les rapports du **Comité de politique commerciale**;
 - améliorer la communication interne sur l'ensemble du réseau, en élaborant une section spécifique de l'intranet de la DG Commerce et/ou d'autres **plateformes en ligne** pour le réseau des correspondants de la politique commerciale dans les États membres afin de permettre la libre circulation de l'information entre la DG Commerce et le réseau, ainsi qu'entre les membres du réseau; dans la mesure du possible, une fonction 'discussion' devrait être

incluse afin que les correspondants soient en mesure de maximiser les avantages d'appartenir au réseau, y compris en partageant de bonnes pratiques, des idées et des points de vue.

- **maximiser le bénéfice de la position de la Représentation dans les États membres:**
 - **signaler** le DSC, souligner le rôle du correspondant à la politique commerciale et fournir un contact sur le site web de la Représentation;
 - inclure les nouvelles liées au commerce dans les rapports **quotidiens** de la Représentation; et,
 - inclure les hashtags pertinents liés au commerce dans le suivi des médias sociaux effectué par chaque Représentation.
- **développer et/ou accéder à une forme quelconque de système de veille/alerte précoce** sur des questions qui devraient ensuite être abordées dans une communication ciblée au niveau national. Il est recommandé à la DG Commerce d'externaliser cette fonction. Il convient d'envisager :
 - des approches centralisées et décentralisées, soit un contractant qui coordonne un réseau de monitoring du commerce à l'échelle de l'UE, probablement composé d'universitaires et/ou de journalistes, et/ou d'un expert commercial individuel à engager par les représentations de la CE par État membre; et,
 - un mécanisme de suivi des discussions parlementaires ainsi que de l'engagement avec les OSC, qui couvre également les intérêts des ONG et du secteur privé.
- **Mettre en place un réseau d'experts conférenciers dans le domaine du commerce, similaire à l'approche adoptée par la DG COMM avec son réseau Team Europe.** Les orateurs apporteraient un soutien supplémentaire au réseau des correspondants de la politique commerciale et augmenteraient le niveau global de compréhension de la politique commerciale entre les parties prenantes concernées dans les États membres. Les OSC pourraient être invitées à des événements dans les universités/ à la Représentation, etc. et les discussions fourniraient un autre moyen d'écouter et d'interpeler.
- **encourager les autorités des États membres à être plus actives et proactives en renforçant la communication avec les autorités nationales pour qu'elles s'engagent davantage en matière commerciale y compris:**

- en établissant une collaboration encore plus étroite entre les ministères nationaux chargés du commerce et les correspondants de la politique commerciale des Représentations, notamment en demandant que ces correspondants soient invités à des réunions officielles avec la société civile sur le commerce;
- en soutenant ces autorités nationales, qui n'engagent généralement pas le secteur sans but lucratif sur les questions commerciales, en collaborant avec elles lors de réunions ponctuelles pour les sensibiliser et améliorer les canaux d'écoute des ONG sur les questions liées au commerce; et,
- en explorant les possibilités d'un forum annuel sur le commerce organisé par les ministères du Commerce, soutenu par les Représentations et impliquant le personnel de la DG Commerce, afin de discuter des derniers développements de la politique commerciale; ce forum serait ouvert aux organisations de la société civile de toute l'UE⁵.

⁵ Les avantages d'un forum national annuel sur le commerce incluent la possibilité pour les OSC de réseauter et d'entendre leurs positions mutuelles, ce qui contribue à élever le niveau global de compréhension sur le commerce au niveau national.



■ Office des publications
de l'Union européenne
