Les conférences virtuelles: une nouvelle façon d'être en réseau

Par Natalie Domelsen

L'internet offre de nouvelles possibilités de s'intégrer aux débats internationaux, en évitant les désagréments de voyages longs et coûteux.

Les petites entreprises des pays en développement ont découvert où aller pour faire leurs offres de fournitures au meilleur prix du marché mondial, et aussi comment éviter les pièges les plus courants du commerce électronique, grâce à la conférence organisée à Montreux, en Suisse, par le CCI. Les participants n'ont pas eu à se soucier de se rendre sur place, puisque le débat a eu lieu par courrier électronique (e-mail).

Faire plus avec moins

Les réseaux, qui depuis longtemps sont reconnus comme étant des instruments précieux en affaires, sont en regain grâce aux ouvertures qu'offre l'internet dans les débats internationaux, cela sans avoir à subir les inconvénients de temps et de coûts que représente le fait de voyager.

Le CCI s'est rendu compte que les forums de discussion par e-mail peuvent se révéler très utiles pour une communication bon marché et efficace entre les entreprises des pays en développement et les organisations de développement commercial.

Étendre sa portée à une audience mondiale

Dernièrement, une série de forums de discussion électronique sur les difficultés et les

avantages offerts par le commerce électronique aux exportateurs des pays en développement et des économies en transition a attiré environ 600 participants de 86 pays, 80% en provenance de pays en développement.

À l'occasion du Forum exécutif sur le développement des exportations dans l'économie numérique, organisé en coordination avec le Secrétariat d'État à l'économie suisse, le CCI tenait à partager les discussions avec le plus de monde possible. Il désirait cependant limiter la participation à 24 équipes de responsables gouvernementaux et dirigeants d'entreprise des pays en développement, ainsi qu'à des spécialistes du commerce électronique, de manière à conserver un débat enrichissant.

Les discussions virtuelles ont permis à des entreprises du Népal au Pérou et du Viet Nam au Kazakhstan de partager leurs expériences dans ce domaine, en témoignant de problèmes tels que le prix élevé des télécommunications chez eux ou les solutions utiles comme des enchères mondiales.

Les pays en développement ont mené le débat

Les trois forums de discussions ont servi de complément à la réunion et ont permis aux parties intéressées du monde entier de suivre un débat en direct, pouvant ainsi

apporter leurs propres commentaires sur les questions liées au commerce électronique. Les discussions se sont tenues durant trois mois et ont donné l'occasion aux participants de lancer des idées avant que la réunion de Montreux ne commence et de continuer à échanger des vues après coup.

Le premier débat eu lieu début septembre, avant la rencontre proprement dite, et invitait les participants à exposer les perspectives de leur pays du point de vue du commerce électronique et à partager leurs idées et expériences sur des sujets tels que les sites portails, les stratégies dans le commerce électronique, les programmes de sensibilisation au sein de leur communauté et la formation pour les petites et moyennes entreprises.

Les contributions sont venues de partout, des États-Unis à l'Inde et de la Zambie à la Fédération de Russie, et révélaient l'histoire de réussites de portails commerciaux nationaux ou de programmes d'alphabetisation par l'informatique, ainsi que des récits instructifs expliquant les problèmes du commerce électronique dans les pays où l'accès aux télécommunications n'est pas répandu et reste très cher. Un intervenant a mis également l'accent sur l'utilité de proposer plusieurs langues au choix sur un site, afin de ne pas limiter les clients ou partenaires potentiels à un seul, et parfois petit, groupe linguistique.

Sept conseils pour un débat électronique fructueux

- **Objectifs.** Déterminer à l'avance les objectifs de la discussion et comment ils contribuent au projet d'organisation. Cela va garantir la promotion et l'organisation du débat.
- **Invitations.** Réunir un certain nombre d'adresses électroniques par catégories et leur envoyer de brefs messages. Faites une recherche et utilisez vos connaissances sur le réseau pour déterminer à qui vous allez envoyer ces messages. Encouragez vos correspondants à passer les invitations dans leur propre réseau.
- **Promotion.** Encouragez la participation grâce à des imprimés, des messages sur l'internet ou des annonces de vive voix, ainsi que sur des liens internet.
- **Contenu.** Garder un centre d'intérêt précis. Les vrais professionnels ne s'intéressent pas aux « bavardages ». Il faut informer les participants des objectifs collectifs et maintenir la discussion dans son cadre. Pour faciliter la lecture, groupez les contributions par thèmes, éliminer le jargon et couper le verbiage. N'oubliez pas de fournir des renseignements généraux comme les objectifs des débats, le nombre des participants et leur provenance.
- **Règles du groupe.** Il s'agit d'un nouveau média. Il faut guider les participants, leur dire ce qu'ils peuvent en espérer et

comment interagir. Ainsi, dites-leur dès le départ d'écrire simplement et succinctement, et précisez le type de contribution que vous recherchez. Encouragez les contacts bilatéraux en stipulant les noms, organisation et adresse électronique qui accompagnent chaque message.

- **Questions techniques.** N'oubliez pas de mettre en place un serveur automatique de listes de diffusion pour être sûr que les participants reçoivent toutes les interventions dans la discussion, gérez les messages refusés, répondez aux demandes reçues, faites suivre les messages aux modérateurs et renvoyez les commentaires approuvés. Incluez des formulaires d'inscription dans des bases de données préétablies. Surveillez le nombre de personnes en discussion et leur provenance. Déterminez un système d'aide à l'enregistrement.
- **Suivi.** Annoncez les résultats des débats. Envoyez aux participants des copies des publications d'intérêt. En outre, n'oubliez pas d'enregistrer les débats par e-mail sur un site web pour garder une référence.

Quelques leçons que M^{mes} Natalie Domeisen et Sarah McCue, modératrices lors du forum de discussion par e-mail du CCI sur le commerce électronique pour les pays en développement, ont retirées de cette expérience.

La deuxième discussion s'est déroulée au cours du Forum exécutif et a mis des participants du monde entier en ligne avec Montreux. Quelques heures après les séances, des résumés étaient envoyés par courrier électronique et les réactions ne tardaient pas à nous parvenir de partout dans le monde.

En novembre, la dernière session était consacrée à la façon de concrétiser toutes ces idées et de trouver des partenaires intéressés dans le développement du commerce électronique aux niveaux national, régional et international.

L'ensemble de ces discussions a permis au CCI de comprendre quels sont les besoins des exportateurs des pays en développement désireux de se lancer dans le commerce électronique, et d'envisager les questions les plus élémentaires, par exemple comment démarrer. Quelques signaux d'alarme ont été perçus, notamment la nécessité d'une information équilibrée dans ce milieu émergent et très fluctuant que représente l'économie numérique. Cela signifie un appel aux médias pour qu'ils mesurent

leurs termes, généralement trop enthousiastes, à propos du commerce électronique et qu'ils expliquent le jargon pour initiés.

Les coulisses de la planification

L'expérience a démontré l'utilité du réseau virtuel; de plus, elle a enseigné quelques leçons sur la manière de rendre l'exercice bénéfique. En fin de compte, la planification, une organisation et un suivi rigoureux sont tout aussi importants dans ce contexte virtuel que dans une salle de conférence.

Il est surtout essentiel de définir un thème de discussion clair, ce qui n'assure pas seulement que le débat reste dans son cadre, mais garantit la promotion et l'organisation. Dans le cas évoqué, le sujet était le développement des exportations et l'économie numérique.

Le CCI avait pris soin que le débat par courrier électronique soit destiné à un

groupe clairement déterminé de participants, mettant l'accent sur les pays en développement. Un des succès de l'expérience fut d'assurer la participation au sein de l'équipe de collaborateurs en les encourageant à enregistrer leurs propres invités grâce à une petite annonce envoyée par courrier électronique qu'ils pouvaient faire suivre. Les groupes ciblés étaient par exemple des associations de services à l'exportation, des sociétés d'achat et des organismes de promotion du commerce procédant de pays en développement, ainsi que des experts en commerce électronique et des intervenants du Forum exécutif, avec des spécialistes gouvernementaux, de la communauté des affaires et des universités.

La diversité de provenance des participants à cette conférence virtuelle, dont la plupart n'étaient pas anglophones, a mis en évidence la nécessité d'obéir à certaines règles de base, comme garder un langage simple et des messages brefs.

E-mail ou web?

Les conférences électroniques sur le web ne sont pas rares; en revanche des conférences tenues par l'intermédiaire du courrier électronique ne sont pas fréquentes. Elles présentent néanmoins des avantages différents. Ainsi, plutôt que de recourir à un site web, les participants reçoivent automatiquement de nouvelles contributions au débat dans leur boîte aux lettres et n'ont pas à cliquer continuellement sur le site pour se tenir au courant ou donner leur avis, chose que beaucoup d'entre eux ne peuvent se permettre de faire durant leur activité professionnelle.

Le web demeure utile comme point de référence. Pour avoir la sécurité que les idées et suggestions ne se perdent pas, le CCI a enregistré les discussions par e-mail sur un site web réservé à cet effet. ►

Le débat électronique est disponible sur le site web du Forum exécutif du CCI: (<http://www.intracen.org/EXECFORUM/>)

Passer le message

Ce texte est l'adaptation d'un article paru dans la dernière édition de la revue *OECD Observer* (rédacteur en chef: Rory Clarke; rédactrice: Sue Kendall-Billicki). Le CCI encourage les publications conjointes et la diffusion de textes d'accord avec les partenaires.