



# GAZİANTEP UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Journal homepage: <http://dergipark.org.tr/tr/pub/jss>



## Araştırma Makalesi • Research Article

### Le Concept De Diplomatie Commerciale En Droit International

*Uluslararası Hukukta Ticari Diplomasi Konsepti*

Sibel AKŞAHİN POLAT<sup>a\*</sup>

<sup>a</sup> Dr., Gaziantep / TÜRKİYE  
ORCID: 0000-0001-8522-1141

#### MAKALE BİLGİSİ

*Makale Geçmişi:*

Başvuru tarihi: 23 Aralık 2019

Kabul tarihi: 29 Mayıs 2020

*Anahtar Kelimeler:*

Ticari Diplomasi,  
Uluslararası Hukuk,  
Çok Taraflılık,  
Bölgeselcilik,  
Bilateralizm

#### ARTICLE INFO

*Article History:*

Received December 23, 2019

Accepted May 29, 2020

*Keywords:*

Diplomatie commerciale,  
Droit International,  
Multilateralisme,  
Regionalisme,  
Bilateralisme

#### ÖZ

Uluslararası Hukuk alanında Ticari diplomasi oldukça yeni bir konsept olup öneminden dolayı gittikçe daha çok ilgi çekmektedir. Türkiye, birçok ülke gibi, aktif ticari diplomasi uygulamanın önemini farkına varmıştır. Şüphesiz yeni bir konsepttir oysa ki kendisi yeni bir olgu değildir. Ancak konu ile ilgili bilimsel çalışmalar sadece 2000'li yıllara dayanmaktadır. Bu makalede kabul gören tek bir tanımı olmayan Ticari diplomasi konsepti üzerine çalışılmıştır. Bu kapsamda öncelikle konseptin tanımı üzerinde durulacaktır. Akabinde oluşumunda ve uygulamasında yer alan kurum ve aktörler incelenecektir. Sonrasında ise gerçekleştiği yerler ve oluşumunda dikkate alınan parametreler analiz edilecektir.

#### RESUME

Le concept de diplomatie commerciale en Droit International est relativement nouveau et attire de plus en plus l'attention de par son importance. La Turquie, comme de nombreux pays a pris conscience de l'importance de mettre en œuvre une diplomatie commerciale active. Le concept est certes nouveau mais en réalité il ne s'agit pas d'une chose nouvelle. Or il est intéressant de noter que les études scientifiques portant sur le sujet remontent seulement aux années 2000. Cet article est avant tout une réflexion sur le concept même de diplomatie commerciale dont il n'existe pas de définition unanime. Nous allons nous intéresser d'abord à la définition juridique du concept, puis passer en revue les institutions et les acteurs qui interviennent dans l'élaboration et la mise en œuvre de la diplomatie commerciale avant de clore cette analyse par l'étude des lieux où se réalise la diplomatie commerciale et les paramètres qui sont pris en compte lors de son élaboration.

\* Sorumlu yazar/Corresponding author.  
e-posta: aksahinpolat@gmail.com

## GENİŞLETİLMİŞ ÖZET

Uluslararası Hukuk alanında ticari diploması oldukça yeni bir kavram olup, öneminden dolayı gittikçe daha çok ilgi çekmektedir. Türkiye, birçok ülke gibi aktif bir ticari diploması uygulamanın ne kadar önemli bir olgu olduğunun farkına varmıştır. Yeni bir kavram olmasına rağmen ticari diplomasının kendisi ise yeni bir olgu değildir. Ancak, konu ile ilgili bilimsel çalışmalar sadece 2000’li yıllara kadar dayanmaktadır. Bu makalede, kabul gören ve aslında tek bir tanımı olmayan ticari diploması kavramı ele alınmıştır. Bu kapsamda birinci başlıkta söz konusu kavramın tanımı üzerinde durulmuştur. Bu amaçla, ilk olarak konu ile ilgili çalışmalara değinilip, konseptin farklı tanımlarına yer verildikten sonra bir tanım oluşturulacaktır. Konu ile ilgili çalışmalar incelendiğinde zaten ticari diploması kavramının dört farklı şekilde tanımlandığı görülmektedir. Bir grup uzmana göre ticari diplomasının iki temel amacı bulunmaktadır: ihracatın teşviki ve de yatırımların teşvikidir. Sayın Profesör Evan Potter bu amaçlara teknoloji transferinin teşvikini de eklemektedir. Keza Sayın Profesör Michel Kosteci ve Sayın uzman Olivier Naray ise bu yaklaşımlardan farklı olarak ticari diploması faaliyetlerinin ticari politikaların oluşturulması ve şirketlere tam bir destek faaliyetlerinden oluştuğu kanaatine sahip olmaktadır. Diğer taraftan, Sayın Diplomat Kishan S. Rana ise ekonomik diploması ve ticari diploması farkı üzerine durduktan sonra ticari diplomasının aslında serbest ticaret anlaşmaları ile bölgesel ticaret anlaşmalarıyla birlikte çok taraflı ticaret konularını ve doğrudan yabancı yatırımları ilgilendirdiğini ileri sürmektedir. Ticari diplomasının zikredilen farklı tanımları incelendiğinde ise bir ortak kaniya varılmaktadır. Ticari diploması ekonomik diplomasıdan farklı olmakla birlikte ekonomik politikalar konusunu ilgilendiren ekonomik diplomasının bir parçasını oluşturmaktadır. Ayrıca, her iki konsept de aslında birbirini tamamlayan kavramlardır. Ticari diploması ekonomik diplomasının bir kısmını oluşturmakta olup, ihracatın ve yatırımların teşvikini başlıca hedeflemektedir. Aslında bu bahsedilen tanımlardaki tüm faaliyetleri içermekle birlikte kanaatimizce başka faaliyetleri de içermektedir. İhracatın ve yatırımların teşvikinin yanı sıra dolaylı olarak turizmin teşviki ve ihtiyaç sahibi ülkelere yapılan yardımlar da bu kapsamda sayılabilir. Bu makalede ticari diplomasının oluşumunda ve uygulamasında yer alan birçok kurum ve aktörler de ayrıca incelenmiştir. Söz konusu kurumlar uluslararası ve ulusal olarak ikiye ayrılmaktadır. Uluslararası kurumlar arasında, her ne kadar daha çok ekonomik konuları ilgilendirse de uluslararası ticaret ve yatırımları da ilgilendiren, örneğin Dünya Ticaret Örgütü, Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı, Ekonomik İş birliği ve Kalkınma Teşkilatı, G20, Uluslararası Para Fonu, Dünya Ekonomik Forumu sayılabilmektedir. Akabinde, ticari diplomasının oluşumunda ve uygulanmasında yer alan ulusal kurum ve aktörler incelenmiştir. Ulusal kurumlar arasında ihracatı teşvik eden ajanslar ile yatırımları teşvik eden ajanslar birlikte ele alınmıştır. İhracatı teşvik eden ajansların yapısı ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Bu ajansların yapıları özel, kamu veya yarı özeldir ve söz konusu bu yapıların seçiminde farklı gerekçeler bulunmaktadır. Birçok ülkede kurulan ve yirmi yılı aşkın bir mazisi olan yatırımları teşvik eden ajanslar ise dünya genelinde yabancı yatırımlara verilen önemin bir göstergesidir. Bazı ülkelerde yatırımları teşvik eden tek bir ulusal ajansın bulunmasına karşı bazı ülkelerde ise ülke içinde bu amaca hizmet eden birçok ajans bulunmaktadır. Ülke içinde birçok yatırımları teşvik amaçlı ajansın kurulmasının gerekçelerinden biri de genelde asıl sorunun hangi ülkeye yatırım yapmak olduğu değil, bu yatırımın ülkenin hangi bölgesine yapılmasına gerek olduğudur. Böylelikle, söz konusu ajanslar buldukları bölgede bölgenin özelliğine göre yatırımları teşvik etmektedir. Tıpkı ihracatı teşvik eden ajanslar gibi yapıları kamu, özel veya yarı özel olarak değişmektedir. Ülkelerin yaklaşımları ve ticari diploması algıları, bu söz konusu gerek ihracatı teşvik eden ajansların yapısını gerekse yatırımları teşvik eden ajansların yapısını belirlemektedir. Ticari diplomasının oluşumunda ve uygulamasında rol alan ve katkıda bulunan ulusal aktörler arasında Büyükelçiler, ticari ataşeler (commercial diplomats) ve sivil toplum kuruluşları yer almaktadır. Büyükelçilerin görevleri bir ülkeden bir ülkeye değişiklik arz etmezken ticari ataşelerin görevleri değişmektedir. Ülkelere göre farklılık gösteren ticari ataşelerin görevlerine de detaylı bir şekilde yer verilmiştir. Özetle, uluslararası ve ulusal kurumlar ticari diplomasının oluşumunda yer alırken ulusal aktörler ise ticari diplomasının uygulanmasında yer almaktadır. Makalenin son kısmında da ticari diplomasının gerçekleştiği yerler ve oluşumunda dikkate alınan parametreler analiz edilmiştir. Ticari diploması hem ulusal düzeyde hem de uluslararası düzeyde gerçekleşmektedir. Öncelikle Robert Putnam’ın “İki Seviyeli Oyun Teorisi”nden (Diplomacy and Domestic Politics : The Logic of Two-Level Games) bahsedilmiştir. Sonrasında ise uluslararası düzeyi açıklamak için tek taraflılık (unilateralism), iki taraflılık (bilateralism), bölgeselcilik (regionalism) ve çok taraflılık (multilateralism) kavramları detaylı olarak ele alınmıştır. Sonuç olarak, ticari diplomasının kompleks bir kavram olduğu vurgulanmış ve her ne kadar ekonomik diploması kadar sıklıkla bahsedilmese de ekonomik diplomasının yaklaşık %90’nını oluşturduğu ifade edilmiştir. Tek bir tanımı olmayan bu kavramın başlıca iki hedefinin ihracatları ve yatırımları teşviki olduğu hatırlatılmıştır. Ticari diplomasının bu iki hedef doğrultusundaki faaliyetlerine ilaveten ikincil faaliyetler de içerdiği belirtilmiştir. Nitekim turizmin teşvikine ilişkin faaliyetler ve ihtiyaç sahibi ülkelere yardımlar da ticari diplomasının kapsamına girmektedir. Oluşumunda ve uygulanmasındaki aktörler ve uygulandığı yerler bu açıdan yeniden zikredilmiştir. Ticari diploması tanımının ülkeden ülkeye, söz konusu ülkenin önceliklerine göre değiştiğinin altı özellikle çizilmiştir.

## Introduction

La diplomatie commerciale est un terme relativement nouveau en Droit International et désigne en réalité une forme avancée de « l'ancienne diplomatie politique ». Comme le soulignait déjà en 1865 Charles Hubert Lavollée, critique littéraire français, « *si l'on étudie l'histoire des relations internationales, on est frappé du contraste que présente la diplomatie de notre temps comparée avec la diplomatie des temps passés* ». <sup>1</sup> En effet, il est intéressant de noter qu'au fil du temps, la diplomatie s'est modifiée et s'est adaptée au contexte. Au tout début du développement des relations internationales, la diplomatie avait un caractère dynastique servant les désirs et les caprices des souverains dont elle était l'outil. <sup>2</sup> Il s'agissait donc plutôt d'un organe personnel ayant pour objet la gloire de son auteur dans un contexte dans lequel les relations internationales se traduisaient d'avantage par les rencontres sanglantes des armées. <sup>3</sup> Les populations étaient donc ignorées dans la diplomatie et les rapports commerciaux demeuraient très restreints dû à la difficulté des communications limitées <sup>4</sup>. C'est à partir du XVIème siècle que la diplomatie à connotation commerciale a commencé à faire son apparition, et ce par l'ouverture des premiers consulats européens au Levant. <sup>5</sup> Ces consulats dirigés dans un premier temps par des marchands étrangers, qui par des engagements mutuels travaillaient en tant que facilitateur de commerce, ont été progressivement pris en charge et dirigés par les États concernés. C'est cette prise en charge qui donna naissance à ce qu'on appelle la « diplomatie commerciale ». <sup>6</sup> Bien que celle-ci ne soit pas chose nouvelle, il est intéressant de noter que les études scientifiques portant sur le sujet sont un phénomène nouveau : <sup>7</sup> aussi surprenant que soit-il, les premiers articles dans ce domaine date des années 2000. Nous allons en évoquer plusieurs dans cet article dans lequel nous allons d'abord, nous intéresser à la définition du concept. Puis nous allons passer en revue les institutions et les acteurs qui interviennent dans l'élaboration et la mise en œuvre de la diplomatie commerciale avant de clore cette analyse par l'étude des lieux où se réalise la diplomatie commerciale et les paramètres qui sont pris en compte lors de son élaboration.

### La Définition Du Concept

À côté du terme « diplomatie » employé dans le sens traditionnel, les notions de « diplomatie commerciale » et « diplomatie économique » ont fait leur apparition et sont de plus en plus utilisées dans le jargon diplomatique. Il n'existe pas de définition unanime du concept de diplomatie commerciale, c'est pourquoi nous allons analyser les principales définitions pour tenter d'en extraire une qui soit la plus significative possible. La lecture des différentes études sur la question permet de regrouper les définitions de ce concept en quatre catégories. Pour un groupe de spécialistes du domaine, la diplomatie commerciale a deux préoccupations majeures qui sont la promotion des exportations et la promotion des investissements. Le professeur Evan Potter rajoute à cela la promotion du transfert de technologie. Le professeur Michel Kostecki et le spécialiste Olivier Naray optent pour un angle différent et estiment que la diplomatie commerciale englobe deux catégories d'activité qui sont l'élaboration de politiques commerciales et les activités de soutien aux entreprises. Le diplomate Kishan S. Rana propose

---

<sup>1</sup> LAVOLEE, p. 177.

<sup>2</sup> *Ibid.*

<sup>3</sup> *Ibid.*

<sup>4</sup> *Ibid.*

<sup>5</sup> Le Levant est le nom donné jusqu'aux années 1920 au littoral oriental de la Méditerranée, sous domination musulmane, particulièrement à la Palestine, au Liban, à la Syrie et à l'Asie Mineure. Définition du dictionnaire Larousse, disponible en ligne sur: [www.larousse.fr/encyclopedie/autre-region/Levant/129684](http://www.larousse.fr/encyclopedie/autre-region/Levant/129684) , (Consulté le 09/11/2014).

<sup>6</sup> BERRIDGE, (2010).

<sup>7</sup> RUEL / ZUIDEMA, p. 1.

une définition qui diffère des précédentes de par les composantes qu'il mentionne et l'approche qu'il adopte. Enfin, l'analyse de ces quatre groupes de définition permet d'élaborer une définition assez complète de ce terme.

### **La Promotion Des Exportations Et La Promotion Des Investissements : Les Deux Préoccupations Principales De La Diplomatie Commerciale Selon Donna Lee, Raymond Saner & Lichia Yiu et Alexandre Mercier**

Les professeurs Raymond Saner et Lichia Yiu distinguent la diplomatie commerciale de la diplomatie économique et évoquent la promotion des exportations et la promotion des investissements dans la définition de la première. Le professeur Donna Lee s'aligne à cette définition en précisant trois catégories d'activités au service de ces deux composantes. Enfin, le spécialiste Alexandre Mercier opte pour la même conception en apportant une légère modification au contenu de la diplomatie commerciale puisqu'il en exclut la promotion des investissements à l'étranger.

#### **La définition de Raymond Saner et Lichia Yiu**

Raymond Saner, professeur en management international, et Lichia Yiu, professeur et président du Centre socio-économique de développement à Genève, dans leur article intitulé « *International Economic Diplomacy: Mutations in Post-modern Times* », <sup>8</sup> mènent une réflexion sur le sujet et font la distinction entre la diplomatie économique et la diplomatie commerciale. Ces universitaires reprennent la définition de Geoffrey R. Berridge et Alan James pour la diplomatie économique.<sup>9</sup> Ces derniers estiment que celle-ci concerne les questions de politiques économiques telles que le travail des délégations dans les organisations établissant des normes internationales comme l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) et la Banque des Règlements Internationaux. Ils précisent que les diplomates économiques suivent de près les politiques économiques des pays étrangers qu'ils transcrivent dans un rapport à destination de leur gouvernement d'origine, leur fournissant ainsi des conseils sur la meilleure façon d'influencer ces pays. Ils soulignent le fait que cela est parfois appelé « *economic statecraft* », qui peut être traduit en français par « habileté politique économique ». Les professeurs Raymond Saner et Lichia Yiu évoquent ensuite le concept de diplomatie commerciale en reprenant la définition du professeur Jan Aart Scholte, qui le définit comme étant le travail des missions diplomatiques qui apportent un soutien aux secteurs commerciaux et financiers dans leur quête de succès économique et œuvrent pour le développement du pays.<sup>10</sup> Ce spécialiste précise que cette notion inclue la promotion des investissements étrangers (aussi bien à l'intérieur du pays qu'à l'étranger) et la promotion du commerce.<sup>11</sup> À cette définition, les universitaires Raymond Saner et Lichia Yiu rajoutent que, dans certains cas, les diplomates commerciaux peuvent également promouvoir les relations économiques en conseillant et en apportant un soutien aux entreprises nationales et étrangères dans leurs décisions d'investissement.

#### **La définition de Donna Lee**

Le professeur de diplomatie et politique économique internationale, Donna Lee, dans son article « *The growing influence of Business in U.K Diplomacy* »<sup>12</sup> définit la diplomatie commerciale comme étant le travail d'un network d'acteurs publics et privés qui dirigent les relations commerciales en utilisant les voies et les processus diplomatiques. Elle explique que

---

<sup>8</sup> SANER/ YIU.

<sup>9</sup> BERRIDGE/ JAMES, p. 81. Cité par SANER/ YIU, p. 13.

<sup>10</sup> SCHOLTE, pp. 38-39. Cité par SANER/ YIU, p. 13.

<sup>11</sup> *Ibid.*

<sup>12</sup> LEE, p. 51.

---

la diplomatie commerciale implique la promotion des investissements<sup>13</sup> et la promotion des exportations. Donna Lee distingue ensuite trois catégories d'activité qui sont au service de ces deux composantes.

La première catégorie d'activité consiste dans le rassemblement et la diffusion d'informations commerciales et dans l'étude de marché. Le but ici est de fournir les informations sur les marchés existants et potentiels sur une base géographique et sectorielle.

La deuxième catégorie d'activité est destinée au développement du commerce et à l'intensification des contacts gouvernementaux dans le pays d'accueil. Concernant le deuxième point, la présentation du secteur privé du pays d'origine est le sujet de ces rencontres.

Enfin la troisième et la dernière catégorie d'activité correspond à la promotion des biens et des nouveaux produits dans le marché d'accueil à travers l'organisation de séminaires, de foires commerciales, et de lobbying direct.

Après avoir énuméré ces trois catégories d'activité, cette universitaire mentionne l'« *intelligence commerciale* », qui va être étudiée en détail lors de l'analyse de la définition proposée par Michel Kostecki et Olivier Naray. Elle évoque brièvement que l'intelligence commerciale fait également partie de l'éventail de la diplomatie commerciale même si cela paraît moins évident et que cette activité va souvent au-delà du rassemblement d'informations en utilisant les voies diplomatiques et précise que le but de celle-ci est de rester en avance sur ses rivaux économiques étrangers.

#### **La définition d'Alexandre Mercier**

Dans son article intitulé « *Commercial Diplomacy in Advanced Industrial States : Canada, the UK, and the US* », <sup>14</sup> le spécialiste Alexandre Mercier définit la diplomatie commerciale comme étant l'art ou la science qui consiste à aider les entreprises d'un pays dans leurs activités de commerce extérieur et à convaincre les étrangers pour qu'ils investissent dans le pays d'origine. Il précise que cette mission est souvent poursuivie par un network d'acteurs publics et privés qui inclut le personnel gouvernemental, les leaders commerciaux, les chambres de commerce et les associations. Concernant la promotion des investissements, contrairement aux auteurs précédemment cités, Alexandre Mercier considère que la promotion des investissements ne concerne que les investissements étrangers destinés à être réalisés dans le pays d'origine, excluant ainsi la promotion des investissements à l'étranger.

À la promotion de l'exportation et du commerce, le professeur Evan Potter rajoute l'encouragement du transfert de technologie.

#### **L'Inclusion De La Promotion Du Transfert De Technologie Dans La Diplomatie Commerciale Par Evan Potter**

C'est dans son article « *Branding Canada: The renaissance of Canada's commercial diplomacy* »<sup>15</sup> que le professeur Evan Potter nous fait part de sa conception de diplomatie commerciale. Il part du constat selon lequel il y a une documentation conséquente sur la diplomatie économique et sur la diplomatie des affaires (trade diplomacy), mais qu'une attention moins importante est consacrée à la diplomatie commerciale qu'il définit comme étant la mise en œuvre des outils diplomatiques pour parvenir à des gains commerciaux spécifiques à travers :

---

<sup>13</sup> Aussi bien la promotion des investissements étrangers dans le pays d'origine que la promotion des investissements à l'étranger.

<sup>14</sup> MERCIER.

<sup>15</sup> POTTER, p. 55.

---

- la promotion des exportations,
- l'attractivité des investissements étrangers dans le pays respectif et la préservation des opportunités d'investissement à l'étranger,
- et l'encouragement du transfert de technologie.

Il insiste sur le fait que les activités de la diplomatie commerciale ne sont pas différentes de celles de la diplomatie économique. En effet, il estime qu'elles sont irrévocablement entrelacées puisque la diplomatie commerciale a pour but d'exploiter les avantages comparatifs et vise à tirer profit des opportunités internationales créées par la diplomatie économique et l'évolution des marchés.

### **L'Elaboration De Politiques Commerciales Et Les Activités De Soutien Aux Entreprises : Les Deux Catégories D'Activités De La Diplomatie Commerciale Selon Michel Koesteski Et Olivier Naray**

Le professeur Michel Kostecki et le spécialiste Olivier Naray exposent leur conception de diplomatie commerciale dans leur article intitulé « *Commercial Diplomacy and International Business* ». <sup>16</sup> Pour ces derniers, la diplomatie commerciale est un service gouvernemental destiné à la communauté des affaires qui a pour but le développement des entreprises internationales socialement bénéfiques. Ils énoncent que la diplomatie commerciale est un terme fréquemment utilisé pour couvrir deux types d'activités :

Les activités relatives à l'élaboration des politiques commerciales (par exemple, les négociations commerciales multilatérales, les consultations sur le commerce et la résolution des conflits),

Et les activités de soutien aux entreprises.

Ils précisent que la première catégorie est également appelée diplomatie des affaires (*trade diplomacy*, en anglais) et qu'elle est destinée à influencer la politique gouvernementale étrangère et les décisions réglementaires qui concernent le commerce mondial et les investissements. Ils informent que leur recherche se base sur la deuxième forme de diplomatie et qu'ils optent pour l'usage du terme diplomatie commerciale.

Ils distinguent ensuite deux types d'activité :

- Les activités primaires relatives au commerce et aux investissements étrangers directs, à la recherche et à la technologie, au tourisme et au conseil commercial.
- Et activités de soutien qui fournissent les données nécessaires pour que se réalisent les activités primaires (intelligence, networking, l'implication dans les campagnes d'image « made-in », le soutien pour les négociations commerciales, la mise en œuvre des contrats et la résolution des problèmes).

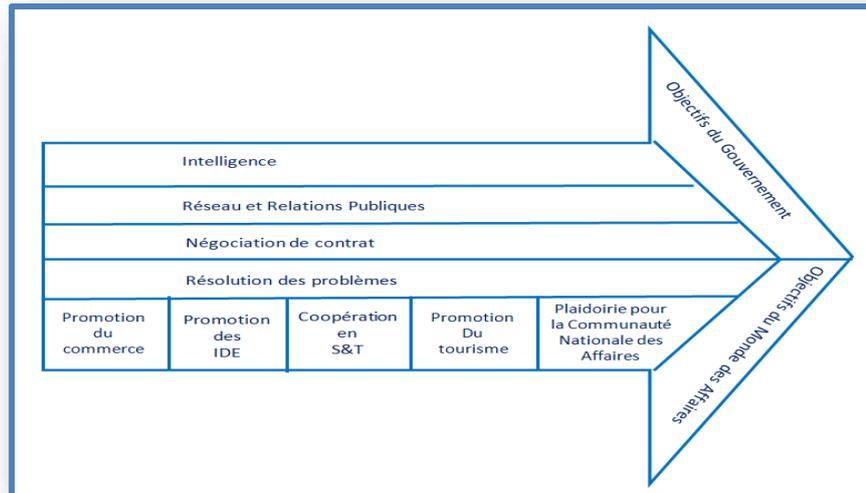
Ils proposent le schéma illustratif suivant.

#### **Illustration 1: Les composantes de la diplomatie commerciale selon Michel Kostecki et Olivier Naray**

---

<sup>16</sup> KOSTECKI / NARAY, p. 7.

---



Source: Michel KOSTECKI, Olivier NARAY, «Commercial Diplomacy and International Business», *Discussion Paper in Diplomacy*, Netherlands Institute of International Relations Clingendael, 2007, p.8. / Traduit de l'anglais par l'auteur.

Ils soutiennent que la principale activité de soutien de la diplomatie commerciale est l'« *intelligence* », qui comprend les recherches d'information et le traitement des demandes commerciales, des entreprises domestiques et des entreprises du pays d'accueil. Ils citent les propos d'un diplomate commerciale d'Amérique Central selon lequel environ 95% des clients ne demandent pas de services complexes mais principalement des informations basiques sur des questions juridiques, sur la situation politique etc. La question typique étant est-ce qu'il y a un marché pour le produit X dans le pays Y ? Enfin, concernant le sujet, ils évoquent que la collecte d'informations est progressivement en train de changer de caractère grâce à l'amélioration de la transparence sur le sujet apporté par l'OMC et les systèmes d'information basés sur Internet telle que la base de données centralisée de l'Union Européenne.

Ils énoncent que le networking / réseau est nécessaire pour rassembler les start-ups de technologie de pointe avec les entreprises capitalistes ou autres partenaires. Ils considèrent que les relations publiques sont stratégiques pour la promotion des IDE et peuvent impliquer le contact de l'ambassadeur avec les Présidents Directeurs Généraux (PDG) des grandes entreprises et la présence dans les forums d'affaires dans le pays d'accueil. Par ailleurs, ils soulignent que le soutien des entreprises nationales impliquées dans les négociations avec les autorités ou entreprises du pays d'accueil est une forme importante du soutien par les services de la diplomatie commerciale, qui favorise une approche pratique pour les entreprises. Ils notent que les activités de relations publiques d'un diplomate commercial couvrent des efforts de plaidoirie destinés à la protection des intérêts commerciaux du pays d'origine dans les audiences publiques et les consultations dans les processus législatifs du pays d'accueil.

D'autre part, comme ils le mentionnent sur le schéma, les diplomates commerciaux agissent également en tant que conseillers dans la négociation des contrats, fournissent un soutien dans la résolution des conflits commerciaux ou dans les relations entreprise-gouvernement, et s'impliquent dans la procédure de règlement des différends. Ils rajoutent enfin que les diplomates commerciaux apportent une aide pour trouver une solution amicale sans faire appel aux procédures judiciaires lorsque les conflits surgissent.

Concernant les objectifs du monde des affaires, ils se contentent de donner quelques explications sur la promotion du commerce, l'attractivité des investissements et la plaidoirie en

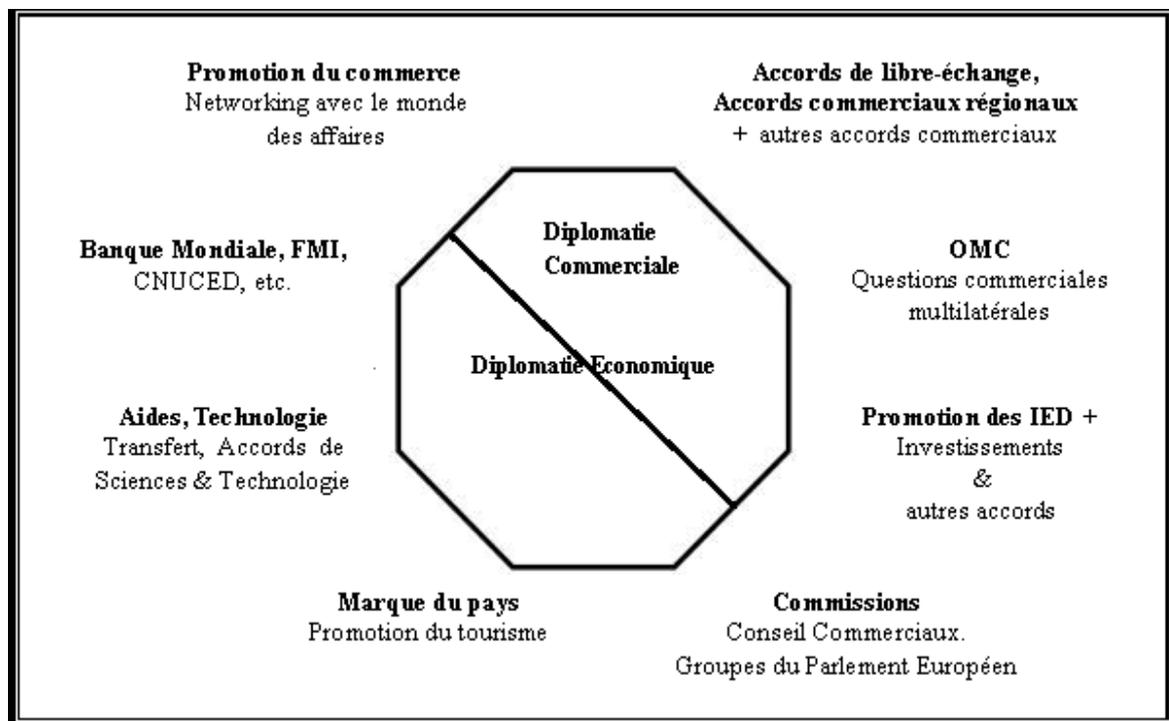
faveur de la communauté nationale des affaires. Tout d'abord au sujet de la promotion du commerce, ils expliquent que les experts de la promotion du commerce (*trade promotion experts*) invitent les diplomates commerciaux à suggérer des solutions d'affaires à la place de fournir des informations. Quant à l'attractivité des IDE, ils disent qu'il s'agit d'une activité grandissante parce qu'elle stimule la croissance économique du pays d'origine et l'emploi dans les secteurs ou régions prioritaires.

### La Diplomatie Commerciale Selon Kishan S. Rana

Pour l'ancien ambassadeur d'origine indienne, Kishan S. Rana, la diplomatie commerciale est distincte de la diplomatie économique en ce sens que le terme « économique » est beaucoup plus large que celui de « commercial ». Pour lui, la diplomatie commerciale peut être considérée comme étant une branche de la diplomatie économique.

Dans son article intitulé « Serving the Private Sector : India's Experience in Context »,<sup>17</sup> pour bien montrer la différence entre les deux notions, il utilise le schéma ci-dessous.

**Illustration 2: La diplomatie commerciale et la diplomatie économique selon Kishan S. Rana**



Source: RANA, voire note 17/ traduit de l'anglais par l'auteur.

Il apporte les précisions suivantes : la diplomatie économique traite des questions de politiques en générale. Les questions d'aides, qu'ils soient considérés dans la perspective d'État fournisseur ou d'État receveur, font l'objet de dispositions économiques, et tombent ainsi dans le champ de la diplomatie économique. Entrent dans ce champ également les dialogues avec les institutions économiques multilatérales (FMI, Banque Mondiale...), les crédits d'export octroyés par les gouvernements aux pays étrangers pour l'avancement des intérêts commerciaux, les activités relatives à la promotion du tourisme et la projection de l'image de marque du pays.

<sup>17</sup> RANA, in. BAYNE/ WOOLCOCK, p. 95.

Selon le schéma qu'il propose, la diplomatie commerciale quant à elle, concerne les accords de libre-échange et les accords commerciaux régionaux, les questions commerciales multilatérales, et de la promotion des Investissement Direct Étrangers (IDE). Il convient de préciser que selon lui, la diplomatie commerciale étant un sous ensemble de la diplomatie économique, cette dernière englobe les sujets de la précédente.

### **Définition Proposée**

Comme nous pouvons le remarquer à l'étude des différentes définitions proposées par de nombreux spécialistes en la matière, le contenu de la diplomatie diffère en fonction des conceptions. Deux affirmations semblent être communes à toutes ces définitions : la diplomatie commerciale est distincte de la diplomatie économique, la diplomatie commerciale étant une partie de la diplomatie économique qui traite des questions de politiques économiques. Dans le même ordre d'idées, il est indéniable que les deux sont complémentaires et vont de pairs. Concernant le contenu, il n'y a aucun doute que la diplomatie commerciale englobe toutes les composantes et les activités mentionnées dans les diverses définitions. Seulement, il convient de proposer une définition qui organiserait en son sein les objectifs, les composantes et les activités du concept en question. Ainsi, nous pouvons dire que la diplomatie commerciale est un outil politique ayant pour préoccupations principales les promotions de l'exportation et des investissements (aussi bien à l'intérieur du pays d'origine qu'à l'étranger). À cela s'ajoute la promotion du tourisme, qui peut être qualifiée comme étant une activité secondaire de la diplomatie commerciale car sa contribution à cette dernière est indirecte.

À ces composantes d'autres non mentionnés par les auteurs précédents peuvent être rajoutées. En effet, parallèlement à ces activités, des efforts sont déployés par les gouvernements pour l'établissement d'une bonne image du pays, ce qui leur permet de devenir un soft power. L'établissement de cette bonne image se fait d'une part par la propagation de la culture à travers, notamment la diffusion de films et séries télévisées et d'autre part par l'octroi d'aides extérieures aux pays en besoin. Bien que cela ne paraisse pas évident à premier abord, ces activités sont également des composantes de la diplomatie commerciale. L'exportation des films et séries télévisées ont non seulement un apport financier du fait de leurs ventes mais sont également un outil qui fait la promotion du pays et de sa culture. De nombreux reportages soulignent le fait que les spectateurs de ces films et séries télévisées se rendent au pays où ils sont tournés pour voir les lieux qui sont ainsi filmés. Cela est une contribution importante au tourisme. Enfin, autre élément important qui convient d'être souligné est la politique d'aides extérieures. Beaucoup de pays octroient des aides extérieures aux pays en besoin. Alors qu'en principe les aides doivent être sans contrepartie, il ne peut être nié que nombreux sont les pays qui envisagent sur le long terme un intérêt économique des pays auxquels ils apportent une aide. En réalité, même si un tel intérêt n'est pas souhaité par les pays donateur, il y a tout de même de forte chance qu'il se réalise. En effet, il est évident que le pays qui reçoit une aide éprouve une certaine reconnaissance envers le pays donateur. Il s'avère alors tout à fait normal que ce dernier établisse, dès que possible, de préférence des relations économiques et commerciales avec un pays qui l'a aidé lorsqu'il en avait besoin.

La diplomatie commerciale est donc un concept qui englobe de nombreuses activités. Elle prend diverses formes et s'exprime sur le plan international à travers les accords bilatéraux, les accords commerciaux régionaux ainsi que les accords de libre-échange et enfin les accords commerciaux multilatéraux. De nombreux acteurs aussi bien nationaux qu'internationaux interviennent dans son élaboration et sa mise en œuvre. Elle se réalise à plusieurs niveaux.

### **Les Institutions Et Les Acteurs Intervenant Dans L'Élaboration Et La Mise En Oeuvre De La Diplomatie Commerciale**

Dans l'élaboration et la mise en œuvre de la diplomatie commerciale de nombreuses institutions et acteurs interviennent. Nous allons, dans cette section, faire une sélection parmi eux et évoquer les plus importants. Pour ce faire, il convient de faire une distinction entre les institutions internationales et les acteurs et institutions nationales.

### **Les Institutions Internationales**

Au niveau international, la réflexion de la diplomatie commerciale se fait par le biais de nombreuses institutions de différentes natures. S'il est vrai que celles-ci ont plutôt une vocation économique, il n'en demeure pas moins qu'elles traitent également des sujets liés au commerce international et aux investissements. L'Organisation Mondiale du Commerce (OMC), la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED), l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE), le Groupe des 20 (G20), le Fond Monétaire Internationale (FMI) et le Forum Économique Mondiale en sont quelques exemples.

Dans cette optique, la première institution qui vient à l'esprit est sans doute l'Organisation Mondiale du Commerce dont le but primordial est de promouvoir l'ouverture commerciale. Cette organisation est multiforme puisque d'un côté elle offre une plateforme aux gouvernements pour négocier des accords commerciaux, et d'un autre côté elle leur permet de régler leurs différends commerciaux. Parallèlement, elle administre un ensemble de normes commerciales. Nous aurons l'occasion d'entrer dans les détails dans le chapitre premier de la deuxième partie.

La Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement est l'une des principales institutions de l'Organisation des Nations Unies (ONU) qui traite des questions d'actualité concernant le commerce et le développement allant de l'investissement étranger dans les pays pauvres au financement de certains projets dans le but de favoriser l'expansion du commerce.<sup>18</sup> Son objectif primaire est d'intégrer les pays en voie de développement dans l'économie mondiale pour accroître leurs potentiels de commerce et de développement.<sup>19</sup> Pour ce faire, elle se donne pour mission d'harmoniser les comportements en offrant un espace de discussion et des moyens pour négocier un accord commun.<sup>20</sup> Cela mène à l'élaboration d'une politique de développement qui permet de faire concourir la politique nationale et l'action internationale afin d'atteindre un développement durable. Pour cela l'institution se transforme en une véritable tribune pour les débats intergouvernementaux et traite des problèmes relatifs au commerce et de développement.

L'Organisation de Coopération et de Développement Économiques mène des travaux dans le but de promouvoir, essentiellement chez ses 34 pays membres, des politiques pour y réaliser une expansion de l'économie et de l'emploi conséquente et contribuer au développement du commerce international sur une base multilatérale et non discriminatoire<sup>21</sup>. Par ailleurs, elle a également pour mission de perfectionner la contribution d'investissement international à la croissance et le développement durable sur la planète entière en encourageant la réforme de politiques d'investissement et la coopération mondiale.<sup>22</sup>

Le Groupe des 20 est une enceinte de coopération économique et financière qui œuvre pour une croissance mondiale basée sur des fondements sains et solides. Représentant 85% de

---

<sup>18</sup> BOULANGER.

<sup>19</sup> *Ibid.*

<sup>20</sup> *Ibid.*

<sup>21</sup> Universalis, « O.C.D.E. (Organisation de Coopération et de Développement Économiques) », Encyclopædia Universalis, disponible sur le lien: <https://www.universalis.fr/encyclopedie/organisation-de-cooperation-et-de-developpement-economiques/> (Consulté le : 18/11/2019).

<sup>22</sup> Site de l'OCDE, disponible sur le lien: [www.oecd.org/fr/daf/inv/](http://www.oecd.org/fr/daf/inv/) (Consulté le : 18/11/2019).

l'économie mondiale et 2/3 de la population mondiale, ce groupe rassemble chefs d'État et de gouvernement des plus grandes économies avancées et émergentes de la planète, à savoir 19 pays et l'Union Européenne, pour relever les défis économiques mondiaux. Ainsi, les dirigeants des économies du G20 se rencontrent chaque année, tandis que les ministres des Finances et les gouverneurs de banques centrales se réunissent plusieurs fois par an. Parmi les objectifs qu'il poursuit nous pouvons citer le renforcement de l'économie mondiale, la réforme des institutions financières internationales, l'amélioration de la régulation financière et la coordination de réformes économiques plus larges et la stimulation de la croissance économique mondiale, notamment grâce à la création d'emplois et à l'ouverture des marchés.

Le Fonds Monétaire International est un organisme de coopération monétaire et financière qui regroupe 187 États. Ses objectifs qui sont mentionnés à l'article 1<sup>er</sup> de ses statuts sont : la promotion de la coopération monétaire internationale, la promotion du développement harmonieux du commerce mondial, l'amélioration de la stabilité des taux de change, l'établissement d'un système multilatéral de règlement des transactions courantes et la mise à la disposition des États membres des ressources financières (prêts à court terme). Le FMI est gouverné par ses 188 États membres, auxquels il rend compte de son action.

Enfin, le Forum Économique Mondial est une fondation à but non lucratif qui réunit annuellement des dirigeants d'entreprise, des responsables politiques du monde entier ainsi que des intellectuels et des journalistes, dans le but de discuter des problèmes les plus imminents de la planète, y compris les domaines de la santé et de l'environnement, de la mise en place d'un agenda global de libéralisation de l'économie et des règles du commerce mondial.

### **Les Acteurs Et Institutions Nationaux**

Au niveau national, de nombreux acteurs interviennent dans la mise en pratique de la diplomatie commerciale. Nous évoquerons d'abord les institutions nationales puis les acteurs nationaux avant de nous intéresser aux acteurs privés.

#### **Les institutions nationales**

Initialement, les questions d'ordre économiques, incluant la diplomatie commerciale était principalement du ressort des ministères des Affaires Étrangères.<sup>23</sup> De nos jours, la diplomatie commerciale est menée essentiellement par les Ministères de l'Économie et du Commerce. Comme nous l'avons vu précédemment, les professeurs Saner et Yui estiment que de nos jours, les acteurs non étatiques jouent également un rôle important dans la diplomatie. Alexandre Mercier précise que les acteurs non étatiques principaux qui représentent les intérêts commerciaux sont les Chambres de Commerce et d'Industrie ainsi que les associations commerciales.<sup>24</sup> Dans cette sous partie, nous n'allons pas entrer dans les détails des ministères, ni des chambres de commerce et d'industrie, mais nous allons étudier en revanche les structures des agences de promotion de l'exportation et les structures des agences de promotion des investissements adoptées par les différents pays.

#### **Les agences de promotion de l'exportation**

La forme structurelle des agences auxquelles est confiée la promotion des exportations diffère en fonction des pays.<sup>25</sup> Derrière le choix de la structure se trouvent de nombreuses raisons. Selon les professeurs Rolf Seringhaus et Philip Rosson, la philosophie du pays et

---

<sup>23</sup> MERCIER, p. 3.

<sup>24</sup> SERINGHAUS / ROSSON, p. 44. Cité par MERCIER, p. 4.

<sup>25</sup> SHARMA / TYERMAN, p.44. Cité par MERCIER, p. 4.

---

l'histoire de ses relations business-gouvernement sont des facteurs qui déterminent ce choix.<sup>26</sup> Pour Alexandre Mercier, les questions politiques, l'homogénéité du pays et la taille du pays sont d'autres facteurs explicatifs.<sup>27</sup>

Le facteur le plus important réside dans la structure : publique, privée ou semi-publique.<sup>28</sup> Alors que certains pays optent pour une structure purement gouvernementale, d'autres, tel que l'Australie, préfèrent confier les services diplomatiques commerciales aux chambres de commerce qui endossent ainsi la responsabilité en question.<sup>29</sup> À côté de cela nombreux sont les pays qui optent pour une structure mixte, à savoir publique-privée.

Le deuxième aspect structurel concerne le niveau du gouvernement auquel les services sont fournis. En effet, les services de promotion à l'export sont dispensés par des organisations au niveau central, régional et local. Ainsi par exemple, concernant la Belgique, ce sont essentiellement les autorités régionales de Flandres, Wallonie et Bruxelles qui s'occupent de cette mission.<sup>30</sup> Dans d'autres pays en revanche, ces services sont fournis au niveau central.<sup>31</sup>

Le dernier aspect structurel concerne le nombre de départements/ministères qui partage le management de la diplomatie commerciale au sein de la structure gouvernementale. Environ quinze pays (dont l'Australie, la Belgique et le Canada) ont fait fusionner leur Ministère des Affaires Étrangères avec leur Ministère du Commerce pour créer un seul Ministère consolidé.<sup>32</sup> D'autres pays en revanche ont préféré former un organisme paritaire du Ministère des Affaires Étrangère et du Ministère du Commerce chargé de coordonner la promotion de l'exportation.<sup>33</sup> D'autres encore, comme les États-Unis, confie cette mission à leur Ministère du commerce qui en est le principal responsable, même s'il ne l'est pas exclusivement.<sup>34</sup> Enfin demeure encore la possibilité d'établir des « agences tiers » comme au Singapour, qui sont des entités spéciales.<sup>35</sup>

### **Les agences de promotion des investissements**

La promotion des investissements directs étrangers se fait par le biais des agences de promotion des investissements. Ces agences qui sont relativement nouveau ont fait leur apparition il y a un peu plus d'une vingtaine d'années.<sup>36</sup> Alexandre Mercier soutient que l'adoption quasi universelle de ce type d'agence montre l'importance qui est accordée aux IDE dans le monde entier.<sup>37</sup> Cependant tous les pays ne possèdent pas d'agence nationale de promotion des investissements.<sup>38</sup> Tel est le cas par exemple de la Chine. La principale raison qui motive cette décision est la croyance que la question n'est pas de savoir dans quel pays investir mais où investir au sein d'un pays.<sup>39</sup> C'est cela qui a conduit certains pays, en particulier les plus développés, à créer de nombreuses agences de promotion des investissements infranationaux. Ces agences, qui sont essentiellement présents dans les États fédéraux promeuvent les régions, les provinces ou les États. Elles sont souvent indépendantes et ne sont

<sup>26</sup> MERCIER, p. 4.

<sup>27</sup> *Ibid.*

<sup>28</sup> RANA, (2002), pp. 70-71.

<sup>29</sup> MERCIER, p. 4.

<sup>30</sup> COOLSAET, p. 62. Cité par MERCIER, p. 5.

<sup>31</sup> WELLS/ WINT, p.51. Cité par MERCIER, p. 5.

<sup>32</sup> RANA, (2002), p.70.

<sup>33</sup> *Ibid.*

<sup>34</sup> KOPP, p. 8. Cité par MERCIER, p. 5.

<sup>35</sup> Rana, 2002, p.70.

<sup>36</sup> UNCTAD, *The World of Investment Promotion at a Glance: A Survey of Investment Promotion practices*, ASIT Advisory Studies, No 17, Geneva: UNCTAD, 2001, p. 3.

<sup>37</sup> MERCIER, 2007 p. 5.

<sup>38</sup> LOEWENDHAL, p.7. Cité par MERCIER, p. 5.

<sup>39</sup> *Ibid.*

donc pas les filiales des agences nationales de promotion des investissements. Tout comme les agences de promotion de l'exportation, elles sont soit publiques, soit privées soit mixtes. Certaines activités de promotion des investissements sont mieux effectuées par des organisations privées et alors que d'autres le sont mieux par des organisations gouvernementales.<sup>40</sup> Raison pour laquelle le choix de la structure est vraiment important. Le choix s'effectue entre les structures gouvernementales, entité gouvernementale autonome, entité publique-privée et privée.<sup>41</sup> Selon une étude,<sup>42</sup> 80% des pays optent pour la structure gouvernementale, considérant que la promotion des investissements est une activité d'intérêt public. Alexandre Mercier souligne le fait que les agences de promotion des investissements ont besoin d'une indépendance vis-à-vis du gouvernement notamment en raison de son interaction constante avec le monde des affaires.<sup>43</sup> Il conclue en disant que cela peut conduire à la multiplication des agences quasi-gouvernementales à l'avenir.<sup>44</sup>

Ainsi, le choix de la structure des agences de promotion de l'exportation et des agences de promotions des investissements dépend donc de l'approche du pays et de sa conception de diplomatie commerciale. À côté de ces institutions nationales, se trouve également des acteurs nationaux.

### **Les acteurs nationaux**

Comme le souligne les chercheurs Michel Kostecki et Olivier Naray, nous pouvons classer les acteurs de la diplomatie commerciale en trois catégories:<sup>45</sup>

Le « niveau de politique élevé » à savoir le chef d'État, le Premier Ministre, les Ministres et les membres du Parlement,

l'ambassadeur et,

le « niveau inférieur » de l'envoyé diplomatique spécialisé qu'il qualifie de « diplomate commercial ».

Nous allons mettre de côté le haut niveau qui certes joue un rôle important dans l'exercice de la diplomatie commerciale pour nous intéresser aux deux autres catégories qui se concentrent pleinement à cette activité.

### **L'ambassadeur**

L'ambassadeur est le chef d'une mission diplomatique à l'étranger. Comme le souligne opportunément Han Abbink dans son mémoire « Involvement of ambassadors in commercial diplomacy »,<sup>46</sup> il n'y a pas vraiment d'études scientifiques sur le rôle de l'ambassadeur dans la diplomatie en générale. Il estime qu'on peut affirmer que l'ambassadeur s'occupe de toutes les formes de diplomatie au sein de l'ambassade et qu'il dirige les autres diplomates de la mission économique. Il est envoyé dans les capitales étrangères et apparaît particulièrement dans les moments difficiles des relations où il devient véritablement le symbole de l'honneur national<sup>47</sup>. C'est également à lui qu'il est fait appel lorsque les choses vont mal dans les relations bilatérales et dans les institutions multilatérales.<sup>48</sup> L'ambassadeur est important dans la diplomatie car il

---

<sup>40</sup> WELLS/ WINT, p.51. Cité par MERCIER, p. 5.

<sup>41</sup> UNCTAD, p. 4.

<sup>42</sup> *Ibid.*

<sup>43</sup> MERCIER, p. 5.

<sup>44</sup> *Ibid.*

<sup>45</sup> KOSTECKI / NARAY, p. 1.

<sup>46</sup> ABBINK, p. 14.

<sup>47</sup> *Ibid.*

<sup>48</sup> *Ibid.*

---

est l'élément central du système diplomatique entier.<sup>49</sup> Certes il ne joue plus un rôle important dans la détermination de la guerre ou de la paix avec les pays comme avant, mais il joue toujours un rôle important pour réduire les tensions, souvent dans les instances multilatérales où son pays a un intérêt même indirect.<sup>50</sup> Sa fonction diplomatique la plus importante demeure celle des négociations.<sup>51</sup> Ses autres fonctions diplomatiques importantes sont la collecte d'information, le lobbying, la clarification des intentions, le soutien commercial ainsi que les activités financières, l'assistance des nationaux à l'étranger et la promotion d'une sympathie populaire pour la politique étrangère du pays aussi bien dans le pays d'origine que dans le pays d'accueil.<sup>52</sup> Ces activités sont réalisées à travers différentes voies : la télécommunication directe, la diplomatie bilatérale (conventionnelle ou non-conventionnelle), la diplomatie multilatérale, les sommets et la médiation.<sup>53</sup>

### **Le diplomate commercial**

Si le rôle et les missions de l'ambassadeur ne change pas d'un pays à l'autre, il n'en est pas de même pour les diplomates commerciaux.

Michel Kosteki et Olivier Naray soutiennent qu'il y a trois types de diplomates commerciaux : le « *business promoter* », que l'on peut traduire par le promoteur des affaires, le « *civil servant commercial diplomat* » qui signifie diplomate commercial fonctionnaire et qui désigne en réalité l'attaché commercial et enfin le « *generalist commercial diplomat* » qui se traduit par diplomate commercial généraliste.<sup>54</sup>

Le promoteur des affaires peut être décrit comme étant le diplomate commercial proactif orienté vers les affaires dont la principale préoccupation se résume en la satisfaction des entreprises. Il offre des services, que l'on peut qualifier de conseils, aux entreprises qui le requièrent.

Le diplomate commercial fonctionnaire poursuit le même objectif que l'employé du ministère du commerce. Ce diplomate commercial tend à être réactif plutôt que proactif et garde sa distance par rapport au monde des affaires. Il opte donc pour une approche distante. Le fonctionnaire commercial se concentre sur l'application des politiques plutôt que le soutien commercial. Il est responsable face au gouvernement, raison pour laquelle il se préoccupe plus aux instructions du gouvernement que des besoins des clients.

Le diplomate commercial généraliste est un diplomate de carrière qui assure les activités de soutien commercial sur une base *ad hoc* et en supplément des autres missions diplomatiques. Il tente d'être moins technique que les deux précédents. Il offre de bons contacts (particulièrement au niveau des ambassades) et place les activités de diplomatie commerciale dans un contexte plus large de programmes d'aides étrangères et de diplomatie nationale.

Comme nous pouvons le constater le choix des diplomates commerciaux et leurs attributions diffèrent en fonction de la conception de diplomatie commerciale de chaque pays. Quoiqu'il en soit ces derniers contribuent, d'une façon ou d'une autre à la mise en œuvre de la diplomatie commerciale.

---

<sup>49</sup> *Ibid.*

<sup>50</sup> ABBINK, p. 14.

<sup>51</sup> *Ibid.*

<sup>52</sup> *Ibid.*

<sup>53</sup> BERRIDGE, (2005). Cité par ABBINK, p. 15.

<sup>54</sup> KOSTECKI / NARAY, p. 23.

En dehors des institutions internationales et nationales et des acteurs gouvernementaux, se trouve le secteur privé, et plus largement la société civile, qui s'engage dans la diplomatie commerciale.

### **Les acteurs privés**

Aussi surprenant soit-il, des acteurs privés intervient dans l'élaboration et la mise en œuvre la diplomatie commerciale.

Les nombreux organisations et forums internationales s'intéresse à la société civile et les intègre dans le cadre des travaux de réflexion. Ainsi donc des réunions sont spécialement organisées pour réunir certaines catégories de la population, comme les étudiants, les entrepreneurs, les chercheurs des centres de réflexion (Think Thank).

Nous pouvons clore cette section en émettant une remarque récapitulative : des acteurs de différentes natures interviennent dans l'élaboration et la mise en œuvre de la diplomatie commerciale. Alors que les institutions internationales et les institutions nationales interviennent essentiellement dans son élaboration, les acteurs nationaux (tels que les ambassadeurs et les diplomates commerciaux), et le secteur privé (particulièrement les PDG et le personnel chargé des relations investisseurs) la mettent en œuvre. Les acteurs que nous venons d'évoquer dans cette section agissent dans différent lieux.

### **Les Lieux Où Se Réalise La Diplomatie Commerciale**

Il convient de mentionner dans cette section les différents niveaux où s'effectue la diplomatie commerciale. D'une manière générale, tout en s'alignant à la théorie du « jeu à deux niveaux » de Putnam, nous pouvons dire qu'il y a deux niveaux dans les négociations internationales : le niveau national et le niveau international qui sont constamment en interdépendance. Le niveau international quant à lui est subdivisé en quatre. En effet, les négociations commerciales internationales se réalisent de façon soit bilatérale soit régionale soit multilatérale ou plurilatérale.

### **La Théorie Du « Jeu À Deux Niveaux » De Robert David Putnam**

C'est un politologue américain, professeur à l'université Harvard, Robert David Putnam, qui a introduit la théorie du « jeu à deux niveaux » dans le cadre des négociations internationales, introduisant ainsi un concept nouveau dans le domaine des relations internationales. En 1988 dans la Revue *International Organization*, il publia un article précurseur de cette nouvelle approche analytique. Intitulé « Diplomacy and Domestic Politics : The Logic of Two-Level Games », <sup>55</sup> son article fut repris, de par son importance, cinq ans plus tard dans un ouvrage collectif intitulé « Double-Edged Diplomacy : International Bargaining and Domestic Politics ». <sup>56</sup> Selon la théorie qu'il avance, un négociateur (qui peut être chef d'État, ministre des Affaires Étrangères etc.) doit considérer les pressions internes pour l'adoption de politiques favorables à son pays d'origine et simultanément essayer de maximiser son habilité à satisfaire son électorat au niveau international en tentant de minimiser les effets pervers d'un éventuel accord. Dans son analyse, Putnam essaie de démontrer l'effet réciproque entre les négociations au niveau national et international en étudiant les effets de leurs interactions. De ce fait, il va plus loin que ses prédécesseurs tels que Katzenstein et Krasner qui se contentaient d'avancer que les sphères internationale et nationale pouvaient avoir une incidence l'une sur l'autre. Pour Putnam, il ne s'agit pas d'une simple influence mais véritablement d'interdépendance et d'interaction entre le jeu de politique interne d'un État et la sphère des relations internationales. Dans son analyse, il essaie de décrire la dynamique qui

<sup>55</sup> PUTMAN, pp. 427-460.

<sup>56</sup> EVANS/ JOCOBSON/ PUTMAN.

existe lors des négociations internationales entre l'exécutif et les autres acteurs c'est-à-dire les partis politiques, les classes sociales, les groupes d'intérêts, les législateurs et l'opinion publique. Nous allons étudier les niveaux dans lesquels s'effectue la diplomatie commerciale.

### **Une Diplomatie Commerciale À Plusieurs Niveaux**

Comme nous l'avons mentionné précédemment, la caractéristique principale de la diplomatie commerciale est l'interaction entre les niveaux national et international. Le jeu de métaphore des deux niveaux de Putman pour les négociations l'illustre bien. Il convient de rappeler que toute négociation au niveau international prend diverses formes : bilatérale, régionale, plurilatérale ou multilatérale. En plus de ces formes, nous allons mentionner l'unilatéralisme qui peut être considéré comme étant le point zéro.

#### **L'unilatéralisme**

Tel qu'il est défini dans le Dictionnaire des relations internationales<sup>57</sup>, l'unilatéralisme « *consiste pour un État à conduire sa politique hors des instances de concertation, sans tenir compte de l'avis des autres États* ». Dans le domaine du commerce international, il peut se traduire « *par une réduction unilatérale des tarifs douaniers ou la suppression d'autres obstacles au commerce, sans attendre une action réciproque de la part des autres pays. Il peut s'agir aussi de la volonté d'imposer son point de vue concernant le commerce d'un produit en particulier* ». <sup>58</sup> À premier abord, la diplomatie commerciale et dans un sens plus large la diplomatie économique ne semblent pas être concernées par l'unilatéralisme n'impliquant aucun processus de négociation. En effet, l'action unilatérale (par exemple la libéralisation du commerce ou le protectionnisme) résulte d'une prise de décision nationale. Mais comme le notent les spécialistes Nicholas Bayne et Stephen Woolcock ces décisions mènent à l'élargissement ou à la limitation de l'accès des marchés aux investisseurs et exportateurs des autres pays et ont ainsi un impact sur les autres économie. <sup>59</sup> Dans certains cas les gouvernements adoptent ou menacent d'adopter des mesures unilatérales dans le but de faire changer les politiques d'autres pays. <sup>60</sup> La pression américaine sur la Chine pour qu'elle autorise sa monnaie en est un exemple. <sup>61</sup> Ces considérations permettent ainsi de dire que la diplomatie commerciale s'opère également de façon unilatérale. Le niveau au-dessus est le bilatéralisme.

#### **Le bilatéralisme**

Les relations bilatérales constituent une part majeure de la diplomatie commerciale. La définition proposée par le dictionnaire Alternatives Économique est intéressante en la matière : « *Par opposition au multilatéralisme, le bilatéralisme désigne le fait, pour un pays, de passer des accords commerciaux préférentiels avec un autre pays. Alors que le multilatéralisme implique qu'une concession faite à un pays soit étendue à l'ensemble des autres pays, de manière à ne pas créer de distorsions de concurrence, le bilatéralisme s'appuie au contraire sur la construction de relations privilégiées entre deux pays, au détriment des autres* ». <sup>62</sup> Cette définition est assez claire, cependant il convient de mentionner ici les avantages et les inconvénients de l'usage de cette méthode ainsi que ses effets.

<sup>57</sup> SMOUTS / BATTISTELLA / VENNESSON, p. 333. Cité par le Dictionnaire Analytique de la Mondialisation et du Travail, disponible sur le lien : <http://zedamt.herokuapp.com/terme?id=6035> (Consulté le : 18/11/2019)

<sup>58</sup> Dictionnaire Analytique de la mondialisation et du travail, « Unilatéralisme », disponible sur le lien : <http://zedamt.herokuapp.com/terme?id=6035> (Consulté le : 18/11/2019).

<sup>59</sup> BAYNE / WOOLCOCK, p. 8.

<sup>60</sup> *Ibid.*

<sup>61</sup> *Ibid.*

<sup>62</sup> Alternatives économiques, « Bilatéralisme », dans L'économie de A à Z : Le dictionnaire d'Alternatives Économiques en ligne, 2010, disponible sur le lien : [www.alternatives-economiques.fr/Dictionnaire\\_fr\\_52\\_def180.html](http://www.alternatives-economiques.fr/Dictionnaire_fr_52_def180.html) (consulté le 18/11/2019).

Du côté avantages, nous pouvons dire en premier lieu que la diplomatie économique bilatérale demeure la technique la plus facile pour faciliter les échanges commerciaux entre deux pays. Les pays s'entretiennent directement entre eux. De ce fait, cette technique semble même plus légitime que les autres en ce sens qu'elle traduit « *le résultat d'une volonté affirmée par les parties contractantes, découlant donc de leur souveraineté* ». <sup>63</sup> Il peut être fait appel à cette méthode en tant que facilitatrice. En effet, elle peut contribuer à l'élaboration de dispositions plus complexes au niveau régional ou mondial ou encore faciliter l'interprétation des règles régionales ou multilatérales. <sup>64</sup>

À côté de ces points positifs, certains aspects de cette diplomatie économique bilatérale paraissent négatifs. En effet, il s'agit d'une approche qui favorise le partenaire le plus puissant. De ce fait, elle peut très facilement donner naissance à des conflits. Elle peut également engendrer des tensions dans le système multilatéral.

Quant aux effets de cette diplomatie, nous pouvons en citer trois directs et un indirect. Lorsqu'un accord commercial bilatéral réduisant les tarifs douaniers sur les importations est signé, « *l'entreprise nationale est face à une plus grande concurrence de la part des entreprises étrangères ; elle a un meilleur accès au marché étranger ; et les consommateurs du pays profitent de prix plus bas grâce à la concurrence accrue. L'effet indirect est que les marchés des pays signataires sont moins intéressants pour les pays qui ne sont pas couverts par de tels accords* ». <sup>65</sup>

Enfin, avant de clore cette brève explication, il convient de souligner que les pays membres de l'OMC négocient souvent des concessions tarifaires de manière bilatérale, puis les appliquent multilatéralement en vertu de la règle de la nation la plus favorisée.

### **Le régionalisme**

« En commerce international, approche qui implique des mesures prises par les gouvernements pour libéraliser ou faciliter le commerce à l'échelle régionale, parfois au moyen de zones de libre-échange ou d'unions douanières. Par extension, théorie qui prône ces mesures ». Telle est la définition proposée par le dictionnaire analytique et du travail. <sup>66</sup> À la lecture de cette définition, nous venons tout naturellement à nous demander si le régionalisme n'entrave pas le processus de mondialisation. Bien que certains tenants du libre-échange estiment que les régions sont des barrières tarifaires et donc de conflits, <sup>67</sup> de nombreux arguments permettent de démentir ce propos.

Tout d'abord, les accords commerciaux régionaux s'appliquent parallèlement aux accords multilatéraux mondiaux de l'OMC et n'ont aucun impact négatif sur ces derniers. Au contraire, l'accès aux marchés régionaux peut constituer un premier pas à l'accès à de plus grands marchés. En effet, pour certains pays il est plus facile de signer des accords commerciaux régionaux avec ses pays voisins, dont le niveau de développement est bien souvent similaire, et

---

<sup>63</sup> BADIE, p. 108. Cité par MORIN, p. 545.

<sup>64</sup> Dictionnaire Analytique de la mondialisation et du travail, « Bilatéralisme », disponible sur le lien: <http://zedamt.herokuapp.com/terme?id=466> (Consulté le : 18/11/2019).

<sup>65</sup> *Ibid.*

<sup>66</sup> Dictionnaire Analytique de la mondialisation et du travail, « Régionalisme », disponible sur le lien: <http://zedamt.herokuapp.com/terme?id=4554> (Consulté le : 18/11/2019).

<sup>67</sup> ÉTHIER, pp. 261-262. Cité par le Dictionnaire Analytique de la mondialisation et du travail, « Régionalisme », disponible sur le lien : <http://zedamt.herokuapp.com/terme?id=4554> (Consulté le : 18/11/2019).

---

avec lesquelles il partage la même culture et les mêmes préoccupations.<sup>68</sup> Ainsi ils préfèrent l'ouverture du marché dans un domaine particulier plutôt que de se lancer directement dans un environnement plus vaste comme celui de l'OMC. Mais une fois habitués à ces marchés régionaux, les plus vastes marchés leur deviennent alors envisageables.

Par ailleurs, ces accords offrent parfois de nouvelles approches de la réglementation ou préparent dans certains cas complexes les fondements d'un accord multilatéral. Ils peuvent également dans certains cas compléter (sans les remplacer) des règles multilatérales et contribuer ainsi à une libéralisation progressive. D'ailleurs, la Déclaration Ministérielle adoptée le 14 Novembre 2001 à l'issue de la Conférence Ministérielle de l'OMC qui s'est tenue les 9-14 Novembre de la même année affirment tout en soulignant leur « attachement à l'OMC en tant qu'enceinte unique pour l'élaboration de règles commerciales et la libéralisation des échanges au niveau mondial, [...] que les accords commerciaux régionaux peuvent jouer un rôle important pour ce qui est de promouvoir la libéralisation et l'expansion des échanges et de favoriser le développement ». <sup>69</sup> Ainsi le rôle des accords commerciaux régionaux dans la favorisation de la libéralisation et de l'élargissement des échanges est également reconnu par le cadre des négociations multilatérales de libéralisation des échanges qu'est l'OMC.

À côté du rôle complémentaire à l'OMC dans le but de promouvoir la libéralisation, les accords commerciaux régionaux permettent (bien qu'il y ait souvent une motivation politique derrière) l'ouverture rapide des marchés à la nation. Prenant parfois la forme de diverses souverainetés rassemblées « pooling of sovereignty », tels que l'UE, ils permettent d'avoir une meilleure influence dans les négociations internationales. Ils peuvent également être le moyen de contrer le pouvoir des marchés globaux.

Cette décentralisation du système international présente cependant deux risques non négligeables « le risque de gêner les échanges avec les pays situés en dehors de la région et de faire obstacle à une plus grande ouverture des marchés, en limitant en définitive les perspectives de croissance de chacun. En outre, de vastes négociation multilatérales, englobant plus d'acteurs et plus de secteurs, offriront plus de possibilités d'avantages mutuels que des accords bilatéraux ou régionaux d'ampleur limitée». <sup>70</sup>

### **Le multilatéralisme**

« Dans le commerce international, approche caractérisée par des échanges commerciaux basés sur la coopération, l'égalité des droits et des obligations, la non-discrimination et la participation de tous les pays intéressés » telle est la définition proposée par le dictionnaire analytique et du travail. <sup>71</sup> C'est un concept qui s'est développé après la Seconde Guerre Mondiale alors que les États-Unis essayaient d'instaurer un nouvel ordre international : « un ordre construit autour du dollar; un système ouvert dans lequel les échanges commerciaux se développaient sans entraves; des mécanismes de coopération qui regroupaient autour des États-Unis les pays disposés à suivre un certain type de règles; un maillage serré d'agences spécialisées pour assurer la reconstruction et le développement [dans les secteurs techniques et

---

<sup>68</sup> OCDE Synthèse, Décembre 2003, p. 1.

<sup>69</sup> Organisation Mondiale du Commerce, Conférence Ministérielle de l'OMC, Doha, 2001: Déclaration Ministérielle, disponible sur le lien: [www.wto.org/french/thewto\\_f/minist\\_f/min01\\_f/mindecl\\_f.htm](http://www.wto.org/french/thewto_f/minist_f/min01_f/mindecl_f.htm) (Consulté le 18/11/2019).

<sup>70</sup> OCDE Synthèse, Décembre 2003, p. 1..

<sup>71</sup> Dictionnaire Analytique de la mondialisation et du travail, « Multilatéralisme », disponible sur le lien: <http://zedamt.herokuapp.com/terme?id=3649> (Consulté le: 18/11/2019).

sociaux]. ».<sup>72</sup> Dans la littérature des relations économiques internationales, ce terme remplace souvent l'universalisme.

Ce concept est à l'origine de la création du Fonds Monétaire International et du système des Nations Unies. Il est également au centre du commerce international tel que le concevaient les parties signataires de l'Accord Général sur les Tarifs Douaniers et le Commerce (GATT, General Agreement on Tariffs and Trade) en 1947, maintenant conduit par l'Organisation mondiale du commerce.<sup>73</sup> La quasi - totalité des accords signés dans le cadre de l'OMC sont multilatéraux, étant obligatoires pour tous les membres d'une organisation à vocation universelle. En revanche l'Accord sur les marchés publics - toujours dans le cadre de l'OMC - est plurilatéral, car son application se limite à des pays membres qui l'on signé.

Le multilatéralisme présente également des avantages et des inconvénients qui méritent d'être évoqués. Côté avantage, nous pouvons dire que la diplomatie économique multilatérale est bien adaptée pour l'élaboration de règles.<sup>74</sup> D'ailleurs il y a eu de grandes avancées dans ce domaine dans les années 90 particulièrement concernant le commerce et l'environnement.<sup>75</sup> Mais il convient de préciser que cela mène les institutions multilatérales en controverse : les Organisations Non Gouvernementales (ONG) les attaquent d'être opaque et non démocratique ; les pays en développement se plaignent que le système multilatéral les met dans une position désavantageuse ; même les pays développés trouvent difficile d'arriver à un accord avec l'empiètement croissant des règles internationales sur les politiques domestiques.<sup>76</sup> Donc, alors que les avantages sont importants en cas de succès dans la diplomatie économique multilatéral, les risques sont importants aussi en cas d'échec.<sup>77</sup>

Autre niveau qui paraît être synonyme de multilatéralisme mais qui est différent est le « plurilatéralisme ».

### **Le plurilatéralisme**

Le niveau plurilatéral de la diplomatie économique attire moins d'attention que le régionalisme et le multilatéralisme. Mais les corps plurilatéral, comme l'OCDE, les sommets du G8 et du G20 et du Commonwealth, servent deux causes importantes dans la diplomatie économique.<sup>78</sup> D'une part, ils fournissent un forum où les gouvernements nationaux cherchent à réconcilier leurs objectifs économiques domestiques et internationaux grâce à une procédure de coopération volontaire. D'autre part, cela donne la possibilité aux gouvernements de même sensibilité de développer des positions acceptées avec lesquels ils peuvent avancer ensuite dans des contextes multilatéraux plus larges. Ainsi par exemple, l'OCDE était un forum pour le travail de préparation qui fournissait le fondement des accords du GATT et de l'OMC sur les services et l'agriculture.<sup>79</sup>

Il convient de préciser que dans certains cas le terme multilatéral a la même portée que le plurilatéral : les "AEM" (Accords environnementaux multilatéraux) sont en réalité des accords plurilatéraux.

### **Conclusion**

<sup>72</sup> SMOUTS / BATTISTELLA / VENNESSON, , p. 333-335. Cité par le Dictionnaire Analytique de la Mondialisation et du Travail, disponible sur le lien : <http://zedamt.herokuapp.com/terme?id=6035> (Consulté le : 18/11/2019).

<sup>73</sup> Dictionnaire Analytique de la Mondialisation et du Travail, «Multilatéralisme», disponible sur le lien : <http://zedamt.herokuapp.com/terme?id=3649> (Consulté le : 18/11/2019).

<sup>74</sup> BAYNE / WOOLCOCK, p. 9.

<sup>75</sup> *Ibid.*

<sup>76</sup> *Ibid.*

<sup>77</sup> *Ibid.*

<sup>78</sup> *Ibid.*

<sup>79</sup> *Ibid.*

Le concept de diplomatie commerciale est une notion complexe. Bien qu'il ne soit pas utilisé aussi fréquemment que la notion de diplomatie économique, il est tout aussi important que cette notion puisqu'elle constitue à peu près 90 % de son contenu. Les définitions proposées par les spécialistes en la matière sont différentes les unes des autres bien qu'elles contiennent certaines similitudes.

En résumé, nous pouvons dire que la diplomatie commerciale a deux préoccupations majeures qui sont la promotion de l'exportation et la promotion des investissements, auxquelles s'ajoutent des activités secondaires telles que la promotion du tourisme, la propagation de la culture et l'octroi d'aides extérieures aux pays en besoin. Les pays se concentrent donc dans ces domaines dans l'élaboration des législations en droit international dans le cadre de leur diplomatie commerciale.

De nombreux acteurs interviennent dans son élaboration. Au niveau international, la réflexion du sujet se fait au sein de certaines institutions spécialisées dans ce domaine. Au niveau national, à côté des institutions nationales qui contribuent à son élaboration, des acteurs gouvernementaux tels que les ambassadeurs et les diplomates commerciaux et la société civile, particulièrement les acteurs du secteur privé (les PDG et relations investisseurs) la mettent en œuvre. Tous contribuent à leur échelle dans l'élaboration des règles définissant cette diplomatie commerciale.

La diplomatie commerciale s'effectue à plusieurs niveaux. Elle s'opère au niveau national et au niveau international. Plusieurs degrés sont distingués au niveau international : les degrés bilatéral, régional, multilatéral et plurilatéral. Ainsi, elle prend donc différentes formes et s'exprime à travers les accords bilatéraux, les accords commerciaux régionaux ainsi que les accords de libre-échange et enfin les accords commerciaux multilatéraux.

La définition / le contenu de la diplomatie commerciale diffère d'un pays à l'autre en fonction de leur conception sur la notion. En effet, comme nous l'avons vu dans le cadre de la diplomatie commerciale les priorités des pays changent, la nature des institutions qu'ils établissent diffèrent et l'attribution des diplomates commerciaux n'est pas la même.

### Bibliographie

- Abbink, H. (2014). *Involvement of ambassadors in commercial diplomacy*, Mémoire, University of Twente.
- Bayne, N., Woolcock, S. (2011). *What is Economic Diplomacy?*, *The New Economic Diplomacy*, 3rd edition, Routledge, London:Asgate.
- Berridge, G.R. (2010). *Diplomacy: Theory and Practice*. Palgrave Macmillan, United States.
- Berridge, G.R., James, A. (2001). *A Dictionary of Diplomacy*. Palgrave Macmillan, United States.
- Boulanger, V. Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement. *Perspective Monde*. Disponible sur le lien : <http://perspective.usherbrooke.ca/bilan.servlet/BMDictionnaire?iddictionnaire=1414> .
- Coolsaet, R. (2004). Trade and Diplomacy: The Belgian Case. *International Studies Perspective*. Vol 5, No1, pp. 61-65.
- Dictionnaire Alternatives économiques, disponible sur le lien : [www.alternativeseconomiques.fr/dico](http://www.alternativeseconomiques.fr/dico) .
- Dictionnaire Analytique de la Mondialisation et du Travail, disponible sur le lien: <http://zedamt.herokuapp.com/index> .

- Encyclopédie Larousse, disponible sur le lien: [www.larousse.fr/encyclopedie](http://www.larousse.fr/encyclopedie) .
- Encyclopédie Universalis, disponible sur le lien: [www.universalis.fr](http://www.universalis.fr) .
- Evans, P., Jacobson, H., Putman, R. (1993). *Double-Edged Diplomacy: International Bargaining and Domestic Politics*. University of California Press.
- Howard, C. (2013). The World's Most Powerful Women 2013. *Forbes Magazine*. Disponible sur le lien : [www.forbes.com/sites/caroline\\_howard/2013/05/22/the-worlds-most-powerful-women-2013/](http://www.forbes.com/sites/caroline_howard/2013/05/22/the-worlds-most-powerful-women-2013/) .
- Kopp, H. (2004). *Commercial Diplomacy and National Interest*. Washington: American Academy of Diplomacy/Business Council for International Understanding.
- Kostecki, M., Naray, O. (2007). Commercial Diplomacy and International Business. *Discussion Paper in Diplomacy*. Netherlands Institute of International Relations Clingendael.
- Lavollée, C. (1865). La nouvelle diplomatie commerciale de la France. *Revue des deux Mondes*, pp. 177-196.
- Lee, D. (2004). The Growing Influence of Business in U.K. Diplomacy. *International Studies Perspectives*, Volume 5, Issue 1, pp. 50–54.
- Loewendahl, H. (2001). A Framework for FDI Promotion. *Transnational Corporations*, vol. 10, no. 1.
- Mercier, A. (2007). Commercial Diplomacy in Advanced Industrial States: Canada, the UK, and the US. *Discussion Papers in Diplomacy*, Netherlands Institute of International Relations Clingendael.
- OCDE, (2003). Synthèse : Le régionalisme et le système commercial multilatéral.
- Organisation Mondiale du Commerce, (2001). Conférence Ministérielle de l'OMC, Doha, Déclaration Ministérielle, disponible sur le lien: [www.wto.org/french/thewto\\_f/minist\\_f/min01\\_f/mindecl\\_f.htm](http://www.wto.org/french/thewto_f/minist_f/min01_f/mindecl_f.htm) .
- Potter, E. (2004). Branding Canada: The renaissance of Canada's commercial diplomacy. *International Studies Perspectives*, vol. 5, No.5, pp. 55-60.
- Putman, R. D. (1988). Diplomacy and Domestic Politics: The logic of the Two- Level Games. *International Organization*, Vol.42, No.3, pp. 427-460.
- Rana, K. S. (2002). *Bilateral Diplomacy*. DiploPublishing, Geneva.
- Rana, K. S. (2004). *The 21 st Century Ambassador*. DiploFondation, Malta and Geneva.
- Rouyer- Chevalier, E. (2007). Le métier de Relations Investisseurs, un profil proche de la direction générale, Propos recueillis par Sebastien Leroy et Philippe Mudry, L'AGEFI. Disponible sur le lien: [www.agefi.fr/articles/-le-metier-de-relations-investisseurs-un-profil-proche-de-ladirection-generale--1030284.html](http://www.agefi.fr/articles/-le-metier-de-relations-investisseurs-un-profil-proche-de-ladirection-generale--1030284.html) .
- Ruel, H. , Zuidema, L. (2012). The Effectiveness of commercial diplomacy, A survey Among Dutch Embassies and Consulates. *Discussion Papers in Diplomacy*, no 123, Netherlands Institute of International Relations Clingendael.
- Saner, R. , Yiu, L. (2003). International Economic Diplomacy: Mutations in Post-modern Times. *Discussion Papers in Diplomacy*, Netherlands Institute of International Relations Clingendael.
- Scholte, J. A. (2001). Globalisation, Governance and Corporate Citizenship. *The Journal of Corporate Citizenship*, Issue 1, pp. 15-23.
-

- Seringhaus, F.H. R., Rosson, P. (1989). *Government Export Promotion: a Global*. London: Routledge.
- Sharma, P. , Tyerman, G. (1998). Est-ce que la promotion du commerce international concorde avec la politique commerciale? Tentative de symbiose, *Commentaire d'Analyse Commerciale et Économique*, No 21, Ottawa: Ministère des Affaires Étrangères et du commerce international.
- The Economic Times (14/09/2010). *Business and Diplomacy working together:Indira Nooyi*, disponible sur le lien: [http://economictimes.indiatimes.com/opinion/policy/business-and-diplomacy-working-together-indra-nooyi/articleshow/6550213.cms\\_](http://economictimes.indiatimes.com/opinion/policy/business-and-diplomacy-working-together-indra-nooyi/articleshow/6550213.cms_).
- Wells, L. T. , Wint, A. G. (2000). Marketing a Country: Promotion as a Tool for Attracting Foreign Investment. *FIAS Occasional Paper*, No13, Washington: The International Finance Service and Multilateral Investment Guarantee Agency.
- UNCTAD, (2001). The World of Investment Promotion at a Glance: A Survey of Investment Promotion practices, ASIT Advisory Studies, No 17, Geneva: UNCTAD.
-