

sions sur la « mise en œuvre » et le traitement spécial et différencié ont engendré des attentes qui ne peuvent être comblées—; il vaut mieux dire toute la vérité là-dessus maintenant, a-t-on avancé, que d'attendre au dernier moment et de risquer ainsi de voir des espoirs excessifs provoquer l'échec du Cycle.

Une partie du travail devrait se faire au moyen de ministérielles, lesquelles constituent aujourd'hui en un sens le modèle d'impulsion des négociations commerciales, dans la mesure où elles permettent de maintenir l'élan politique sur les questions à l'étude entre les conférences ministérielles proprement dites. En outre, étant donné l'intégration des programmes internes et internationaux, il faut aussi, a-t-on soutenu, faire participer les responsables de haut rang des capitales aux négociations plutôt que de s'en remettre dans une large mesure aux ambassadeurs à l'OMC.

Selon un des points de vue exprimés, les conditions suffisantes et nécessaires de la remise en branle du Cycle sont les suivantes : des engagements touchant le processus, une « clause de paix relative à l'établissement de règles » (conformément à la proposition avancée par *The Economist*), la résurrection du texte Derbez, et une attitude franche et ouverte de la part de l'Union européenne et des États-Unis touchant la réduction des subventions à l'agriculture (au moins dans un sens exhortatif). Ces mesures, fait-on valoir, amélioreraient le climat.

Postface : la surprise de Genève

Contre toute attente, le Conseil général de l'OMC a pu établir le 31 juillet 2004, dans le délai qu'il s'était fixé, un cadre de négociation pour le Programme de Doha pour le développement (voir l'encadré 1 ci-dessous). Il nous paraît d'un grand intérêt empirique d'examiner cet accord, et la manière dont il a été conclu, en fonction des diverses prédictions de l'avenir du Cycle de Doha faites quelques mois plus tôt seulement et dont nous venons de rendre compte.

L'accord de juillet a eu pour effet principal de redonner aux négociations, pour ce qui concerne aussi bien leur contenu que leur climat psychologique, une impulsion dont elles avaient grand besoin. Un nouvel emballage, oui, mais pas un nouveau nom ni, pourrait-on soutenir, une nouvelle image. Et tout cela bien avant l'élection présidentielle américaine, le changement de la Commis-