

ORGANISATION MONDIALE DU COMMERCE

RESTRICTED

S/C/W/78

8 décembre 1998

(98-5007)

Conseil du commerce des services

Original: anglais

COMMUNICATION DES ÉTATS-UNIS

Services audiovisuels

La délégation des États-Unis a fait parvenir au Secrétariat la communication suivante qui a été distribuée de manière informelle le 25 juin 1998 aux membres du Conseil du commerce des services pour faciliter les discussions sur les services audiovisuels dans le cadre du programme d'échange de renseignements.

1. Introduction

La délégation américaine remercie le Secrétariat de l'OMC pour sa note instructive et constructive sur les services audiovisuels. Nos observations ont pour objet de compléter les travaux de base utiles décrits dans cette note en indiquant les domaines de ce secteur dans lesquels il serait bon d'effectuer d'autres travaux pour faire progresser les débats des membres du Conseil.

2. Le secteur audiovisuel regroupe des activités à la fois culturelles et commerciales

Les États-Unis pensent comme le Secrétariat que les services audiovisuels reflètent les particularités sociales et culturelles d'une nation et de son peuple, et reconnaissent eux aussi la grande importance sociale et politique de ces services comme moyens de divertissement et d'éducation, comme outils d'intégration nationale, et comme instrument pour présenter au reste du monde l'identité unique d'une nation.

Par ailleurs, le secteur audiovisuel présente certaines caractéristiques communes à plusieurs secteurs de services. À notre réunion d'aujourd'hui, par exemple, des notes ont été présentées sur les secteurs des services de distribution et de construction, qui soulignent le rôle important des services dans le renforcement de l'infrastructure économique nationale. En l'absence de ces services, un pays serait désavantagé, en termes de concurrence mondiale, pour l'exportation de ses biens et services.

Ayant participé à l'explosion des technologies de l'information au cours de la dernière décennie, les services audiovisuels contribuent également à stimuler le développement économique national, en servant à diffuser des informations et des idées et en encourageant les investissements dans l'infrastructure de pointe en matière de communications d'un pays.

En outre, la capacité de produire et de distribuer des produits audiovisuels, pour un public national et étranger, est liée à des considérations d'ordre commercial et réglementaire. Compte tenu des coûts et de la nature aléatoire du secteur audiovisuel, l'aspect commercial de cette activité artistique affectera inévitablement la production et la distribution des produits audiovisuels, très largement commercialisés au plan international.

3. Les règles commerciales sont suffisamment souples pour être appliquées à la fois aux aspects créatifs et aux aspects commerciaux du secteur audiovisuel

Comme l'indiquent les références à l'article IV de l'Accord général dans la note du Secrétariat, les règles commerciales s'appliquent aux films cinématographiques depuis la création du GATT en 1947 soit depuis plus d'un demi-siècle. Cependant, lorsque cela s'est avéré nécessaire, elles ont été adaptées aux particularités du secteur audiovisuel. Par exemple, alors que les règles du GATT s'appliquent en général aux films cinématographiques, une exception a été incluse dans l'article IV de l'Accord général. Compte tenu des difficultés des producteurs de films nationaux à trouver le temps de projection nécessaire à la diffusion de leurs films dans la période de l'après-guerre, l'article IV a autorisé le maintien des contingents à l'écran.

Aujourd'hui, à l'OMC, lorsque les États inscrivent dans leurs listes des engagements concernant les films cinématographiques, ou tout autre secteur de services, ils peuvent, s'ils le souhaitent, prendre des engagements partiels. Cela leur permet de maintenir les restrictions qu'ils jugent nécessaires pour favoriser le développement de leur secteur audiovisuel, tout en garantissant à leurs partenaires commerciaux que les obstacles ne s'en trouveront pas relevés.

En outre, sous sa forme actuelle, l'OMC n'empêche pas les États de continuer à accorder les fonds nécessaires aux systèmes existants de financement de la production cinématographique nationale, question importante dans de nombreux pays où le tournage de films nationaux dépend des aides publiques. Bien que l'OMC prévoie des négociations concernant l'élaboration de disciplines visant les subventions qui faussent le commerce, le contenu de ces dispositions est encore incertain.

4. Les nouvelles technologies mondialisent les possibilités et les problèmes qui se présentent aux fournisseurs de services audiovisuels

En raison des technologies employées dans le secteur audiovisuel, presque tous les coûts du tournage d'un film sont générés par la production des premières épreuves. Une fois que l'original est terminé, le coût des épreuves supplémentaires est relativement réduit en comparaison des coûts de production initiaux. Il est donc dans l'intérêt du producteur de films cinématographiques ou de programmes télévisuels de rechercher - au niveau national et à l'étranger - le marché le plus large possible afin de maximiser la rentabilité de cet investissement. Cela vaut aussi bien pour les producteurs de cinéma européens et australiens ou pour les producteurs de télévision canadiens et mexicains, ainsi que pour leurs homologues américains.

La révolution technologique a offert des possibilités de diffusion mondiales aux producteurs de cinéma et de télévision de tous les pays. À son tour, l'extension du système de diffusion multicanaux a engendré une demande explosive en ce qui concerne toute une gamme de produits. De nouveaux agents économiques importants sont apparus dans divers secteurs d'activité sur les marchés mondiaux. De grands investisseurs internationaux, brésiliens, mexicains, français et sud-africains, par exemple, se font concurrence au plan international pour la fourniture de réseaux de transmission par câble et par satellite et de services de programmation. Avec la construction de complexes multisalles, d'importants agents économiques d'Australie, du Royaume-Uni et de Hong Kong sont aussi apparus sur le marché.

Étant donné que les producteurs de films cinématographiques étrangers jouissent d'un succès croissant sur les marchés mondiaux, ils peuvent, eux aussi, s'attendre à rencontrer les problèmes auxquels le secteur américain du film cinématographique est continuellement confronté. On peut citer par exemple les problèmes rencontrés récemment par Polygram au Canada en matière de distribution cinématographique ou l'interdiction de participer à la concurrence sur un important marché d'exportation imposée à des professionnels du doublage d'un pays occidental.

Les règles de l'OMC visent à résoudre ces problèmes, mais, pour en faire des règles utiles dans le nouvel environnement technologique, les pays doivent comprendre comment elles s'appliquent à la vaste gamme des activités audiovisuelles et à d'autres projets à contenu culturel. C'est la seule manière d'instaurer une discipline multilatérale utile, garantissant à tous les pays qu'ils pourront tirer parti des possibilités d'exportation dont ils ont besoin pour disposer d'un secteur audiovisuel prospère. L'autre option consisterait en un ensemble de réglementations nationales différentes qui, de par leur nature, empêcheraient le secteur audiovisuel de bénéficier pleinement des avantages offerts par un marché mondial.

5. Prochaines étapes en ce qui concerne les services audiovisuels à l'OMC

La note du Secrétariat souligne que seul un petit nombre de pays a pris des engagements dans le secteur audiovisuel et que la plupart de ces engagements étaient de nature limitée (paragraphe 24 à 26). Nous nous préparons à engager une nouvelle série de négociations sur les services où les progrès technologiques ont accru à la fois les perspectives et les problèmes. Quels sont les travaux préparatoires que le Secrétariat pourrait effectuer pour que les services audiovisuels soient traités de manière constructive et utile dans les négociations à venir sur les services ?

- a) Approfondir les questions définies ci-dessus, pour voir comment appliquer utilement les règles commerciales à ce secteur tout en prévoyant une certaine "flexibilité". Par exemple, à l'heure actuelle, de nombreux pays ont recours à des subventions pour stimuler leur production nationale (paragraphe 19) et ils ont dit qu'ils craignaient que les règles commerciales n'empêchent le maintien de ces subventions.

La délégation des États-Unis est de l'avis que l'élaboration de disciplines commerciales applicables au secteur audiovisuel ne doit pas nécessairement entraîner la limitation des subventions publiques destinées à la production et à la distribution cinématographiques nationales, tant que ces subventions ne découlent pas de pratiques discriminatoires. C'est une question importante qui, à notre sens, mérite d'être examinée plus avant dans le cadre de l'OMC. L'établissement d'un groupe de travail chargé d'étudier cette question pourrait aider à faire en sorte que les règles applicables au commerce des services répondent à une question d'importance cruciale pour de nombreux groupements de production nationaux.

- b) La note du Secrétariat expose certains problèmes posés par la CPC (Classification centrale des produits) en ce qui concerne le secteur audiovisuel (paragraphe 3 à 6), en particulier celui de la frontière entre contenu et diffusion. Dans le passé, les États-Unis ont relevé que la CPC ne rendait pas totalement compte, ni de manière appropriée, des pratiques commerciales suivies dans un certain nombre de secteurs de services. On trouvera ci-après des exemples des problèmes de définition posés par la CPC en ce qui concerne le secteur audiovisuel.

- Les services de distribution de films cinématographiques et de bandes vidéo (CPC 9611) englobent "la vente ou la location de films ou de bandes vidéo à d'autres établissements à des fins récréatives ou pour diffusion à la télévision ou pour la vente ou la location à des tiers". La description de cette activité est gênante parce que, dans la pratique, les distributeurs de films cinématographiques et de bandes vidéo ne vendent ni ne louent les films dont ils détiennent les droits: ils octroient les licences correspondantes à d'autres. L'inexactitude de la CPC est révélatrice parce qu'elle touche à la manière même dont les distributeurs de films cinématographiques et de bandes vidéo agissent dans la réalité.
- Par ailleurs, si on lit attentivement la CPC, on peut se demander si elle couvre de manière adéquate la propriété et l'exploitation des installations de diffusion des films commerciaux. Le développement des complexes à salles multiples à travers le

monde, qui offrent aux producteurs cinématographiques davantage de possibilités de diffusion et aux spectateurs un plus grand choix de films, mérite d'être plus clairement inclus dans la gamme des activités audiovisuelles. De même, l'examen de cet aspect et d'autres questions de définition, par un groupe de travail, favoriserait la compréhension et l'applicabilité des disciplines commerciales au secteur audiovisuel.

- Les "services de projection de bandes vidéo", sous-secteur décrit dans la CPC est une activité considérée comme illégale dans la plupart, voire dans la totalité des pays, étant donné qu'en général il n'existe pas de licences pour les projections en public des bandes vidéo.
 - Le système de classification existant ne définit pas non plus clairement la propriété et l'exploitation des systèmes de diffusion par câble et des systèmes de transmission d'émissions de télévision par satellite, ni le service spécialisé du regroupement et de la vente de chaînes de programmation pour la diffusion par des systèmes multicanaux. De même, on ne sait pas très bien où établir la ligne de démarcation entre les services de diffusion et les systèmes de télécommunication télévisuels et radiophoniques par satellite, tels que ceux de la DTH et de la DBS (voir le paragraphe 5).
 - Finalement, la catégorie "Autres services" devrait faire l'objet d'une description générale, étant donné que rares sont les pays disposés à prendre des engagements dans le vide.
- c) En décrivant l'importance économique du secteur audiovisuel, la note du Secrétariat se concentre sur l'importance actuelle du secteur (paragraphe 7 à 16), mais accorde peu d'attention à la manière dont la situation économique pourrait changer à la suite de la convergence des technologies de l'information, des communications et de l'informatique. Un débat utile pourrait porter sur la manière dont les problèmes structurels du secteur audiovisuel cités par certains pays (paragraphe 18) pourraient être résolus grâce aux possibilités générées par les nouvelles technologies et soumis, à leur tour, par les règles commerciales de l'OMC.

6. Corrigendum. Nous aimerions signaler les inexactitudes suivantes en ce qui concerne le document S/C/W/40 :

Paragraphe 5:

Les États-Unis ne partagent pas l'avis du Secrétariat qui dit, au paragraphe 5, que l'"on admet généralement, en vertu d'un principe empirique, que les engagements visant des activités de programmation relèvent des services audiovisuels, tandis que ceux qui visent exclusivement la diffusion d'informations relèvent des services de télécommunication". La distinction faite entre ces deux secteurs dans le monde analogique n'est pas aussi facile à établir dans le monde numérique, où les transmissions d'informations sous forme numérique peuvent être assimilées au contenu numérisé lui-même. En fait, la note du Secrétariat indique qu'il est de plus en plus difficile de distinguer les communications du contenu numérique dans d'autres sections du document (voir les paragraphes 15 et 23).

Paragraphe 18:

La dernière phrase fait référence au "financement public de mesures d'aide aux productions nationales" pratiqué aux États-Unis. Depuis lors, les États-Unis n'accordent plus de fonds fédéraux aux productions de films et de vidéos dans le domaine de l'art. Auparavant, le National Endowment

for the Art (NEA) accordait de petites subventions pour les productions de films et de vidéos à but non lucratif (900 000 dollars EU pour l'exercice budgétaire biennal de 1995/96).

Paragraphe 20:

- Le paragraphe indique qu'en Inde l'importation de films étrangers est soumise à un contingentement annuel. Bien que, dans le passé, l'Inde avait mis en place une telle mesure, la limite quantitative concernant les importations de films étrangers a été supprimée au milieu de 1992.
- La dernière phrase du paragraphe 20 indique que "dans de nombreux pays, l'accès aux marchés des films étrangers est officiellement soumis à un contingentement annuel". À notre connaissance, il n'y a que deux pays qui imposent actuellement des contingents à l'importation de films étrangers.

Paragraphe 30:

La dernière phrase du paragraphe indique qu'aucun accord n'a été conclu en ce qui concerne les propositions d'exclure le cinéma et la diffusion radiophonique et télévisuelle de l'Accord ou de les exempter de certaines disciplines en raison de leur spécificité culturelle. Il est entendu, cependant, qu'en l'absence d'un tel accord, les disciplines du GATT s'appliquent au secteur de l'audiovisuel comme à tous les autres secteurs de services (à l'exception des droits de transport aérien).

Note de bas de page n° 28:

Il est erroné d'inclure les États-Unis parmi les nations ayant inscrit des exemptions NPF dans le secteur audiovisuel. Les États-Unis n'ont inscrit aucune exemption NPF dans le secteur audiovisuel.
