

# Vers des règles américaines en matière de commerce électronique?

Volume 7, numéro 10, décembre 2014

## Résumé analytique

Les États-Unis ont amorcé trois importants processus de négociation (TPP, TISA et TTIP) qui traitent de questions similaires avec différents partenaires. Le commerce électronique est l'un des enjeux de ces négociations, et les États-Unis y portent une attention particulière vu l'importance des enjeux économiques mais aussi culturels et politiques. Quelle est la position des États-Unis dans ce dossier, et quelle stratégie ont-ils adoptée ? La première section de cette chronique revient sur ces deux questions.

En second lieu, le Parlement européen a adopté à la fin novembre une résolution dont la finalité est de séparer le moteur de recherche de Google des autres activités commerciales de l'entreprise californienne. La résolution n'engage pas Bruxelles, mais les députés européens désirent ainsi faire connaître leur préoccupation sur l'importance de favoriser un environnement concurrentiel sur l'Internet.

## Contenu

Vers des règles américaines en matière de commerce électronique? .....	2
Le bras de fer se poursuit entre les autorités européennes et Google .....	12
Études économiques et articles connexes ce mois-ci.....	14

## Vers des règles américaines en matière de commerce électronique?

L'insertion dans les accords commerciaux de dispositions sur le commerce électronique s'inscrit dans le contexte du débat sur la relation entre la culture et le commerce qui oppose notamment la France et les États-Unis depuis la fin de la Deuxième Guerre mondiale.

Déjà, à la fin de la Deuxième Guerre mondiale, l'Europe souhaite se protéger de la multitude de films américains produits durant la guerre et qui n'ont pas été diffusés en Europe durant le conflit. Dans le souffle des diverses négociations internationales visant alors à favoriser la relance des économies européennes, le GATT de 1947 prévoit un article qui traite de l'industrie du cinéma. « When the national treatment obligations under GATT 1947 were drafted, certain countries considered the tariffs were ineffective in protecting domestic film industries and that quotas were required. » (Voon, 2007) L'article IV du GATT 1947 prévoit ainsi la possibilité pour un État d'imposer des quotas de diffusion pour encourager les productions nationales : « Si une partie contractante établit ou maintient une réglementation quantitative intérieure sur les films cinématographiques impressionnés, cette réglementation prendra la forme de contingents à l'écran conformes aux conditions suivantes... » (OMC, 2014a) Voilà le ferment d'un débat qui se poursuit près de soixante-dix ans plus tard.

### L'Uruguay Round et le GATS

C'est donc dès l'origine du GATT que se dessine l'opposition entre l'Europe et les États-Unis sur la question de la libéralisation du marché de l'audiovisuel. Malgré certaines dissensions internes et des intérêts qui ne sont pas toujours convergents, les Membres de l'Union européenne (alors la Commission économique européenne) s'entendent pour défendre l'exception culturelle dans le cadre des négociations du cycle d'Uruguay. Le concept *d'exception culturelle* propose que les produits culturels ne sont pas des marchandises comme les autres.

À ce titre, l'Union européenne a comme objectif d'introduire dans le texte du futur traité une exception générale pour les produits et services culturels. L'Union européenne fait de cet enjeu un élément central de sa négociation : sans exception culturelle, aucune négociation n'aurait lieu sur la libéralisation du marché de l'audiovisuel. Les États-Unis ont pour leur part vu l'importance économique des industries culturelles devenir cruciale et souhaitent mettre fin à la possibilité pour leurs partenaires d'imposer des quotas sur les produits étrangers, le plus souvent d'ailleurs sur les produits américains étant donné la domination de ceux-ci dans le domaine.

La collision est ainsi inévitable. La proposition européenne ne saurait satisfaire les Américains qui souhaitent la libéralisation la plus complète possible du secteur. Accepter une exception générale constituerait pour eux un pas vers l'arrière par rapport au statu quo.

Le différend entre l'Union européenne et les États-Unis entraîne finalement l'abandon pur et simple d'une annexe GATS concernant les services audiovisuels. L'audiovisuel est donc évacué du débat et les pays signataires de l'Accord de Marrakech le 15 avril 1994 savent bien qu'ils n'ont traversé qu'un chapitre de l'histoire. Il n'y aura donc pas d'annexe sur les services audiovisuels, mais les négociations dans le cadre plus large des services sont fructueuses et les Parties accouchent de *l'Accord général sur le commerce des services* (AGCS ou GATS en anglais).

Aucune disposition générale n'exclut le secteur de l'audiovisuel de l'application de l'accord. Par la nature universelle de sa couverture, la culture est soumise à son application. Seules les listes d'exceptions soustraient l'industrie du cinéma à l'application des principes de traitement national et d'accès aux marchés. Il existe également une disposition qui peut être utilisée par les États pour se soustraire au principe de la nation la plus favorisée.

Le mécanisme des cycles de négociation successifs fait en sorte que la culture est à l'abri des principes du GATS pour une période indéterminée. La dynamique du processus est d'ailleurs inscrite comme moyen d'atteindre une plus grande libéralisation. Le préambule du GATS soutient ainsi que les États membres sont : « *Désireux* d'obtenir sans tarder une élévation progressive des niveaux de libéralisation du commerce des services par des séries de négociations multilatérales successives visant à promouvoir les intérêts de tous les participants sur une base d'avantages mutuels et à assurer un équilibre global des droits et des obligations, compte dûment tenu des objectifs de politique nationale... » (OMC, 2014a)

Il n'y a pas de terme prévu à ces négociations : « Conformément aux objectifs du présent accord, les Membres engageront des séries de négociations successives, qui commenceront cinq ans au plus tard après la date d'entrée en vigueur de l'Accord sur l'OMC et auront lieu périodiquement par la suite, en vue d'élever progressivement le niveau de libéralisation. » (OMC, 2014a)

Au sein même des accords du GATT et du GATS, le traitement des produits culturels n'est pas strictement défini. La définition de produits culturels étant particulièrement difficile à circonscrire, il n'est pas toujours clair s'il s'agit de produits ou de services. Le débat entre la France et les États-Unis sur l'industrie cinématographique se manifeste également dans la difficulté à venir à une définition et une classification des produits culturels au sein de l'OMC.

La situation se complexifie d'année en année avec le développement de technologies qui offrent de nouvelles façons de transmettre les produits culturels. Cependant, il semble que les instances de l'OMC tendent vers la division du *contenu* et du *contenant*. Outre la difficulté à savoir si un produit culturel relève du GATT ou du GATS, il est difficile d'établir au sein même du GATS si un service culturel est qualifié dans la catégorie *audiovisuel* ou la catégorie *télécommunications*.

Le désordre actuel au sein de l'OMC et le développement rapide de nouveaux moyens de transmission des contenus culturels font en sorte qu'il devient très difficile de mesurer quelle sera la protection effective des outils mis en place par les États pour protéger leur industrie culturelle au cours des prochaines années. Rappelons également que lorsque furent lancées les négociations de l'Uruguay Round, l'Internet n'en était qu'à ses premiers balbutiements. On

ne trouvera donc pas de dispositions au GATS qui tiendront compte de la croissance du commerce électronique.

Le refus américain d'intégrer au GATS une disposition d'exception générale pour le secteur de la culture a mené à une bien mince libéralisation de celui-ci au terme des négociations du cycle d'Uruguay. À peine quelques pays ont décidé d'emprunter la voie de la libéralisation.

Le fait que l'audiovisuel n'ait pas été l'objet d'une entente spécifique au cours des négociations du GATS a été perçu comme une victoire en France. Toutefois, comme nous l'avons vu, le résultat n'était en fait que partie remise.

### **La croissance du commerce électronique**

Le maintien du statu quo peut se révéler fragile lors des futures négociations. Comme le différend sur la question entre Américains et Français ne trouve pas de solution, les Américains développent alors une stratégie axée sur la libéralisation du commerce électronique. La fabuleuse croissance de l'utilisation de l'Internet procure une nouvelle opportunité pour les États-Unis. Leur objectif est de profiter de l'absence de dispositions sur le commerce électronique pour développer un chapitre intégré aux futures ententes commerciales qui assurera l'accès sans restriction des produits culturels américains chez leurs partenaires commerciaux. L'architecture de l'Internet, qui rend difficile le contrôle des comportements des usagers, jointe à la numérisation des produits culturels

Les transactions liées au commerce électronique ne cessent de croître depuis les quinze dernières années. De 2004 à 2010, les transactions autres que financières sont passées de 9 % à 14 % du total dans l'Union européenne et de 10 % à 16 % aux États-Unis. Le commerce électronique demeure dominé par le *Business to Business* (B2B), qui représente 90 % des transactions, mais le *Business to Consumers* (B2C) est le segment qui a connu la plus forte croissance, particulièrement grâce aux téléphones intelligents et aux applications mobiles qui représentent de nouvelles plateformes contribuant à cette croissance. (OCDE, 2013a)

Les ventes au détail liées au commerce électronique aux États-Unis sont passées de moins de 6 milliards de dollars par trimestre en 1999 à plus de 75 milliards de dollars au début de 2014. De 2005 à 2014, elles sont passées de 2,3 % du total des ventes au détail aux États-Unis à 6,4 % en 2014. (U.S. Census Bureau News, 2014)

La croissance du commerce électronique est intimement liée à celle du nombre d'abonnés aux divers services de communication. Alors que les abonnements à la téléphonie fixe continuent de décroître, le taux moyen d'abonnement à l'accès mobile à l'Internet est passé de 23,1 % en 2009 à 56,6 % en 2012. (OCDE, 2013a) Les revenus liés aux services de données croissent très rapidement dans la plupart des pays de l'OCDE et le transport de données est maintenant la source majeure de croissance des opérateurs de réseaux.

Alors que les revenus mondiaux de la musique enregistrée sont passés de 28 milliards de \$ en 2003 à 15 milliards de \$ en 2013, les ventes de produits numériques comptent aujourd'hui pour 60 % des ventes aux États-Unis et elles ont augmenté de 13,3 % en Europe, faisant de 2013 la première année d'augmentation de l'ensemble des revenus depuis 2001. (IFPI 2014)

L'augmentation de la part des ventes en ligne par rapport au total des revenus de l'industrie de la musique (excluant les revenus tirés des performances devant public) est exponentielle.

Les entreprises des industries créatives ont maintenant à l'œil les transformations qui surviennent dans les pays autres que les grands marchés traditionnels. On y trouve une population très importante qui n'a souvent pas eu accès à des infrastructures de distribution bien établies. La croissance des revenus est liée à celle du téléphone portable, à l'investissement dans des entreprises de production locales et à l'acquisition de répertoires nationaux. Outre les dix marchés les plus importants, quinze marchés ont vu une croissance des revenus de l'industrie de la musique en 2013 : l'Argentine, l'Amérique centrale, le Chili, la Colombie, le Danemark, la Grèce, l'Islande, les Pays-Bas, la Norvège, le Paraguay, le Pérou, la Russie, la Suède, Taiwan et le Venezuela. Certains d'entre eux ont perçu une importante croissance des revenus numériques, allant même jusqu'à 149 % d'augmentation au Pérou. Il n'en demeure pas moins que le marché mondial de la musique demeure concentré dans cinq pays (États-Unis, Japon, Royaume-Uni, Allemagne et France) qui représentent à eux seuls les trois quarts des ventes de musique à travers le monde. (IFPI 2014)

Dès 2010, 90 % de la planète était couverte par un réseau mobile. De 2005 à 2011, le nombre d'abonnements à l'accès mobile a presque triplé pour atteindre 6 milliards d'abonnements à travers le monde. Un peu plus du tiers de ces abonnements étaient situés dans les pays en développement en 2000 alors que l'OCDE estime que 76,6 % des abonnements à l'accès mobile sont aujourd'hui situés dans les pays en développement. (OCDE, 2013b) Il s'agit cependant de connexions au service de base et beaucoup de chemin reste à parcourir du côté de l'accès aux connexions à haute vitesse qui sont souvent nécessaires pour transiger sous forme électronique. Ce qui semble clair pour la croissance du commerce électronique dans les pays en développement est que la production de contenus locaux et le développement des infrastructures de télécommunications sont interdépendants, se nourrissent l'une et l'autre. Le commerce électronique constitue ainsi une nouvelle opportunité de premier plan pour la croissance économique des pays en développement. Les gouvernements de ces États doivent être particulièrement attentifs à l'environnement qui permettra à l'innovation d'éclore sur leur territoire. Une part importante du rôle qu'ils ont à jouer réside dans les politiques qu'ils mettront en place chez eux, mais également dans quelles conditions ils participeront au commerce électronique mondial qui deviendra un élément clé de leur croissance économique. Ces conditions sont notamment définies par les accords commerciaux qu'ils signent avec d'autres États et qui balisent la question du commerce électronique.

Parallèlement, les préoccupations liées aux impacts du commerce électronique sur la diversité culturelle touchent particulièrement le traitement qui lui est réservé dans les ententes commerciales entre les États. Une partie importante du commerce électronique est constituée de l'achat et la vente de produits culturels. D'importantes questions de définition des produits et services culturels demeurent à être résolues et l'encadrement du commerce électronique demeure très variable d'une entente à l'autre.

## Le Programme de travail de l'OMC

Comme nous l'avons vu, le GATS ne contient pas de chapitre spécifique sur le commerce électronique. Ce n'est qu'en 1998 que le Conseil général de l'OMC a lancé le *Programme de travail sur le commerce électronique* visant à répondre à l'importance grandissante du commerce électronique par Internet dans les échanges commerciaux mondiaux. La Déclaration de 1998 prévoit la création d'un programme de travail qui examinera tous les aspects du commerce électronique liés au commerce et la présentation d'un rapport à la troisième Conférence ministérielle. La Déclaration de 1998 inclue également un moratoire qui spécifie que : « members will continue their current practice of not imposing customs duties on electronic transmission. » (OMC, 2014b)

Le Programme de travail s'est poursuivi après la troisième séance de la Conférence ministérielle tenue à Seattle en 1999. À la quatrième séance à Doha en 2001, les ministres se sont entendus pour maintenir le programme de travail et pour étendre le moratoire sur les droits de douane. Ils ont donné instruction au Conseil général de présenter un rapport sur les progrès réalisés sur cette question lors de la rencontre à Cancun en 2003.

Le programme de travail a permis l'étude des enjeux du commerce électronique par le Conseil du commerce des services, le Conseil du commerce des marchandises, le Conseil des ADPIC et le Comité du commerce et du développement. Un certain nombre de notes sur les enjeux ont été produites par le secrétariat de l'OMC et plusieurs États membres ont soumis des documents présentant leur réflexion.

Suite à la déclaration de Doha (2001), le Conseil général a commencé à tenir des discussions sur les enjeux transversaux, c'est-à-dire les sujets qui peuvent avoir un impact sur plusieurs accords commerciaux multilatéraux, y compris le commerce électronique. On a alors discuté de la classification du contenu de certaines transmissions électroniques, des enjeux liés au développement, des implications fiscales, de la relation (et du possible effet de substitution) entre le commerce électronique et les formes traditionnelles de commerce, de l'imposition de droits de douane sur les transmissions électroniques, de concurrence, de juridiction et d'enjeux légaux. Les participants à ces discussions ont conclu que l'examen des enjeux transversaux n'était pas complété et que plus de travail était nécessaire pour clarifier ces enjeux. (OMC, 2014c)

Ces discussions, tenues durant les années 2000, n'ont toutefois pas permis d'en arriver à un consensus sur la manière de traiter le commerce électronique à l'OMC. La Conférence ministérielle de 2009 s'est montrée particulièrement préoccupée « par le fait que l'examen des questions relevant du Programme de travail n'est pas encore achevé ». (OMC, 2014c) La Conférence donnait alors pour instruction au Conseil général de procéder à des examens périodiques de l'avancement du Programme de travail à ses prochaines réunions de travail. On retrouve sensiblement les mêmes préoccupations aux rencontres de 2011 et 2013, mais certains États tentent de faire avancer les travaux sur diverses questions, dont celle de la fracture numérique.

Un travail de base progresse ainsi à l'OMC, mais les enjeux les plus sensibles ne font pas l'objet d'un consensus qui permettrait l'adoption d'une approche commune face au traitement du commerce électronique. Le processus multilatéral sur cette question apparaît comme étant en

panne et les États qui souhaitent l'ouverture des marchés du commerce électronique, particulièrement les États-Unis, s'activent dans d'autres forums.

### La stratégie des États-Unis

Les États-Unis se sont résolument tournés vers la libéralisation des échanges commerciaux en matière de commerce électronique, particulièrement pour ce qui touche ce qu'ils appellent les produits numériques, qui sont définis comme étant des formes numériques de programmes, textes, vidéos, images, enregistrements sonores ou autres produits, peu importe s'ils se trouvent sur un médium physique ou s'ils sont transmis électroniquement. L'objectif des États-Unis semble être d'introduire dans les accords commerciaux une nouvelle norme concernant le commerce électronique qui viserait l'application aux produits numériques des principes de traitement national, de la nation la plus favorisée et de l'accès aux marchés. Ces dispositions sont cependant soumises aux listes d'exceptions prévues dans l'accord. Les États-Unis ont jusqu'à maintenant conclu 11 accords commerciaux qui prévoient ces dispositions : Australie (2005), Bahreïn (2006), Amérique centrale et République dominicaine (2006), Chili (2004), Singapour (2004), Colombie (2012), Corée (2012), Maroc (2006), Oman (2009), Panama (2012) et Pérou (2009).

Bernier (2004) estime que la stratégie liée aux biens et services culturels développée par le gouvernement américain au début des années 2000 présente les quatre caractéristiques suivantes :

- l'adoption d'une approche négative pour ce qui est des engagements de libéralisation;
- le maintien des mécanismes de financement de la culture;
- le renoncement aux demandes traditionnelles visant l'élimination des exigences de contenus locaux et d'autres barrières commerciales dans le secteur de l'audiovisuel pour ce qui est des technologies traditionnelles;
- l'engagement des États à ce que les réseaux numériques demeurent exempts de protectionnisme culturel.

Les chapitres sur le commerce électronique des accords signés par les États-Unis comportent certaines différences d'un accord à l'autre, mais on y trouve les éléments communs suivants, qui semblent ainsi constituer le cœur de la volonté américaine de libéralisation des échanges en ce domaine :

- Un engagement à ne pas imposer de droits de douane sur les produits numériques ;
- Les mesures touchant l'offre de services transmis ou exécutés par voie électronique sont soumises aux obligations contenues dans les chapitres sur le commerce transfrontalier des services, les investissements et les services financiers et sont sujettes aux exceptions prévues à ces chapitres ;
- Traitement NPF : « un traitement non moins favorable que celui qu'il[s] accorde[nt] aux services similaires et fournisseurs de services similaires de tout autre pays ».
- Traitement national : « un Membre est tenu d'accorder aux services et fournisseurs de services étrangers un traitement non moins favorable que celui qu'il accorde à ses propres services similaires et à ses propres fournisseurs de services similaires. »
- Traitement non discriminatoire de produits numériques similaires à d'autres produits numériques :



- sur la base du lieu de création, de production, de publication, d'entreposage, de transmission, de commande ou de première offre;
- sur la base de la nationalité de l'auteur, de l'exécutant, du producteur, du développeur ou du distributeur;
- en accordant une protection à ses produits nationaux.
- Traitement non discriminatoire des produits numériques :
  - créés, de produits, publiés, entreposés, transmis, commandés ou offerts une première fois sur le territoire de l'autre Partie face à des produits numériques créés, de produits, publiés, entreposés, transmis, commandés ou offerts une première fois sur son territoire ou celui d'un autre État non-partie;
  - dont l'auteur, l'exécutant, le producteur, le développeur ou le distributeur est une personne de l'autre Partie face à des produits numériques dont l'auteur, l'exécutant, le producteur, le développeur ou le distributeur est une personne d'un autre État non-partie;

Les produits numériques sont définis comme étant : « the digitally encoded form of computer programs, text, video, images, sound recordings, and other products, regardless of whether they are fixed on a carrier medium or transmitted electronically » (Art. 16.8 : 4)

### **Des dispositions de protection bien minces pour les partenaires des États-Unis**

Une fois que ces normes sont inscrites dans l'accord, elles doivent cependant se soumettre aux listes d'exceptions que l'on retrouve en annexe. C'est là que les différences apparaissent entre les accords. Ainsi, l'accord conclu avec l'Australie inclut les dispositions sur les produits numériques, mais prévoit que rien dans ses dispositions n'empêche une Partie d'adopter ou de maintenir des mesures, incluant des mesures dans les secteurs de l'audiovisuel et de la diffusion en accord avec les exceptions à l'accord. (Art. 16.4 : 4) Les exceptions australiennes touchent notamment des quotas de contenu local pour la diffusion télévisée et radiophonique, la propriété des licences de diffusion de télévision et de journaux par des étrangers et la possibilité d'ententes de coproduction. Ces dispositions visent essentiellement ce qu'on peut appeler « l'ancien monde » de la diffusion de contenus culturels. Une disposition des exceptions se distingue cependant en ce qu'elle vise plutôt le « nouveau monde », en lien avec le commerce électronique. Elle prévoit que le gouvernement australien pourrait adopter des mesures pour s'assurer que les consommateurs australiens ne se voient pas leur accès à des contenus locaux limité de façon déraisonnable dans l'offre des services interactifs de vidéo et d'audio. Notons que le libellé de la disposition est négatif, le gouvernement devant démontrer que le contenu local est « unreasonably denied » plutôt que de s'assurer d'une présence jugée suffisante de celui-ci.

Il n'en demeure pas moins que l'Australie a tenu à inclure une disposition, qui fait écho aux débats qui ont cours sur son territoire, sur l'opportunité de libéraliser le commerce des biens et services culturels. Si le gouvernement australien a réussi à maintenir dans l'entente les niveaux de contenu local pour les moyens traditionnels de consommation des biens et services culturels, il s'est également engagé à ne pas les augmenter. En contrepartie, l'ouverture aux « produits numériques » transmis par l'Internet n'est balisée que par une exception qui laisse place à



d'intéressants débats sur ce qui constitue un « accès contraint de manière déraisonnable » aux productions australiennes.

Malgré tout, le fruit de la négociation sur la culture entre l'Australie et les États-Unis assure au milieu culturel du premier une protection nettement plus importante que celle négociée par les autres partenaires des États-Unis dans leurs négociations commerciales bilatérales. Il ne s'agit pas d'une surprise lorsque l'on sait que le gouvernement australien agit depuis de nombreuses années pour soutenir activement le développement des industries culturelles. Plusieurs autres partenaires aux négociations bilatérales avec les États-Unis n'ont pas ou peu développé de politiques visant à soutenir leur industrie culturelle. Rappelons que le cœur des ententes demeure le même, mais chaque partenaire à la négociation a inscrit une liste différente d'exceptions liées à la culture.

Bernier (2004) note que, d'une manière générale, l'étendue des exceptions culturelles dans les différents accords dépend du rapport de force entre les Parties à la négociation. Bernier (2004) faisait à l'époque référence aux accords conclus avec le Chili, Singapour, l'Australie, l'Amérique centrale et la République dominicaine (CAFTA) et le Maroc. Depuis lors, six autres ententes contenant un chapitre sur le commerce électronique ont été conclues par les États-Unis et deux d'entre elles présentent une exception similaire à celle sur les services audio et vidéo interactifs introduite dans l'accord avec l'Australie.

On trouve dans l'accord avec la Colombie une exception basée sur le texte de l'exception australienne, mais la possibilité d'adopter des mesures pour s'assurer que le contenu culturel colombien n'est pas « unreasonably denied » auprès de la population colombienne est davantage encadrée. Pour adopter une telle mesure, le gouvernement colombien doit donner avis à l'autre Partie au moins 90 jours avant l'adoption d'une mesure. L'autre Partie peut requérir une consultation et le gouvernement colombien ne peut adopter la mesure que si :

- l'autre Partie admet que le contenu audiovisuel colombien n'est pas facilement disponible aux consommateurs colombiens et que la mesure proposée est basée sur des critères objectifs et a le moins d'impact possible sur le commerce;
- la Colombie assure que la mesure serait appliquée seulement sur un service offert en Colombie par une compagnie établie en Colombie;
- la Colombie et l'autre Partie s'entendent sur une compensation dans le secteur des services interactifs d'audio et de vidéo.

Ces balises entourant le processus d'adoption de mesures spécifiques pour s'assurer d'une présence culturelle colombienne sur les réseaux interactifs semblent tellement restrictives qu'il nous apparaît difficile de voir dans quelles circonstances une mesure pourrait être adoptée, d'autant plus que la Colombie devra offrir une compensation pour le faire.

La seconde entente a présenté une exception visant à favoriser la présence du contenu local sur les réseaux interactifs est celle survenue entre la Corée et les États-Unis. L'exception est ici moins balisée que celle de la Colombie, en ce sens qu'on n'encadre pas la capacité d'adopter une mesure au processus prévu dans l'entente Colombie-US, mais l'adoption d'une mesure est tout de même soumise au chapitre de l'entente sur la transparence, qui prévoit un avis, une consultation et la possibilité pour une Partie d'un recours à un tribunal administratif, quasi judiciaire ou judiciaire.

Les États-Unis agissent donc dans un cadre stratégique qui est bien celui identifié par Bernier en 2004. Ils ne contestent pas les mécanismes nationaux de financement de la culture; ils renoncent aux demandes traditionnelles d'éliminations d'exigences sur les contenus locaux pour ce qui est des technologies traditionnelles et visent l'engagement à ce que les réseaux numériques restent exempts de mesures protectionnistes. Le compromis fait dans l'entente avec l'Australie, qui se retrouve sous une forme rapprochée dans les ententes avec la Colombie et la Corée, apparaît comme une mince consolation offerte à leurs partenaires pour ménager une entrée sûre aux produits culturels américains sur ces territoires.

### Une stratégie par paliers

La stratégie américaine semble se décliner « par paliers » : l'USTR négocie une série d'ententes bilatérales où l'on trouve les dispositions souhaitées sur le commerce électronique, lesquelles servent ensuite de base dans les forums plurilatéraux. Cinq États sur les douze États Parties au Partenariat transpacifique (TPP en anglais) ont déjà une entente sur le commerce électronique. La domination américaine en la matière fait en sorte que ces pays n'encourent à peu près pas de coûts à étendre les dispositions sur le commerce électronique à d'autres États.

Le Canada, qui a jusqu'à maintenant exclu les industries culturelles de ses ententes commerciales, se retrouve isolé sur la question dans les négociations du Partenariat transpacifique. On peut d'ailleurs observer un glissement de la position canadienne sur cette question vers le vocabulaire introduit par les États-Unis. Alors que l'entente Canada-Union européenne se limite à reprendre le libellé du consensus de l'OMC sur les « transmissions électroniques », deux ententes récentes signées par le gouvernement canadien (Panama et Corée) introduisent le « produit numérique » défini comme étant un programme d'ordinateur, une vidéo, un texte, une image, un enregistrement sonore ou d'autres produits encodés numériquement, une définition proche de celle formulée par les États-Unis.

Singulièrement, la Corée a tenu à inscrire dans l'accord avec le Canada une exception sur les services audio et vidéo interactifs similaire à celle qui se trouve dans l'accord avec les États-Unis, bien qu'une exception générale visant les industries culturelles s'applique aux deux Parties. Cette exception soulève des questions sur l'interprétation des Parties quant à la définition canadienne des industries culturelles. Inclut-elle les contenus culturels transmis par les nouvelles technologies?

La stratégie par paliers s'inscrit également dans les négociations du *Trade in Service Agreement* (TISA) : huit des 23 pays participants ont déjà une entente sur les produits numériques. On ne peut encore augurer du résultat des négociations du Partenariat transpacifique (TPP), mais si les visées américaines quant au commerce électronique sont satisfaites dans cet accord, il est fort possible que l'Union européenne se retrouve isolée dans son désir d'exclure les services audiovisuels du TISA. En effet, en ajoutant les États du TPP, 12 États sur 23 auraient signé au préalable une entente sur le commerce électronique. Les négociations du Partenariat transatlantique (TTIP en anglais) à ce sujet deviennent alors soumises au règlement des ententes qui pourraient être conclues plus tôt dans d'autres forums.

La multiplicité des négociations en cours à travers le monde en vue d'établir des règles sur des questions identiques nous fait remarquer qu'une stratégie cohérente établie sur la base de forums formés sur invitation peut permettre d'atteindre des objectifs jugés comme étant impossibles dans le processus multilatéral. L'Étape suivante serait évidemment que les dispositions sur le commerce électronique soient incluses dans les accords de l'OMC et que tous les États membres y soient assujettis.

La direction que prend le débat sur le contenu du chapitre sur le commerce électronique remet en question les limites à la libéralisation des échanges qu'ont établies de nombreux États lors des négociations qui ont mené au GATS. Ceux-ci jugeaient alors essentiel de protéger leurs industries culturelles de la domination par les États-Unis. Ils ont alors trouvé des moyens de favoriser les productions locales, mais ces moyens sont aujourd'hui obsolètes, et ce même sans entente commerciale, du fait de la liberté de circulation que permet l'Internet. Les règles américaines sur le commerce électronique ne font que cristalliser l'incapacité actuelle des États à diriger les consommateurs vers des productions locales. Par ces ententes, les États renoncent à d'éventuelles technologies qui pourraient être développées afin de favoriser la croissance de leur culture nationale.

Finalement, les négociations sur le commerce électronique constituent un pari sur l'avenir. Contrairement aux négociations commerciales traditionnelles où les gains et pertes de différents secteurs d'activité économique peuvent être évalués, le marché des *produits culturels* numériques est naissant et il est impossible de connaître aujourd'hui la valeur des concessions que font les États qui signent une entente à cet égard. C'est le rôle dans lequel tout négociateur aime sûrement se retrouver, celui où les coûts actuels pour les Parties adverses sont presque nuls ou encore très difficiles à évaluer, alors que les bénéfices potentiels pour son « client » sont énormes.

En somme, l'opportunité qu'offre l'Internet de consolider l'accès aux marchés traditionnels des grands producteurs de produits culturels tout en favorisant l'ouverture de nouveaux marchés bouleverse considérablement le fragile équilibre entre le commerce et la culture qui s'était établi à la suite du cycle de l'Uruguay. En faisant de la liberté commerciale un principe fondamental des échanges culturels, les États-Unis sont en voie de rompre avec la concession accordée à l'Europe en 1947 lors des négociations du GATT.

### Sources

Accord commercial Australie-États-Unis.

En ligne : <http://www.ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/australian-fta/final-text>

Bernier, Ivan. 2004. *The recent free trade agreements of the united states as illustration of their new strategy regarding the audiovisual sector*. En ligne : [http://www.diversite-culturelle.gc.ca/fileadmin/documents/pdf/conf\\_seoul\\_ang\\_2004.pdf](http://www.diversite-culturelle.gc.ca/fileadmin/documents/pdf/conf_seoul_ang_2004.pdf)

IFPI. 2014. *IFPI Digital Music Report*. IFPI, 46 p. En ligne : <http://www.ifpi.org/downloads/Digital-Music-Report-2014.pdf>

OCDE. 2013a. *Electronic and Mobile Commerce*. OECD Digital Economy Paper No. 228, 41 p. En ligne : [http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/electronic-and-mobile-commerce\\_5k437p2gxw6g-en](http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/electronic-and-mobile-commerce_5k437p2gxw6g-en)

OMC. 2014a. *Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce* (GATT de 1947).

OMC, 2014b. *Work continues on issues needing clarification.*

En ligne : [http://www.wto.org/french/tratop\\_f/ecom\\_f/ecom\\_briefnote\\_f.htm](http://www.wto.org/french/tratop_f/ecom_f/ecom_briefnote_f.htm)

OMC. 2014 c. *Le commerce électronique.*

En ligne : [http://www.wto.org/french/tratop\\_f/ecom\\_f/ecom\\_briefnote\\_f.htm](http://www.wto.org/french/tratop_f/ecom_f/ecom_briefnote_f.htm)

U.S. Census Bureau News. 2014. *Quarterly Retail E-Commerce Sales.*

En ligne : [https://www.census.gov/retail/ecommerce/historic\\_releases.html](https://www.census.gov/retail/ecommerce/historic_releases.html)

Voon, Tania. 2007. *Cultural Products and the World Trade Organization.* Cambridge University Press, Cambridge.

## Le bras de fer se poursuit entre les autorités européennes et Google

Sans détenir le pouvoir de légiférer pour la mettre en œuvre, le Parlement européen a voté la semaine dernière en faveur d'une résolution visant le démantèlement de Google. Les parlementaires de Strasbourg ont voté en faveur de cette résolution à 438 contre 173. Le texte adopté ne mentionne pas explicitement Google, mais la cible ne fait pas de doute. Il est proposé de séparer le moteur de recherche d'une entreprise de ses autres services commerciaux. La résolution non contraignante du Parlement européen cherche à attirer sur cette question l'attention de la Commission européenne, qui détient le pouvoir législatif en Europe.

*« Nous voulons donner un signal fort à la Commission européenne, mais aussi à des entreprises américaines, comme Google, et enfin au citoyen »*

- *Marc Tarabella, député socialiste belge au Parlement européen*

Il ne s'agit pas de la première escarmouche entre les autorités européennes et l'entreprise de Mountain View. Dès 2010, la Commission européenne avait ouvert une enquête sur Google pour « abus de position dominante ». Le problème identifié avec le mode de fonctionnement de Google est notamment le référencement de ses propres produits dans les résultats de recherche au détriment de sites Internet concurrents.

Il ne s'agit pas de la première escarmouche entre les autorités européennes et l'entreprise de Mountain View. Dès 2010, la Commission européenne avait ouvert une enquête sur Google pour « abus de position dominante ». Le problème identifié avec le mode de fonctionnement de Google est notamment le référencement de ses propres produits dans les résultats de recherche au détriment de sites Internet concurrents.

La résolution relève que « le marché de la recherche en ligne est tout particulièrement important pour assurer des conditions concurrentielles au sein du marché unique numérique ». Le Parlement européen invite la Commission à « prévenir tout abus dans la commercialisation de services interconnectés par les exploitants des moteurs de recherche », soulignant l'importance d'une recherche en ligne non discriminatoire. « L'indexation, l'évaluation, la présentation et le classement par les moteurs de recherche doivent être objectifs et transparents », font observer les députés.

Étant donné le rôle joué par les moteurs de recherche dans la commercialisation « des informations obtenues en vue d'une exploitation secondaire » et la nécessité d'appliquer les règles européennes de la concurrence, les députés appellent par ailleurs la Commission à « envisager de présenter des propositions visant à séparer les moteurs de recherche des autres services commerciaux » à long terme.

Les députés ont également réitéré leur attachement à la neutralité d'Internet et appellent la Commission à « jouer un rôle moteur dans la promotion de normes et spécifications internationales sous-tendant des services d'informatique en nuage », afin qu'ils respectent la vie privée, soient fiables, accessibles, hautement interopérables, sûrs et efficaces d'un point de vue énergétique.

*« Alors que le nouveau Parlement européen et la commission européenne amorcent leurs travaux, nous espérons que vous étudierez attentivement les effets que de telles politiques peuvent avoir sur notre capacité à travailler ensemble pour assurer notre croissance commune, par exemple à l'aide du Partenariat transatlantique. »*

Les leaders des Comités du Congrès américain sur le commerce ont exprimé au Président du Parlement européen leur inquiétude face à cette résolution et fait valoir qu'une telle résolution pouvait nuire aux négociations commerciales en cours entre les deux partenaires.

- *Dave Camp et Ron Wyden, Présidents du Comité des Voies et Moyens et du Comité sénatorial des Finances*

### Sources

Inside U.S. Trade. *Trade Committee Leaders Warn Of TTIP Fallout From EU Digital Resolution*. 28 novembre 2014.

Le Monde. *Le Parlement européen discute d'une résolution appelant à démanteler Google*. 26 novembre 2014. En ligne : [http://www.lemonde.fr/pixels/article/2014/11/26/le-parlement-europeen-discute-d-une-resolution-appelant-a-demanteler-google\\_4529758\\_4408996.html](http://www.lemonde.fr/pixels/article/2014/11/26/le-parlement-europeen-discute-d-une-resolution-appelant-a-demanteler-google_4529758_4408996.html)

Parlement européen. *Les députés se penchent sur les moteurs de recherche et les nuages informatiques*. 27 novembre 2014. En ligne : [http://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/expert/infopress/20141125IPR80501/20141125IPR80501\\_fr.pdf](http://www.europarl.europa.eu/pdfs/news/expert/infopress/20141125IPR80501/20141125IPR80501_fr.pdf)

## Études économiques et articles connexes ce mois-ci.

Commission européenne. Opening the windows: Commission commits to enhanced transparency in TTIP. 25 novembre 2014. En ligne :

<http://trade.ec.europa.eu/doclib/press/index.cfm?id=1205>

Draper Peter et Salim Ismail. *Sitting on the sidelines: How will mega-regionals affect African LDCs?* International Center for Trade and Sustainable Development, 1<sup>er</sup> décembre 2014.

En ligne : <http://www.ictsd.org/bridges-news/bridges-africa/news/sitting-on-the-sidelines-how-will-mega-regionals-affect-african>

Fergusson Ian F. et coll. *The Trans-Pacific Partnership (TPP) Negotiations and Issues for Congress*. Congressional Research Service, 7 novembre 2014. En ligne :

<http://fpc.state.gov/documents/organization/234354.pdf>

O'Neil, Shannon K. *NAFTA at Twenty*. Council on Foreign Relations. 6 novembre 2014. En ligne :

<http://www.cfr.org/north-america/nafta-twenty/p33747>

The Economist. *Should digital monopolies be broken up?* 29 novembre 2014. En ligne :

<http://www.economist.com/news/leaders/21635000-european-moves-against-google-are-about-protecting-companies-not-consumers-should-digital>

World Politics Review. *China, South Korea Conclude FTA as Regional Deals Stall*. 26 novembre 2014. En ligne : <http://www.worldpoliticsreview.com/trend-lines/14541/china-south-korea-conclude-fta-as-regional-deals-stall>

## Direction

**Christian Deblock**, professeur titulaire au département de science politique de l'UQAM et directeur de recherche du CEIM.

## Rédaction

**Guy-Philippe Wells**, chercheur associé au CEIM.

## Abonnez-vous

[À la liste de diffusion](#) 

[Au fil RSS](#) 

## Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation

### Adresse civique :

UQAM, 400, rue Sainte-Catherine Est  
Pavillon Hubert-Aquin, bureau A-1560  
Montréal (Québec) H2L 2C5 CANADA

### Adresse postale :

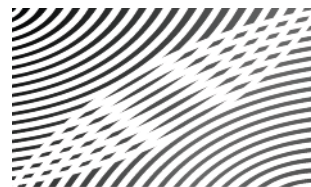
Université du Québec à Montréal  
Case postale 8888, succ. Centre-Ville  
Montréal (Québec) H3C 3P8 CANADA

Téléphone : 514 987-3000, poste 3910

Télécopieur : 514 987-0397

Courriel : [ceim@uqam.ca](mailto:ceim@uqam.ca)

Site web : [www.ceim.uqam.ca](http://www.ceim.uqam.ca)



CEIM