



Conseil général
Conseil du commerce des marchandises
Conseil du commerce des services
Conseil des aspects des droits de propriété
intellectuelle qui touchent au commerce
Comité du commerce et du développement

Original: anglais

PROGRAMME DE TRAVAIL SUR LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE

L'"INTRUSION" DU CYBERESPACE DANS L'ESPACE PHYSIQUE ÉTUDES DE CAS: L'IMPRESSION 3D ET L'ÉCONOMIE DE PARTAGE

*Note informelle présentée par le Territoire douanier distinct
de Taiwan, Penghu, Kinmen et Matsu*

La note informelle ci-après, datée du 15 février 2018, est distribuée à la demande de la délégation du Territoire douanier distinct de Taiwan, Penghu, Kinmen et Matsu.

1 INTRODUCTION

1.1. Depuis la réunion ministérielle de l'OMC de 1998, les Membres sont convenus de maintenir temporairement la pratique consistant à ne pas imposer de droits de douane sur les transmissions électroniques, décision qui a été renouvelée lors des Conférences ministérielles suivantes. Le 20 décembre 2016, le Secrétariat a distribué un rapport (JOB/GC/114) qui examine les implications budgétaires du moratoire concernant les transmissions électroniques, en mettant l'accent sur les biens numérisables, qui incluent les films cinématographiques, les livres, les journaux et les magazines, d'autres imprimés, les jeux vidéo, les logiciels, les disques de musique, les bandes et les autres supports pour l'enregistrement du son ou pour enregistrements analogues, et les autres supports enregistrés.

1.2. Les résultats de cette étude de l'OMC montrent que la part des biens numérisables dans le commerce total de marchandises des pays tant développés qu'en développement est inférieure à 1%; le taux NPF moyen sur les biens numérisables était de 6,7% en 2014, soit un quart seulement de moins qu'en 2000; et les recettes fiscales tirées de ces biens sont, selon les estimations, minimales, s'élevant en moyenne à 0,25% des recettes douanières totales en 2014.

1.3. L'étude susmentionnée admet cependant aussi une lacune majeure des renseignements recueillis – à savoir qu'ils ne rendent pas compte du volume du commerce des biens numérisables qui relève déjà du commerce électronique.

2 LES ÉVOLUTIONS INOBSERVÉES DES CARACTÉRISTIQUES DU COMMERCE

2.1. En réalité, la plupart des biens numérisables font déjà l'objet d'échanges en ligne, ce qui est la principale raison pour laquelle leur part dans le commerce total apparaît dans le rapport de l'OMC si faible qu'elle fait dire que l'incidence fiscale du moratoire sur les droits de douane frappant les transmissions électroniques serait limitée. De plus, l'analyse de l'OMC n'a pas tenu compte de l'effet de déplacement des activités, de l'espace physique au cyberspace (comme dans le cas de l'impression 3D), ou des entreprises organisées à des particuliers travaillant à temps

partiel (comme dans le cas de l'*économie de partage*), ou encore des entreprises locales traçables aux entreprises sur papier intraçables enregistrées dans des paradis fiscaux.

2.2. Une caractéristique majeure du nouveau commerce électronique est que, du fait de sa nature numérique, nombre des transactions échappent aux contrôles qui s'opèrent normalement via des mesures à la frontière.

2.3. Dans le cas du commerce de marchandises par exemple, l'avènement de l'*impression 3D* fait qu'il est possible d'envoyer électroniquement un modèle numérique d'un pays à un autre situé n'importe où dans le monde, permettant ainsi de "fabriquer localement" les produits physiques dans le "pays consommateur" à partir de ce modèle sur une imprimante 3D. Ces types de marchandises seront considérés comme des "produits locaux". Les règles du GATT, conçues pour traiter des mesures à la frontière, ne peuvent s'appliquer entièrement à ces nouveaux types de commerce et de fabrication.

2.4. En ce qui concerne le commerce des services, si un touriste étranger utilise un service de mise en relation en ligne pour réserver une chambre privée dans son pays de destination et qu'il paye le fournisseur du service par carte de crédit étrangère, le gouvernement local du pays de destination ne peut pas retracer la transaction et de ce fait ne peut pas la réglementer. Aucune taxe ne sera non plus acquittée. Les règles de l'AGCS ne peuvent s'appliquer pleinement à de telles situations.

2.5. Il serait urgent à notre avis que les Membres de l'OMC entreprennent d'examiner les problèmes posés par ces nouvelles technologies et caractéristiques du commerce électronique. Nous illustrons ci-après nos propos par deux études de cas.

3 ÉTUDE DE CAS N° 1: IMPRESSION 3D

3.1. L'impression 3D est une technologie émergente qui permet de créer des objets solides tridimensionnels à partir de fichiers de modèles numériques en ajoutant des couches successives de matière. L'impression 3D permet de créer des produits très complexes; la gamme de produits s'élargit constamment à mesure que progressent les sciences des matériaux. Ces technologies sont largement utilisées dans un nombre important de secteurs, dont l'électronique, les pièces détachées pour véhicules à moteur, les pièces détachées à usage médical et dentaire, les machines industrielles et l'industrie aérospatiale. Le recours à l'impression 3D se généralise aussi rapidement dans les chaînes d'approvisionnement de produits manufacturés qu'elle est en train de transformer de même que le commerce international. D'après une étude du *Forum économique mondial de 2015*, c'est en 2025 que les produits issus de l'impression 3D devraient réellement franchir une étape importante.

3.2. L'impression 3D est en train de changer la localisation de la production, les objets qui sont commercialisés et les acteurs intervenant dans la production et le commerce. De plus, ce procédé fait intervenir de nombreuses tâches de services, à savoir la conception et le transfert de fichiers de modèles numériques. Le procédé de fabrication peut être déplacé vers le marché de consommation final, et les transferts de données pourraient remplacer certaines activités physiques qui font actuellement partie de la chaîne de valeur ajoutée. Ainsi, on peut s'attendre à une augmentation du commerce de services et à une diminution du commerce de biens manufacturés. L'impression 3D modifie radicalement certains aspects fondamentaux du commerce international traditionnel. Prenons l'exemple d'un produit comme une table, qui devait auparavant traverser physiquement des frontières. L'impression 3D modifie ce mode de commerce en combinant 1) l'importation possible des encres d'impression (matières premières) et l'importation (une fois) de la machine, 2) l'"impression" locale (fabrication) de la table et 3) le transfert international du modèle numérique.

3.3. Dans le modèle commercial traditionnel, un producteur fabrique des biens physiques et les expédie vers le pays importateur. Ce dernier peut prélever un droit de douane et d'autres taxes sur les marchandises à la frontière. Comme les produits traversent physiquement la frontière, les services des douanes peuvent facilement prélever le droit et la taxe sur la valeur ajoutée (TVA), etc. sur les importations.

3.4. Toutefois, il n'en va pas de même lorsque la production a lieu par le biais de l'impression 3D. Supposons que cette impression ait lieu sur le marché de consommation. La figure 1 ci-dessous montre comment un vendeur/concepteur détenteur de modèles d'impression 3D dans un paradis fiscal peut facilement éviter certaines taxes. Après avoir reçu la commande d'un client via Internet, le vendeur/concepteur peut transmettre numériquement le modèle (protégé par des DPI) à un producteur local qui fabrique ensuite le produit final en utilisant une imprimante 3D et l'expédie localement vers le consommateur. Le point clé est que l'impression 3D scinde le processus commercial traditionnel en une transmission numérique (du modèle) et une production locale (impression) de l'objet.

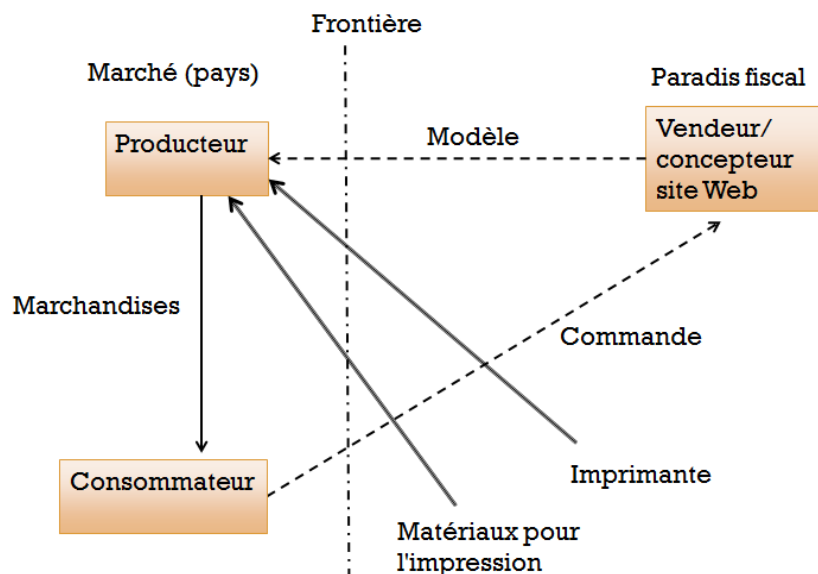
3.5. Si le vendeur/concepteur étranger s'enregistre fiscalement auprès du gouvernement, l'administration fiscale de l'État peut le soumettre, ainsi que le producteur local, à la TVA. Par contre, dans le cas d'un vendeur étranger non enregistré, l'administration fiscale a du mal à retracer l'ensemble de la transaction et à déterminer la valeur de la transaction sur laquelle il conviendrait de prélever la TVA.

3.6. Étant donné que la transmission d'un modèle numérique est en franchise de droits selon la Déclaration ministérielle de l'OMC de 1998 sur le commerce électronique mondial ainsi que les Décisions ministérielles suivantes, cette séparation technologique semble offrir une possibilité d'éviter les taxes. De plus, l'impression 3D représente un changement au niveau des intrants nécessaires qui ne sont plus des biens intermédiaires mais des matières premières, telles que l'"encre" d'impression. Et comme les droits de douane sur les biens intermédiaires et les biens finis sont en général plus élevés que sur les matières premières, le passage à l'impression 3D se traduira là aussi par une réduction des recettes fiscales totales.

3.7. Si la combinaison de la technologie d'impression 3D et de l'environnement numérique réduit le champ du commerce physique, celui du commerce réalisé dans le cyberspace va pour sa part augmenter. Les problèmes d'érosion fiscale qu'entraîne cette évolution représenteront un défi majeur pour de nombreux Membres, en particulier les pays en développement Membres dont les droits de douane représentent une grande partie des recettes fiscales totales.

3.8. Il y a aussi des problèmes de réglementation. Si le produit imprimé localement ne fonctionne pas, où doivent s'adresser les acheteurs pour obtenir une indemnisation ou des services de réparation – à l'imprimeur local ou à l'entreprise étrangère à l'origine du modèle? Dans l'exemple de l'impression 3D, si le produit (par exemple un jouet pour enfant) cause un préjudice à l'enfant, quelle sera l'entreprise responsable en dernière analyse des dommages éventuellement importants – l'imprimeur local ou le détenteur du modèle? Étant donné que la responsabilité de produit est dans de nombreux pays strictement appliquée, allons-nous permettre à ces nouveaux modèles d'entreprise de contourner le principe rigoureux de la responsabilité?

Figure 1 Modèle de production par impression 3D avec commerce électronique



4 ÉTUDE DE CAS N° 2: L'ÉCONOMIE DE PARTAGE

4.1. L'économie de partage est un autre modèle commercial potentiellement important dans l'économie numérique, qui se caractérise fondamentalement par le partage de biens et services. Les progrès de la technologie ont réduit les coûts des transactions, accru la disponibilité de l'information et renforcé la fiabilité et la sécurité pour les consommateurs. Ces dernières années, on a vu apparaître de nombreuses applications de partage novatrices qui utilisent différents modèles d'entreprise et mettent l'accent sur tel ou tel service ou produit, comme l'hébergement ou la voiture.

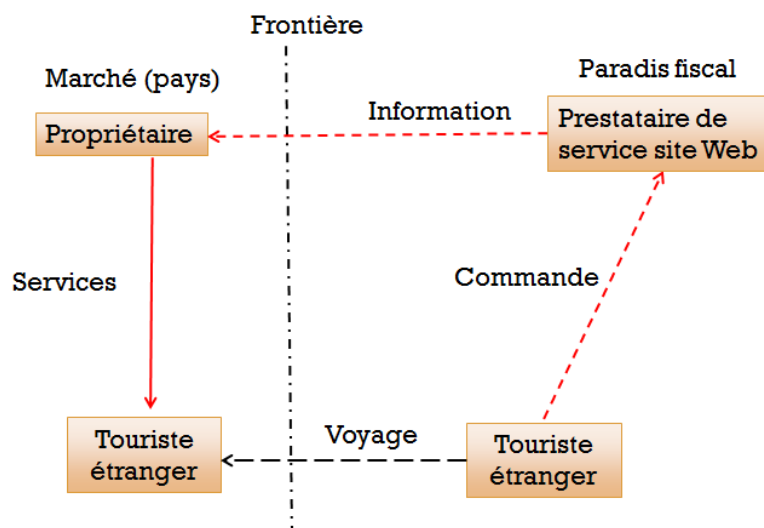
4.2. Il convient de noter que la plupart des personnes qui participent à ce type de transactions ne le font pas dans le but principal d'en faire leur gagne-pain mais dans celui de servir une cause qui leur tient à cœur ou simplement pour "joindre les deux bouts". Comme le revenu additionnel est un bénéfice net, souvent sans analyse quantitative approfondie préalable des coûts-avantages, les prestataires amateurs ont tendance à partager les ressources dont ils disposent à un prix inférieur à celui que des professionnels auraient facturé, ce qui exerce une pression à la baisse sur les prix, y compris pour les professionnels. Avec le temps, comme certaines plates-formes attirent un nombre important de particuliers, elles deviennent le point d'accès privilégié des clients via le marché en ligne et peuvent potentiellement créer une concurrence sérieuse pour les applications traditionnelles exploitées par des professionnels qui doivent alors encore réduire leur marge bénéficiaire.

4.3. Prenons l'exemple du service de mise en relation dans le secteur de l'hébergement. Il s'agit là d'une plate-forme qui met en correspondance des hôtes (les vendeurs de chambres/logements) avec des voyageurs (les clients potentiels) via un site Web. Le prestataire du service de mise en relation en ligne permet moyennant certains frais l'exécution d'une transaction entre les deux entités sans être directement propriétaire du bien.

4.4. Traditionnellement, la consommation à l'étranger des touristes étrangers se rendant dans un pays était considérée comme relevant de la "fourniture suivant le mode 2" en vertu de l'AGCS de l'OMC, et les touristes devaient trouver un hébergement local pour la durée de leur séjour. Ils réservaient en général une chambre dans un hôtel local qu'ils payaient directement. L'administration fiscale pouvait alors facilement percevoir les recettes fiscales découlant de cette activité auprès des hôtels (qui sont pratiquement tous des sociétés enregistrées).

4.5. Maintenant, grâce aux services de mise en relation en ligne (voir la figure 2 ci-après), le touriste étranger peut trouver un vendeur local privé et être hébergé pour moins cher. Il doit payer son logement par carte de crédit directement au prestataire du service en ligne et non au propriétaire local du logement. Il est de ce fait très difficile pour les autorités réglementaires de retracer la transaction ou le paiement, qui ont lieu à l'étranger, et il est pratiquement impossible de taxer ou de réglementer ce type de transaction.

Figure 2 Touristes étrangers utilisant le service de mise en relation en ligne



4.6. Comme on pouvait s'y attendre, ce type de service de mise en relation en ligne est de plus en plus populaire et les hôtels locaux devront faire face à une concurrence accrue des vendeurs privés proposant des chambres à des prix inférieurs. Les ventes et les bénéfices totaux des services hôteliers traditionnels seront globalement réduits et les recettes fiscales totales diminueront également.

4.7. Outre la question fiscale, il y a aussi des problèmes de réglementation découlant de ce modèle d'entreprise basé sur l'"économie de partage". Les hôtels traditionnels sont en général soumis à différents types de contrôle (sortie de secours, contrôles de sécurité, du milieu, de l'hygiène, de la sécurité sanitaire des aliments, etc.) alors qu'il n'en existe aucun pour les privés qui proposent un service sur une base occasionnelle. L'avantage de coût dont bénéficie ce service résulte donc peut-être en partie du fait qu'il échappe à nombre des réglementations. Le problème fondamental qui se pose ici est que ce nouveau modèle d'entreprise modifie la structure traditionnelle du commerce de façon telle qu'il remet en cause nombre des réglementations intérieures existantes, dont la fiscalité n'est qu'un aspect.

5 CONCLUSION

5.1. L'OMC s'est rarement penchée sur les questions de fiscalité. La pratique actuelle risque de n'être plus appropriée ou faisable à mesure que de nouvelles formes de plus en plus nombreuses de commerce électronique et numérique apparaissent. Nous suggérons donc aux Membres d'engager une réflexion sur cette question importante.

5.2. Dans le cas de l'impression 3D et du commerce de marchandises correspondant, la conséquence est qu'il faut changer le lieu de production. Les Membres de l'OMC pourraient réfléchir à la possibilité d'exiger la localisation de l'imprimante 3D. Cela signifierait que le nouveau site de production, correspondant à l'emplacement de l'imprimante 3D, devra s'enregistrer auprès du gouvernement local. La responsabilité des fabricants serait ainsi au moins couverte par des réglementations et certaines taxes pourraient être prélevées.

5.3. Quant aux services de mise en relation, les Membres de l'OMC souhaiteront peut-être réfléchir à la possibilité d'exiger, lorsque le volume du service dans un pays atteint un certain seuil, que l'enregistrement local soit obligatoire, sans possibilité de déroger aux réglementations locales. L'avantage en termes de coût des nouveaux modèles de service pourrait être fondé sur les avantages réels et non sur l'économie réalisée en contournant les réglementations.

5.4. Si l'OMC décide de ne pas se pencher sur les problèmes posés par ces nouvelles caractéristiques du commerce électronique, les autorités continueront d'éprouver des difficultés croissantes à percevoir des droits de douane et des taxes intérieures et à mettre en œuvre les réglementations requises, notamment en matière de responsabilité. En conséquence, le commerce électronique pourrait bénéficier de coûts inférieurs et offrir des prix plus bas que le commerce traditionnel de biens et de services. Ce traitement réglementaire asymétrique créera un environnement commercial caractérisé par une concurrence déloyale entre les nouveaux modèles de commerce et les modèles traditionnels. De plus, ce problème particulier des pratiques commerciales déloyales ne peut être entièrement réglé par les règles actuelles du GATT et de l'AGCS. Nous suggérons donc à l'OMC de faire face à cette situation et de la traiter à titre d'urgence, avant que la concurrence commerciale internationale ne devienne "une course au moins-disant".
