

**ÉCHANGES INTERNATIONAUX D'UNE
SÉLECTION DE BIENS ET SERVICES
CULTURELS, 1994-2003**

Définir et évaluer le flux du commerce culturel mondial

**Institut de statistique de l'UNESCO
Secteur de la Culture de l'UNESCO**



Institut de statistique de l'UNESCO, Montréal, 2005

L'UNESCO

L'acte constitutif de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) a été adopté par 20 pays lors de la Conférence de Londres en novembre 1945. Il est entré en vigueur le 4 novembre 1946. L'Organisation compte actuellement 191 membres et six membres associés.

La vocation première de l'UNESCO est de contribuer au maintien de la paix et de la sécurité dans le monde en resserrant la collaboration entre les nations par l'éducation, la science, la culture et la communication afin de promouvoir le respect universel de la justice, du droit, des droits de l'homme et des libertés fondamentales pour tous, sans distinction de race, de sexe, de langue ni de religion, que la Charte des Nations Unies reconnaît à tous les peuples.

L'UNESCO a cinq fonctions principales inscrites dans son mandat : 1) des études prospectives sur l'éducation, la science, la culture et la communication pour le monde de demain ; 2) le progrès, le transfert et le partage des connaissances par des activités de recherche, de formation et d'enseignement ; 3) des actions normatives en vue de la présentation et de l'adoption d'instruments internationaux et de recommandations réglementaires ; 4) l'expertise par le biais de la coopération technique avec les États membres, en faveur de leurs projets et politiques de développement ; et 5) l'échange d'informations spécialisées.

L'UNESCO est basée à Paris, France.

L'Institut de statistique de l'UNESCO

L'Institut de statistique de l'UNESCO (ISU) est le bureau de statistique de l'UNESCO chargé de rassembler, pour le compte des Nations Unies, des statistiques mondiales dans les domaines de l'éducation, de la science et la technologie, et de la culture et la communication.

L'ISU a été créé en 1999, avec la mission d'améliorer le programme de statistique de l'UNESCO ainsi que d'élaborer et de mettre à la disposition de la communauté internationale des statistiques actualisées, précises et pertinentes permettant d'orienter ses décisions dans un environnement politique, économique et social de plus en plus complexe et changeant.

L'ISU est situé à Montréal, Canada.

Institut de statistique de l'UNESCO
C. P. 6128, Succursale Centre-Ville
Montréal (Québec) H3C 3J7
Canada

Téléphone : (514) 343-6880
Télécopieur : (514) 343-6882
Courriel : publications@uis.unesco.org
<http://www.uis.unesco.org>

ISBN 92-9189-025-1

©UNESCO-ISU 2005

Conception de la couverture : JCNicholls Design - www.oglethorpe.ca
Réf. : UIS/AP/05-01

Remerciements

La réalisation de cette publication a été le fruit d'un effort conjoint entre l'Institut de statistique de l'UNESCO (ISU), la Division des arts et de l'entreprise culturelle de l'UNESCO (ACE), et la Division des politiques culturelles et du dialogue interculturel de l'UNESCO (CPD).

Sous la direction de Denise Lievesley, Directrice de l'ISU, de Milagros del Corral, Directrice de l'ACE, et de Katérina Stenou, Directrice de la CPD, Lydia Deloumeaux, responsable de ce projet de l'ISU, a préparé et coordonné cette publication avec le soutien de Guiomar Alonso Cano de l'ACE. Melika Medici et Aitor Mate de l'ACE ont également grandement contribué à la réalisation de ce rapport.

Ce rapport se fonde sur des données extraites de la base de données statistiques sur le commerce de produits Comtrade des Nations Unies. L'ISU et l'UNESCO remercient d'autres organisations internationales qui ont fourni des renseignements et des statistiques supplémentaires, notamment l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et la Banque mondiale, ainsi que d'autres institutions spécialisées.

L'ISU et l'ACE désirent exprimer leur gratitude envers Moe Chiba (CPD), Véronique Guèvremont (CPD), Laurence Mayer-Robitaille (CPD) et Mélanie Smuga (ISU) pour leur participation à la préparation de ce rapport.

Des remerciements spéciaux vont à S. Venkatraman (ISU), qui a contribué à l'édition et aux commentaires. Nous remercions également Ivan Bernier (consultant), Lluís Bonet (consultant), Michael Bruneforth (ISU), Olivier Labé (ISU), Joscelyn Magdeleine (OMC), Diane Stukel (ISU) et Bertrand Tchatchoua (ISU), qui ont fourni de précieux commentaires et suggestions. Katja Frostell a coordonné la production de ce rapport à l'impression.

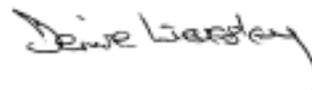
Avant-propos

Ce rapport représente un effort de collaboration entre l'Institut de statistique de l'UNESCO (ISU) et le Secteur de la Culture de l'UNESCO. Il examine le commerce transfrontalier d'une sélection de biens culturels et, pour la première fois, le commerce d'une sélection de services culturels. Basé sur le *Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles*, il adopte une nouvelle façon de mesurer les échanges de produits culturels en distinguant les biens et services culturels « de base » des biens « connexes ». Ce faisant, il tente d'aborder certaines des lacunes des données statistiques exposées dans des études antérieures de l'UNESCO, qui dressaient un tableau du commerce de matériel culturel (radios et téléviseurs, instruments de musique, matériel audiovisuel, etc.), mais révélaient très peu les véritables échanges de biens culturels de « contenu ».

Ainsi, le présent rapport constitue un pas en avant en ce qu'il dépeint un portrait global de la nature et de la direction des échanges internationaux de produits culturels. Toutefois, le manque de données disponibles, notamment en ce qui concerne les services culturels, jumelé à la nature très complexe des produits culturels, n'offre qu'une vue partielle de la réalité. Les échanges transfrontaliers de biens culturels et la fourniture transfrontalière de services culturels tels que les reflète la balance des paiements apparaissent vraisemblablement comme la pointe de l'iceberg du phénomène beaucoup plus vaste des échanges commerciaux culturels portant des implications économiques, culturelles et politiques d'envergure. Nous espérons que ce rapport favorisera une meilleure compréhension de ce domaine.



Mounir Bouchenaki
Sous-directeur général
Secteur de la Culture



Denise Lievesley
Directrice, Institut de
statistique de l'UNESCO

Table des matières

Sommaire	9
1. Introduction	11
2. Approche méthodologique	13
2.1. Nouvelle méthodologie.....	13
2.2. Description des données utilisées.....	16
2.3. Questions méthodologiques.....	17
2.3.1. Limitations des données disponibles sur le commerce	17
2.3.2. Limitations attribuables à la nature spéciale des produits culturels	18
3. Évolution et tendances du commerce international de biens culturels	19
3.1. Aperçu	19
3.2. Commerce par région et zones économiques	21
3.3. Commerce selon le niveau de revenu	23
3.3.1. Principales tendances	24
3.3.2. Évaluation de la balance du commerce culturel.....	25
3.3.3. Identification de certains pays déclarants.....	27
3.4. Origine et destination de biens culturels : cinq études de cas	29
3.5. Composantes du commerce.....	36
3.5.1. Biens du patrimoine	37
3.5.2. Médias imprimés.....	37
3.5.3. Médias enregistrés	38
3.5.4. Arts visuels	41
3.5.5. Médias audiovisuels.....	42
4. Mesure du commerce international de services culturels	46
4.1 Services audiovisuels et connexes	46
4.2 Autres services culturels.....	49
Références	52
Notes techniques	54
Annexes	56
Annexe I : Tableaux statistiques	56
Annexe II : Glossaire	84
Annexe III : Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles.....	86
Annexe IV : Cartes	87
A. Pays inclus dans le rapport.....	87
B. Pays selon le niveau de revenu	88

Annexe V : Liste des produits utilisés dans ce rapport.....	89
A. Liste des codes utilisés pour les services culturels (EBOPS, CPC).....	89
B. Liste des codes utilisés pour les biens culturels avec le Système harmonisé (SH) et la Classification Type pour le Commerce International, Révision 3 (CTCI REV. 3).....	91
Annexe VI : Composition des régions et des regroupements économiques	95
A. Zones géographiques.....	95
B. Zones économiques.....	97

Liste des figures

Figure 1 : Composition des produits culturels.....	14
Figure 2 : Exportations de biens culturels de base en millions \$ US, 2002.....	20
Figure 3 : Importations de biens culturels de base en millions \$ US, 2002.....	20
Figure 4 : Exportations de biens culturels de base par région, 2002.....	21
Figure 5 : Importations de biens culturels de base par région, 2002.....	22
Figure 6 : Marchés du divertissement et des médias selon la région (en millions \$ US), 2003.....	23
Figure 7 : Evolution des exportations totales de produits culturels de base, 1994-2002	24
Figure 8 : Evolution des importations totales de produits culturels de base, 1994-2002.....	25
Figure 9 : Taux de couverture du commerce des biens culturels de base selon le niveau de revenu, 1994-2002.....	26
Figure 10 : Exportations de biens culturels de base classées selon le niveau de revenu, 2002.....	27
Figure 11 : Importations de biens culturels de base classées selon le niveau de revenu, 2002.....	28
Figure 12 : Partenaires commerciaux d'exportation de biens culturels de base des États-Unis, 2003	29
Figure 13 : Partenaires commerciaux d'importation de biens culturels de base des États-Unis, 2003	30
Figure 14 : Partenaires commerciaux d'exportation de biens culturels de base de la Chine, 2003	31
Figure 15 : Partenaires commerciaux d'importation de biens culturels de base de la Chine, 2003.....	31
Figure 16 : Partenaires commerciaux d'exportation de biens culturels de base d'Afrique du Sud, 2003.....	32
Figure 17 : Partenaires commerciaux d'importation de biens culturels de base d'Afrique du Sud, 2003.....	33
Figure 18 : Partenaires commerciaux d'exportation de biens culturels de base du Brésil, 2003	34
Figure 19 : Partenaires commerciaux d'importation de biens culturels de base du Brésil, 2003.....	34
Figure 20 : Partenaires commerciaux d'exportation de biens culturels de base de l'Égypte, 2002	35
Figure 21 : Partenaires commerciaux d'importation de biens culturels de base de l'Égypte, 2002.....	36
Figure 22 : Origine du répertoire exprimée en pourcentage de la valeur du marché, 2002	39
Figure 23 : Nombre de films produits en Inde et aux États-Unis, 1999-2003.....	44
Figure 24 : Exportations de services audiovisuels et connexes pour certains pays sélectionnés, 2002.....	46
Figure 25 : Origine des films de long métrage en première sortie en salle pour certains pays sélectionnés, 2000-2002	47
Figure 26 : Estimations des échanges de programmes audiovisuels (télévisés seulement) entre l'Union européenne et l'Amérique du Nord, 1995-2000.....	48
Figure 27 : Revenus de droits d'auteur enregistrés par région, 2002	51

Liste des tableaux

Tableau 1 :	Commerce de biens culturels de base, 1994-2002	36
Tableau 2 :	Commerce de biens culturels connexes, 1994-2002	45
Tableau 3 :	Échanges d'une sélection détaillée de services culturels, 2001-2002.....	50

Liste des boîtes

Boîte 1 :	Biens et services traités dans ce rapport	15
Boîte 2 :	Flux internationaux de produits artisanaux.....	16
Boîte 3 :	Marchés mondiaux des industries culturelles et créatives.....	23
Boîte 4 :	Le secteur de la musique : le marché des médias enregistrés	39
Boîte 5 :	Saisir la valeur d'actifs incorporels : le cas des droits d'auteur de la musique jamaïcaine.....	40
Boîte 6 :	Le rôle majeur de l'Inde dans l'industrie cinématographique.....	44
Boîte 7 :	Flux des biens culturels connexes	45
Boîte 8 :	Contenu audiovisuel – Évaluation du flux des échanges des films de long métrage.....	47
Boîte 9 :	Contenu audiovisuel – Commerce d'émissions diffusées.....	48
Boîte 10 :	Recettes recueillies par les sociétés de gestion de droits d'auteur.....	51

Sommaire

Dans le monde d'aujourd'hui, la musique, les livres, l'artisanat, les films et de nombreux autres produits et services culturels traversent les frontières internationales et créent ainsi un portrait complexe des flux du commerce culturel. On estime que les industries culturelles et créatives comptent à elles seules pour au-delà de 7 % du produit intérieur brut (PIB) mondial.

Le présent rapport soulève des questions méthodologiques relativement à la mesure des flux du commerce de biens et services culturels. En raison de la nature spéciale des produits culturels, il est nécessaire de disposer non seulement de données améliorées des douanes et de la balance des paiements mais également d'autres types de données. Qui plus est, il faut des données supplémentaires pour mesurer les échanges de produits culturels avec précision. Sur ce plan, la désignation et la définition de produits culturels dans le système de classification international seraient d'une grande valeur.

Le présent rapport fournit une analyse du flux du commerce de biens et services culturels entre 1994 et 2003. Les données utilisées dans ce rapport tirent leurs origines des douanes et de la balance des paiements exprimées en dollars US courants. Même si ces données peuvent s'avérer imparfaites, elles donnent pourtant une certaine indication des tendances et de la répartition du commerce mondial des biens et services culturels. Une nouvelle approche méthodologique orientée sur la notion de contenu culturel a servi de fondement au présent rapport. Sur la base de cette notion, le noyau de l'analyse centre son attention sur les produits de contenu culturel, tels que les livres, les statuettes ou les longs métrages, et offre une courte analyse des produits reliés à l'équipement ou au matériel, tels que les CD vierges ou les téléviseurs. En outre, une analyse de données relatives aux services, comparables sur une base transnationale, a été insérée.

Les données douanières révèlent que le commerce de biens culturels a fortement progressé au cours des dix dernières années, bondissant de 38,3 milliards \$ US en 1994 à 59,2 milliards \$ US en 2002. Toutefois, en 2002, ce marché se limitait à un nombre restreint de pays qui jouissent d'une économie à revenu élevé et apparaissent encore comme les plus grands producteurs et consommateurs de biens culturels. La Chine fait ici figure d'exception, s'étant hissée au troisième rang des exportateurs de biens culturels en 2002. Le Royaume-Uni occupe le sommet de cette liste, ayant exporté 8,5 milliards \$ US en biens culturels durant la même année, suivi des États-Unis affichant 7,6 milliards \$ US, et de la Chine avec 5,2 milliards \$ US. Bien que les pays en voie de développement comptent pour moins de 1 % des exportations totales de biens culturels, l'analyse met en lumière l'ascension d'un nombre limité de pays émergents. Toutefois, cette présence se réduit à quelques marchés particuliers, tels que les arts visuels, les statuettes et les jeux vidéo.

En 2002, les 15 pays de l'Union européenne (UE15) dominaient les exportations de biens culturels, affichant une part de 51,8 % de tous les pays signalés, soit une légère diminution comparativement à 54,3 % en 1994. La région qui a le plus profité durant les dernières années est l'Asie, surtout l'Asie du Sud-est pour les médias enregistrés et l'Asie orientale pour les arts visuels et les jeux vidéos. En effet, en 2002, l'Asie s'est avérée la deuxième plus grande région exportatrice avec une part de 21,2 %, surtout grâce à la croissance en Asie orientale, qui a doublé sa part de 1994 à 2002 pour atteindre 15,6 %. Il s'ensuit que l'Amérique du Nord est passée au troisième rang des régions exportatrices, régressant de 25 % en 1994 à 16,9 % en 2002. La position de l'Amérique latine et Caraïbes s'est améliorée dans ce marché, gagnant un point de pourcentage de 1994 à 2002, quoique son niveau commercial fût assez bas à 3 %. L'Océanie et l'Afrique n'ont pas progressé dans ce marché au cours des dix

dernières années, affichant une part combinée de moins de 1 % en 2002.

Un scénario différent voit le jour en ce qui concerne les importations : la demande de biens culturels est circonscrite à un nombre restreint de pays à revenu élevé qui ont main mise sur plus de 90 % du marché total. Les États-Unis ont enregistré la plus haute valeur d'importation en biens culturels en 2002 : avec 15,3 milliards \$ US, soit presque le double du chiffre d'importation du Royaume-Uni, en deuxième place avec 7,8 milliards \$ US. L'Allemagne est devenue le troisième plus grand importateur de biens culturels, atteignant le montant de 4,1 milliards \$ US.

Le changement le plus important en termes relatifs est survenu dans la catégorie des médias audiovisuels de 1994 à 2002, tandis que les médias imprimés ont perdu la position de tête. Cependant, les médias enregistrés (32 %), les médias imprimés (30 %) et les arts visuels (20 %) ont préservé leur position dominante en 2002 dans le flux du commerce international de biens culturels. Les médias audiovisuels ont compté pour seulement 14 % du total des échanges de biens culturels de base. Les jeux vidéo assument la majeure partie de la prédominance des médias audiovisuels, tandis que les biens photographiques et cinématographiques ont pris seulement une importance secondaire.

Selon les données douanières, les biens culturels de base ont compté pour environ 1 % du commerce total en 2002. Ce pourcentage n'a subi aucun changement durant les dix dernières années. Ces chiffres peuvent surprendre compte tenu de la perception de l'importance croissante des industries culturelles dans l'économie mondiale. C'est pourquoi afin d'évaluer les échanges internationaux auxquels elles donnent naissance, ce rapport se penche sur d'autres sources de données, comme les données sur les services culturels.

Les services culturels souffrent d'un manque de données ; souvent, ils ne font pas partie des

données que les pays sont tenus de collecter légalement. Les classifications internationales actuelles ne disposent pas de détails suffisants pour identifier les composantes culturelles. Les données englobant les dix dernières années ne sont accessibles que pour un nombre limité de pays. Les services audiovisuels représentent la seule catégorie dans laquelle une étendue d'information statistique suffisante puisse être tirée des données de la balance des paiements. Les données actuelles relatives aux services audiovisuels et connexes révèlent que les États-Unis sont le plus grand exportateur de services culturels avec un chiffre total de 6,9 milliards \$ US, dépassant le Royaume-Uni en seconde position avec 1,5 milliard \$ US. Malheureusement, il n'existe pas de données comparables sur le plan international accessibles dans certains domaines fondamentaux, comme les redevances sur les droits d'auteur.

Les données de commerce culturel ne reflètent pas vraiment le rôle de l'Inde à titre de producteur de longs métrages de première importance : en effet, l'Inde tourne presque 700 films par année, comparativement aux États-Unis qui en réalisent 400 par année. De plus, d'autres marchés vitaux comme le commerce de programmes diffusés n'est pas représenté.

L'absence de la majorité des pays en transition et des pays en voie de développement dans le marché international des produits culturels peut être considérée comme un indicateur de manque de renseignements sur les secteurs primordiaux, tels que l'artisanat. Cela entraîne des sous-estimations de données relativement à certains échanges commerciaux qui ont véritablement lieu. Le phénomène du piratage, dont le présent rapport ne tient pas compte, a aussi influé sur les échanges de produits culturels. Une mise en lumière plus précise et complète de nouvelles formes de flux de commerce relatifs aux technologies de l'information et des communications (TIC), telles que le commerce électronique, nécessitera la réalisation de nouveaux outils statistiques qui devront mesurer de tels phénomènes.

1. Introduction

Le nombre de produits créés et vendus dans le monde augmente chaque année. De même, le commerce international croissant de ces produits culturels compte pour une importante part de l'économie mondiale. D'après la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED, 2005), la valeur marchande globale des industries aux forts caractères créatifs et culturels de par le monde est estimée à 1,3 billion \$ US. Depuis 2000, le domaine a crû à un taux annuel composé de plus de 7 %. Les industries culturelles et créatives ont également atteint une position d'importance dans les pays membres de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE), y enregistrant un taux de croissance annuel entre 5 % et 20 %, ainsi que dans un certain nombre de pays chefs de file parmi les pays en voie de développement et pays en transition (CNUCED, 2004). À l'échelle mondiale, il est estimé que ces industries comptent pour plus de 7 % du produit intérieur brut (PIB) de la planète (Banque mondiale, 2003), et on s'attend à ce qu'elles progressent environ au même taux durant les trois prochaines années pour atteindre 1,7 billion \$ US (PWC, 2005).

La solide croissance des industries culturelles et créatives a eu lieu en parallèle avec l'expansion du commerce international des biens et services culturels. Aujourd'hui, les pays s'échangent de plus en plus de produits culturels diversifiés d'origines multiples. Cependant, en raison de la nature particulière des biens et services culturels, on éprouve de grandes difficultés à estimer la taille réelle de ce commerce culturel en plein essor, surtout en ce qui a trait à la direction des échanges commerciaux et à la participation des pays. Il est compliqué d'évaluer si ces marchés en expansion peuvent réduire ou non l'écart dans l'accès aux produits culturels et leur circulation.

Les coûts réduits des biens et services culturels découlant de l'expansion des marchés pourront donner l'occasion à de nombreux créateurs et producteurs de tirer profit des exportations. En contrepartie, les importations pourront bloquer la

voie à de la production créative intérieure. Cela soulève des questions à propos de la capacité de pays individuels à créer et à réaliser leurs propres produits culturels.

Cette discussion complexe autour de l'aptitude de pays individuels à jouir de la diversité culturelle du monde et à y contribuer recèle de nombreuses bases économiques, politiques et idéologiques. Le débat se heurte à des contraintes attribuables au manque de données pertinentes qui pourraient mieux informer les décisions politiques traitant des échanges culturels et de leur incidence sur la diversité culturelle.

Le principal objectif de ce rapport consiste à contribuer à l'évaluation de la taille, de la répartition et des tendances relatives du commerce mondial des biens et services culturels. Il fournit des données statistiques comparables sur une base transnationale relatives à l'évolution des flux internationaux d'une sélection de biens et services culturels entre 1994 et 2002 ou 2003.

L'analyse se concentre sur la notion du contenu culturel et élabore une nouvelle structure conceptuelle afin de composer avec les taxonomies servant actuellement à la collecte de données sur le commerce culturel. Cette approche a pour but de mieux refléter le commerce de produits à contenu culturel. Sur ce plan, le présent rapport distingue entre les biens et services culturels « de base » et « connexes ». Dans le cadre de cette structure, les catégories sont émises selon leur degré estimé de contenu culturel, compris comme étant le contenu ou message initialement prévu par un auteur individuel ou un groupe de créateurs.

Le but de l'analyse consiste donc à distinguer entre les « produits de contenu » et les produits qui permettent leur création, leur production et leur distribution. Toutefois, en dépit de la méthodologie améliorée, les données présentées dans ce rapport doivent être interprétées avec prudence en raison de la nature même des produits culturels et des manques importants existant dans les données de commerce, surtout

en ce qui a trait aux services audiovisuels, de droits d'auteur et d'autres services culturels.

Le présent rapport fournit plus qu'une simple mise à jour relativement aux études antérieures sur les produits et services culturels menées par l'UNESCO. Les rapports antérieurs (UNESCO, 2000 et UNESCO, 1992), fondés sur le *Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles*, ont dépeint les échanges transfrontaliers de biens culturels, qui étaient principalement de l'équipement et des matériels culturels. En raison des catégories de données existantes, l'analyse du commerce culturel équivaut au commerce de matériel et d'équipement, et cela conduit souvent à une analyse et à une interprétation dénaturées et faussées. Malgré tout, le rapport de 2000 a fourni une indication utile de la production culturelle et des préférences des consommateurs à l'échelle de la planète de 1980 à 1998 et reflété l'expansion fulgurante du marché des biens de consommation jumelée avec la convergence des goûts des consommateurs.

En incluant les données sur les services culturels, en introduisant une nouvelle classification qui fait la distinction entre les produits culturels de base et connexes, et en présentant des données supplémentaires sur la taille relative d'industries culturelles et créatives qui contextualisent les échanges transfrontaliers, ce rapport offre une base plus riche en vue de l'interprétation et de l'analyse des implications du commerce culturel. Il identifie les principaux composants culturels faisant l'objet d'échanges commerciaux et décrit les changements qui se sont produits dans la participation des divers pays au cours des dix dernières années.

Aux fins du présent rapport, le commerce de produits culturels est défini comme étant les exportations et importations de produits matériels et immatériels véhiculant un contenu culturel qui peuvent prendre la forme d'un bien ou d'un service (livres, CD enregistrés, jeux vidéo, services d'impression et de doublage, etc.). Le commerce de produits culturels englobe aussi les biens et services requis pour réaliser et disséminer un tel contenu, y compris de l'équipement

culturel et des matériels, ainsi que des services auxiliaires, même ceux de contenu culturel partiel. Cette approche tente de tenir compte du développement des technologies de l'information et des communications (TIC) qui ont changé le cours traditionnel du commerce culturel. En effet, l'environnement numérique et Internet ont joué un rôle capital dans l'expansion du système d'échanges commerciaux de produits culturels. Les TIC ont donné naissance à de nouveaux outils de création, à de nouveaux moyens de distribution et à de nouveaux formats, tels que les livres en ligne et la musique téléchargeable.

Toutefois, le défi consiste ici à saisir les flux de propriété intellectuelle et d'autres actifs incorporels sur lesquels se fondent de plus en plus les produits culturels, et non à se concentrer exclusivement sur les matériels physiques et tangibles. Ce rapport dresse un portrait des données actuellement disponibles et accessibles et des aspects nécessitant plus de données détaillées.

La grande complexité de la tâche de mesurer le flux du commerce des produits et services culturels requiert plus que seulement des données améliorées sur les services et provenant des douanes. Les statistiques compilées, analysées et présentées dans ce rapport ont trait seulement aux échanges quantifiables de biens culturels, c'est-à-dire la valeur déclarée de biens croisant la frontière ou étant fournies d'un côté à l'autre de la frontière, et non leur valeur marchande réelle que l'on considère souvent largement supérieure à la valeur déclarée à la douane. Cela demeure une difficulté continue dans l'évaluation du commerce culturel.

Les statistiques d'exportation ne peuvent mesurer avec précision la valeur des produits culturels vendus dans les marchés étrangers, surtout en ce qui a trait aux produits culturels de base dont la nature spéciale les rend toujours disponibles et reproductibles à un coût dérisoire. Par exemple, une seule version maîtresse d'une pièce protégée par droits d'auteur évaluée à quelques dollars selon les statistiques d'exportation nationales pourra se faire expédier dans un autre pays où les

exemplaires, les droits d'exposition et/ou les droits de licence de reproduction pourront générer des millions de dollars en ventes.

Il faut donc prendre des précautions lorsqu'on tire des conclusions des données présentées dans ce rapport. Notamment, il est nécessaire de se rappeler les points suivants :

- Les statistiques douanières englobent seulement le commerce de biens entrant au pays ou le quittant. La classification du Système harmonisé (SH) catégorise ces produits selon leurs caractéristiques physiques observables, et non selon le statut de leur contenu national, la valeur culturelle ou d'autres critères semblables. Les statistiques douanières fournissent les renseignements sur le pays d'origine et le pays de destination de chaque bien. Mais « l'origine culturelle » d'un bien culturel n'est pas facile à cerner.
- De nombreuses transactions parmi les filiales de grandes sociétés, qui comptent probablement pour une large part de l'exploitation du commerce international au sein des industries culturelles et créatives, peuvent ne pas y figurer.
- Les données sur les exportations peuvent considérablement sous-estimer la valeur réelle attribuable aux produits culturels.
- Les données sur le commerce de services dans ce rapport renvoient aux transactions des services de balance des paiements qui se rattachent principalement à la fourniture transfrontalière de services (fournisseur et consommateur restent dans leurs pays respectifs, et les services traversent la frontière).

Afin de surmonter les limitations des données sur le commerce culturel international, le rapport présente des données qualitatives et quantitatives supplémentaires sur des produits culturels dans des boîtes qui fournissent le contexte nécessaire pour l'interprétation de ces données. Ces boîtes ont trait à des aspects cruciaux pour certaines des discussions continues portant sur la compréhension, la promotion et la préservation de la

diversité culturelle. Les sujets comprennent la circulation internationale de produits artisanaux, de longs métrages, de programmes diffusés et de droits d'auteur sur la musique.

Malgré ces limitations, ce survol des flux du commerce international de biens et services culturels fournit une certaine indication de l'évolution de la production et de la consommation de produits culturels durant les dix dernières années. Il illustre les tendances qui se forment grâce à l'économie créative. Tout d'abord, les données révèlent les grandes variations ininterrompues dans les capacités des pays individuels à exporter les produits culturels. Dans de nombreux pays de petite taille ou en voie de développement, avec des marchés intérieurs limités, cette capacité semble avoir régressé. Ensuite, la distinction entre les produits culturels de base et connexes révèle l'écart entre de nombreux pays à faible revenu et à revenu élevé dans la production de produits culturels de contenu. La différence est beaucoup moins prononcée en ce qui concerne les produits culturels connexes, englobant l'équipement, les matériels et les services auxiliaires.

Les industries culturelles et créatives ainsi que les produits et services culturels ne se classifient pas facilement dans la structure existante des codes industriels ou professionnels courants. Cette analyse explore certaines nouvelles façons de présenter les données existantes et de dépister les besoins futurs en données.

2. Approche méthodologique

2.1. Nouvelle méthodologie

L'objectif premier de ce rapport consiste à déterminer l'étendue du commerce des biens et services culturels et d'examiner les données accessibles à l'échelle mondiale. Le *Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles* (CSC) a servi de base pour la définition de la structure et du champ d'application du rapport. L'ancienne Division des statistiques de l'UNESCO a élaboré le CSC dans les années 1980. Le CSC englobe dix catégories distinctes (*voir Annexe III*) qui n'ont subi aucune révision depuis 1985 ; il en résulte

qu'elles ne peuvent saisir l'éclosion de technologies de l'information et des communications qui se sont développées rapidement depuis la fin des années 1980. Néanmoins, le CSC sert toujours de référence clé pour la plupart des cadres statistiques culturels élaborés aux niveaux régional et national.

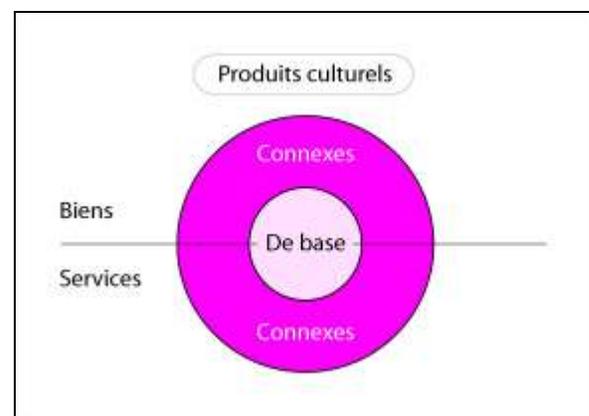
Le CSC se fonde sur une définition large de la culture. Toutefois, l'emploi de certaines catégories, telles que les sports et les jeux, le tourisme ou les activités socioculturelles, est souvent remis en question et ces catégories sont ainsi exclues de certains cadres de travail nationaux sur les statistiques culturelles. C'est pourquoi le présent rapport n'en tient pas compte.

Ce rapport examine principalement les produits culturels pouvant être définis comme l'œuvre des industries culturelles et créatives. Deux points ont fait l'objet de considération au cours du processus de la catégorisation de produits culturels comme étant « de base » ou « connexes ». Tout d'abord, ces catégories découlent de la distinction établie entre les industries culturelles et créatives. Les industries créatives tiennent compte d'une vision plus large du processus créatif que la vision plus traditionnelle des industries culturelles en intégrant d'autres champs tels que les logiciels, la publicité, l'architecture, et les services d'intelligence commerciale. Les produits engendrés par certaines des activités ou industries susmentionnées se définissent, dans le rapport, comme des produits « connexes », tandis que les produits culturels plus traditionnels s'y font catégoriser sous les produits culturels « de base ». Ensuite, les produits culturels présentent une composante matérielle (le support physique) et une autre immatérielle (le contenu culturel). Ce rapport tient compte de cette spécificité des produits culturels en distinguant les produits « de base » directement associés au contenu culturel et les produits « connexes » liés aux services, à l'équipement et aux matériels qui servent à la création, à la production et à la distribution de produits culturels de base. Cette distinction signifie par exemple qu'un CD de musique enregistrée et les droits d'auteur associés sont

placés dans les produits culturels « de base », tandis que les CD vierges et les lecteurs de CD figurent dans les produits culturels « connexes ».

Les produits culturels englobent les biens et les services. Les biens culturels se définissent comme des biens de consommation qui véhiculent des idées, des valeurs symboliques et des modes de vie, comme les livres, les revues, les produits multimédias, les logiciels, les enregistrements, les films, les vidéos, les programmes audiovisuels, l'artisanat et la création de modes (Alonso Cano et al., 2000). D'ordinaire, il est compris que les services culturels correspondent aux activités visant à satisfaire les intérêts ou besoins culturels. Les services culturels ne représentent aucun bien matériel en soi, mais facilitent leur production et leur distribution. Ils consistent principalement en des activités de mise sous licence et d'autres services liés aux droits d'auteur, des activités de distribution audiovisuelle, la promotion des arts de la scène et d'événements culturels, l'information culturelle, la préservation de livres, d'enregistrements et d'artéfacts (dans les bibliothèques, les centres de documentation, les musées), etc. La **Figure 1** illustre cette distinction, et la **Boîte 1** présente la liste complète des catégories de biens et services utilisées dans ce rapport.

Figure 1. Composition des produits culturels



Ce rapport centre son attention sur les produits culturels de base, mais consacre également une petite section aux produits culturels connexes (voir Boîte 7). Il n'aborde pas séparément les services culturels connexes, puisque les catégories (telles que les activités d'architecture ou de

publicité) s'insèrent dans des catégories beaucoup plus vastes de services (à savoir « publicité, études de marché et sondages d'opinion publique »), et

l'aspect culturel ne peut être cerné clairement. Ce rapport ne s'étend pas non plus au commerce de l'artisanat, puisqu'il n'existe aucune donnée comparable internationalement (*voir Boîte 2*).

Boîte 1. Biens et services traités dans le rapport¹

Cette liste présente les biens et services définis selon la classification fondée sur les produits : « Système harmonisé » pour les biens, et MBP5 ou EBOPS pour les services.

Biens culturels de base

- Biens du patrimoine
 - Collections et pièces de collection
 - Antiquités dont l'âge dépasse 100 ans
- Livres
 - Livres imprimés, brochures, dépliants, etc.
 - Portraits, dessins ou livres à colorier d'enfants
- Journaux et périodiques
- Autres imprimés
 - Musique imprimée
 - Cartes géographiques
 - Cartes postales
 - Photos, maquettes, croquis, esquisses
- Médias enregistrés
 - Disques pour tourne-disque
 - Disques pour lecteurs au laser aux fins de reproduction sonore seulement
 - Bandes magnétiques (enregistrées)
 - Autres médias sonores enregistrés

- Arts visuels
 - Peintures
 - Autres arts visuels (statuettes, sculptures, lithographies, etc.)
- Médias audiovisuels
 - Jeux vidéo utilisés avec un téléviseur
 - Films photographiques et cinématographiques, exposés et développés²

Services culturels de base

- Services audiovisuels et connexes
- Redevances sur droits d'auteur et droits de licence

Biens culturels connexes

- Équipement et matériels
 - Instruments de musique
 - Appareils de reproduction de son et vidéo / support pour enregistrement
 - Équipement et fournitures cinématographiques et photographiques
 - Téléviseurs et radios récepteurs
- Plans et devis d'architecture, et imprimés publicitaires

Services culturels connexes

- Services d'informations, services d'agences de presse
- Services de publicité et d'architecture
- Autres services personnels, culturels et récréatifs

Les données sur les biens culturels se fondent sur les renseignements douaniers, tandis que les données sur les services reposent sur la balance des paiements. Par conséquent, l'analyse pour les deux types de produit s'effectue séparément. Le fait que les données sur le commerce de biens proviennent de déclarations douanières, tandis que les données sur les services se fondent sur des déclarations d'entreprise, empêche d'effectuer une analyse conjointe.

Cela signifie que si les données sur les biens et les services culturels étaient fusionnées, il en résulterait un possible double comptage dans la mesure de la valeur des droits d'auteur. En effet, les données sur les biens de provenance douanière peuvent comporter certains droits d'auteur, tandis que les données sur les services peuvent également receler certains de ces droits d'auteur pour les mêmes produits.

¹ Veuillez consulter l'Annexe V pour obtenir les détails.

² Cette catégorie n'englobe pas les longs métrages (*voir Boîtes 6 et 8*).

Boîte 2. Flux internationaux de produits artisanaux

D'après le Centre du commerce international (CCI) et l'UNESCO, les produits artisanaux se définissent comme étant « *les produits réalisés par des artisans, soit complètement à la main, soit à l'aide d'outils à main ou même de moyens mécaniques, pourvu que l'apport manuel direct de l'artisan(e) demeure en proportion le composant le plus grand de tout le produit fini... La nature spéciale des produits artisanaux trouve sa source de leurs caractéristiques distinctives, qui peuvent être utilitaires, esthétiques, artistiques, créatives, propres à une culture, décoratives, fonctionnelles, traditionnelles, et/ou spirituellement et socialement symboliques et significatives.* » (UNESCO-CCI, 1997).

Les échanges internationaux de produits artisanaux constituent une composante de première importance du commerce culturel aux yeux de nombreux pays en voie de développement. Cependant, ils sont difficiles à mesurer à l'aide du système de classification international de statistiques sur le commerce, car la plupart des produits artisanaux ne jouissent d'aucune identification distincte dans le Système harmonisé (SH).

Pour aborder cette problématique et à la demande du CCI, l'Organisation mondiale des douanes (OMD) a encouragé ses pays membres à codifier les produits faits à la main dans leurs systèmes de classification statistique nationaux respectifs. On ignore pour l'instant dans quelle mesure les pays mettent actuellement cette recommandation en pratique, de même que la qualité des données recueillies. Comme le SH n'a pas encore subi de modifications à cet effet, il demeure toujours ardu d'identifier les produits faits à la main au sein du commerce international.

Le « Guide méthodologique sur la collecte des données sur l'artisanat » de l'UNESCO, publié en 1997, classe les produits artisanaux en grandes catégories fondées sur les matériaux utilisés. Voici les six principales catégories de classification : paniers, osier, vannerie, œuvres en fibres végétales ; cuir ; métal ; poterie ; textiles ; et bois. Le guide signale aussi des catégories complémentaires englobant des matériaux servant à la production d'artisanat qui sont soit très spécifiques à une région donnée, soit rares, soit difficiles à travailler, par exemple : la pierre, le verre, l'ivoire, l'os, les coquilles, la nacre. Il indique aussi des catégories supplémentaires pour les cas où l'on applique différents matériaux et techniques à la fois ; ces catégories touchent les décorations, la joaillerie, les instruments de musique, les jouets, les œuvres d'art, etc.

Un autre champ prometteur pour commencer à mesurer la circulation internationale de produits artisanaux touche la quantification des dépenses par les touristes sur des pièces d'artisanat. Les données sur les dépenses des consommateurs revêtent une importance capitale pour ce qui est de mieux définir l'incidence culturelle et socioéconomique du secteur de l'artisanat, et d'aider les gestionnaires du secteur à déterminer les priorités en matière de formation, de production et de promotion. Des recherches sont actuellement entreprises dans ce domaine, et l'UNESCO a entamé l'élaboration d'un « indice des dépenses en artisanat par touriste par jour ».

2.2. Description des données utilisées³

Données sur les biens

Les données relatives aux biens culturels proviennent de la base de données Comtrade des Nations Unies. La base de données comporte environ 160 pays ou régions couvrant plus de 90 % du commerce mondial.

L'évaluation se fonde sur les enregistrements douaniers en dollars US courants, et les données de commerce sont classifiées selon le Système harmonisé (SH).

Données sur les services

Les données internationalement comparables sur le commerce de services ont été compilées à l'aide de la classification pour les transactions relatives à la balance des paiements (MBP5) du Fonds monétaire international (FMI). En 2002, une extension du MBP5 a été mise en place, soit la classification élargie des services de la balance des paiements (EBOPS). La classification EBOPS fournit une ventilation plus étendue et approfondie des activités culturelles auparavant inaccessible dans la MBP5. Cette nouvelle

³ Pour obtenir de plus amples détails sur les sources des données et la méthodologie, consultez les notes techniques.

classification s'est donc avérée utile à l'étude des données culturelles. La Section 4, consacrée aux services, explore davantage la disponibilité des données selon cette classification.

2.3. Questions méthodologiques

Fournir une estimation précise et exacte du flux du commerce de produits culturels est une entreprise difficile. Il faut considérer un certain nombre de limitations liées aux données actuelles afin d'en dégager une interprétation précise des données présentées dans ce rapport. Dans une perspective plus large, ces limitations peuvent être classifiées en deux groupes. Le premier groupe englobe les aspects de la qualité des données du commerce, tels que les erreurs de mesure ou le manque d'uniformité inter temporelle et internationale. Le deuxième groupe a trait à la nature particulière des produits culturels qui nécessitent un raffinement statistique et à l'élaboration de méthodes de rechange pour mesurer les actifs incorporels des produits culturels.

2.3.1. Limitations des données disponibles sur le commerce

Classifications statistiques. Aucun des systèmes de classification internationale ne présente les biens ou services culturels à titre de catégorie distincte. Ils éparpillent plutôt les produits culturels sous plusieurs catégories et les répertorient souvent sous les rubriques génériques « Autres » ou « Rubriques supplémentaires », et empêchent donc de distinguer les données de commerce culturel avec le niveau de détail requis.

Sources de statistiques pour le commerce de biens culturels. Au sein des statistiques douanières, les biens sont classés selon leurs caractéristiques physiques observables, et non selon l'industrie d'origine, le contenu national, la valeur culturelle ou d'autres critères semblables. En outre, les sources nationales divergent considérablement sur les plans de l'interprétation et de l'application de normes internationales, de la méthodologie, ainsi que de la périodicité et de la précision des données. À ce chapitre, la

fiabilité des séries d'importations est perçue comme étant supérieure à celle des séries d'exportations, car les séries d'importations servent de point de référence pour l'imposition de droits de douane, de contingents d'importation et d'autres restrictions commerciales absentes du contrôle des exportations.

Sources de statistiques pour le commerce de services. Les données sur le commerce de services renvoient à la fourniture transfrontalière de services, mais ne tiennent aucun compte d'autres formes que peut prendre le commerce international de services, c.-à-d. par la consommation à l'étranger (le[la] consommateur[trice] fait un voyage à l'étranger et y consomme un service culturel), la présence commerciale (le fournisseur de service originaire de l'étranger exploite un bureau dans le pays du[de la] consommateur[trice] afin de lui fournir le service) et la présence de personnes physiques (une personne entre au pays du[de la] consommateur[trice] afin de lui fournir le service) (ONU et al., 2002).

Les données sur le commerce de services culturels ont été compilées d'après la plus récente classification EBOPS. Cette version comprend une désagrégation des services culturels plus détaillée que dans l'ancienne MBP5 et s'est révélée très utile. Toutefois, la plupart des pays déclarent toujours leurs données selon les principes de la MBP5 ou n'ont pas encore adopté une classification détaillée pour les différents services culturels. Il s'ensuit qu'ils ne fournissent pas de données pour les catégories EBOPS actuelles qui décrivent ce flux du commerce. En effet, les pays qui ont adapté la classification EBOPS à leurs systèmes statistiques nationaux respectifs ont classé les services culturels sous différentes catégories et les ont regroupés avec d'autres services, dont certains ne sont pas de nature culturelle.

Ces obstacles, qu'approfondit la Section 4 par voie d'une étude des services culturels, restreignent l'estimation des échanges commerciaux réels et rendent quasi impossible une quelconque comparaison internationale valide.

Valeur en \$ US courants. La présentation de séries d'importations et d'exportations en dollars US courants implique qu'elles dépendent de l'évolution de taux de change bilatéraux. Les changements de position relative de certains pays peuvent tirer leur source de facteurs temporaires liés à des fluctuations de taux de change, tels que le raffermissement ou la dépréciation du dollar comparativement à la devise locale, au lieu de changements à long terme en terme de compétitivité.

Commerce interne intra-entreprise. Suite à la mondialisation de la chaîne de valeur dans la production de produits culturels, certains échanges commerciaux culturels résultent de manipulations de prix entre une société multinationale et ses filiales locales. Les transactions, connues sous le nom de prix de cession interne, peuvent en réalité conduire à une sous-estimation des chiffres du commerce.

Concentration internationale. Les données sur le commerce international servent fréquemment à estimer la concurrence internationale. Toutefois, une estimation globale de ce phénomène dépend non seulement de la concentration de pays fournisseurs, mais également du degré de concurrence à l'intérieur des pays. Les statistiques présentées dans ce rapport renferment uniquement une perspective partielle de la concentration internationale dans les industries culturelles.

Commerce électronique. La période s'étendant de 1994 à 2003 a connu l'essor fulgurant des TIC. Ces technologies, à leur tour, ont considérablement modifié l'environnement dans lequel se déroulent la création, la reproduction et la distribution de biens et services culturels. En outre, l'émergence d'Internet en qualité de circuit de commerce a exercé une influence majeure sur les échanges de produits culturels. Malgré la mise au point de méthodes statistiques afin de mesurer les transactions électroniques, une énorme partie de ces échanges commerciaux échappe aux données douanières et de balance des paiements. Il en résulte une sous-estimation de la mesure réelle du commerce culturel. Il est évident qu'il

s'agit là d'une problématique pertinente seulement aux yeux des pays offrant des services en ligne suffisamment perfectionnés.

2.3.2. Limitations attribuables à la nature spéciale des produits culturels

Médias audiovisuels. Dans le cadre de ce rapport, les médias audiovisuels englobent seulement les films photographiques, les films cinématographiques et les jeux vidéo. Ces derniers sont les plus importants de cette catégorie passant de 80 % de la valeur du commerce en 1994 à 88 % en 2002. Il est à noter que les données sur les longs métrages n'ont pu faire l'objet de mesures précises, car la catégorie des films cinématographiques est définie différemment d'un pays à l'autre. Par exemple, dans certains pays, elle représente uniquement les annonces commerciales télévisées. En raison de la nature particulière des longs métrages, il est nécessaire de prendre en considération d'autres types de données (*voir Boîte 8*).

Actifs incorporels. En général, les statistiques sur le commerce ne peuvent mesurer avec précision et exactitude la valeur économique d'œuvres culturelles protégées par des droits d'auteur et vendues dans des marchés étrangers. Les produits culturels comportent un élément matériel, comme la plate-forme du format du produit, et un élément immatériel qui détermine leur contenu et les rend reproductibles autant de fois que désiré. Cette nature immatérielle des produits culturels entraîne des sous-estimations de la valeur globale réelle des échanges. Par exemple, les statistiques sur le commerce attribuent une faible valeur de 100 \$ US à une œuvre originale protégée par des droits d'auteur, comme une reproduction de film ou une version originale, lorsqu'elle est exportée d'un pays à un autre. Et pourtant, cette œuvre originale pourra produire des millions de dollars en ventes et en redevances par voie de copies, de droits d'exposition et de droits de licence de reproduction. Toutefois, s'il ne récolte aucun succès, ce produit ne s'attirera presque aucun revenu. Ainsi, les statistiques sur le commerce telles que collectées actuellement ne peuvent refléter les actifs

incorporels ou la valeur marchande de nombreux produits culturels échangés entre pays. Cela constitue la principale limitation aux tentatives de mesurer le commerce culturel, qui exige idéalement la formulation de méthodologies et de classifications statistiques alternatives.

Droits d’auteur. Une évaluation précise de la circulation des droits d’auteur reste impossible avec les données sur le commerce actuellement disponibles, ce qui entraîne une lacune dans l’analyse du commerce de produits culturels. Les données sur les mouvements commerciaux de redevances sur droits d’auteur et de droits de licence actuellement disponibles à l’échelon international sont très limitées et difficilement comparables. De plus, il est impossible d’estimer la part du prix du produit que paient les importateurs correspondant à la propriété intellectuelle de biens culturels provenant d’autres pays.

Origine du produit. Seuls des renseignements limités sont disponibles sur l’origine du contenu culturel de produits échangés. Les règlements appliqués à l’origine et à la destination de produits importés et exportés se rattachent à l’endroit où le produit a été produit, mais ces derniers ne spécifient aucunement l’origine de son contenu culturel. Il est possible de produire l’œuvre originale et ses reproductions à des endroits différents. Par exemple, de nombreux films créés et projetés dans le pays A peuvent avoir fait l’objet d’importations sous la forme de copies d’exploitation du pays B, qui profite de laboratoires concurrentiels effectuant le traitement à plus bas prix. Dans les enregistrements du commerce, les produits ont été déclarés comme originaire du pays B. Toutefois, du point de vue culturel, le pays B n’est pas considéré comme le pays d’origine de ce produit.

3. Évolution et tendances du commerce international de biens culturels

Cette section explore la distribution et les tendances du commerce mondial de biens

culturels de base. Elle présente en détail l’évolution de la circulation internationale de biens culturels depuis 1994 et l’état de la situation en 2002 et en 2003.

La Section 3.1 met en relief le flux des exportations et importations de biens culturels à l’échelle mondiale en 2002. La Section 3.2 décrit l’évolution et les tendances du commerce selon les zones économiques et géographiques. La Section 3.3 présente une analyse détaillée selon le niveau de revenu des pays contributeurs. Au moyen d’une analyse de certains pays individuels, la Section 3.4 indique les tendances de l’offre et de la demande internationales en biens culturels de base pour certains pays. Enfin, la Section 3.5 analyse le rôle qu’ont joué les diverses catégories culturelles de base dans le commerce de biens culturels durant les dix dernières années. L’analyse se concentre sur les changements survenus entre 1994 et 2002. Comme les données relatives à 2003 ne sont pas disponibles pour tous les pays, celles qui le sont servent uniquement dans la Section 3.4, qui expose des études de cas pour certains pays.

3.1. Aperçu

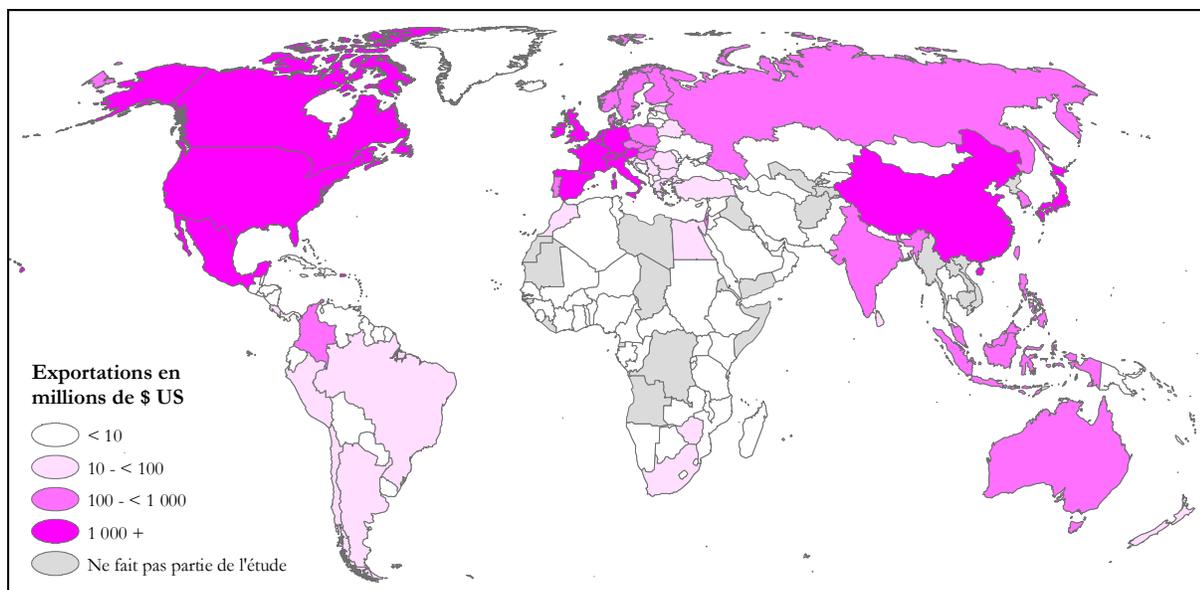
Les données douanières indiquent que le commerce des biens culturels de base s’est intensifié entre 1994 et 2002, grimant de 38 milliards \$ US à 60 milliards \$ US. Les **Figures 2** et **3** présentent un aperçu du niveau des montants d’exportation et d’importation de biens culturels de base en 2002. Ces chiffres démontrent le degré de concentration élevé du commerce de biens culturels dans un nombre limité de pays. Sur la base des données douanières, les économies à revenu élevé ressortent comme les plus grands producteurs et consommateurs de biens culturels. En 2002, le Royaume-Uni est en tête des producteurs de biens culturels, atteignant la marque de 8,5 milliards \$ US, suivi des États-Unis, avec 7,6 milliards \$ US, et de la Chine, affichant 5,2 milliards \$ US. Les États-Unis sont les plus grands consommateurs de produits culturels avec un montant d’importations de 15,3 milliards

\$ US en 2002 : soit presque le double des importations du Royaume-Uni, au deuxième rang des pays consommateurs de biens culturels avec un montant d'importations de 7,8 milliards \$ US. L'Allemagne s'est révélée le troisième plus grand importateur de biens culturels, avec un

montant total de 4,1 milliards \$ US (voir Tableaux statistiques I dans l'Annexe I).

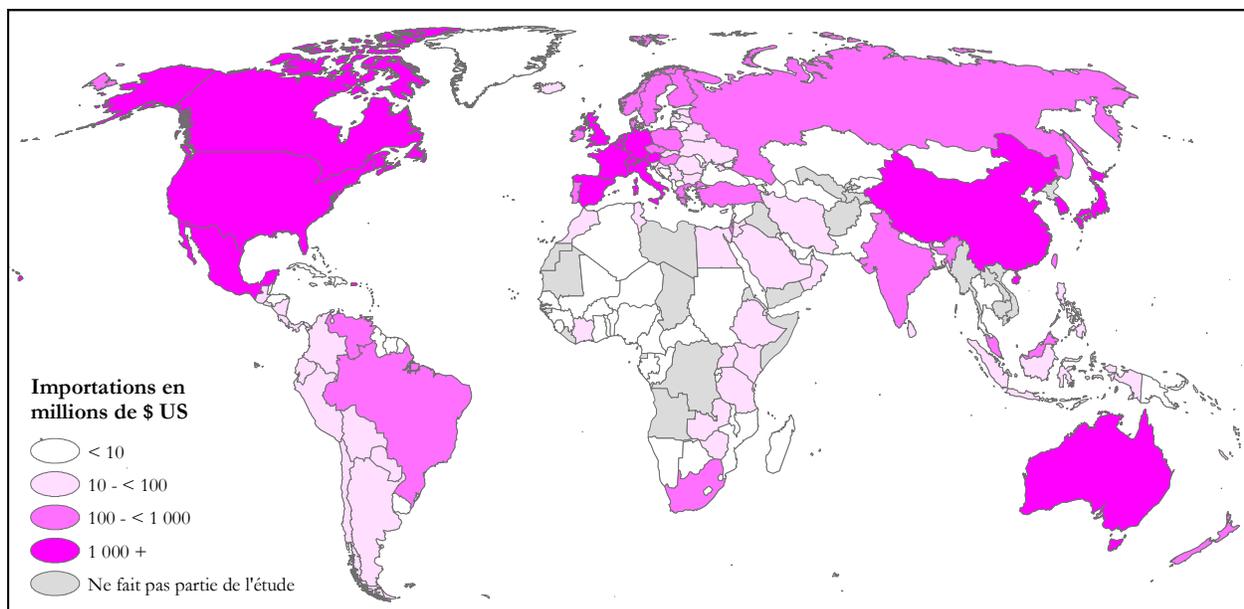
Les sections suivantes analysent ces résultats en détail en fournissant d'autres données pertinentes qui dressent un tableau plus complet du commerce de biens culturels.

Figure 2. Exportations de biens culturels de base en millions \$ US, 2002



Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

Figure 3. Importations de biens culturels de base en millions \$ US, 2002



Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

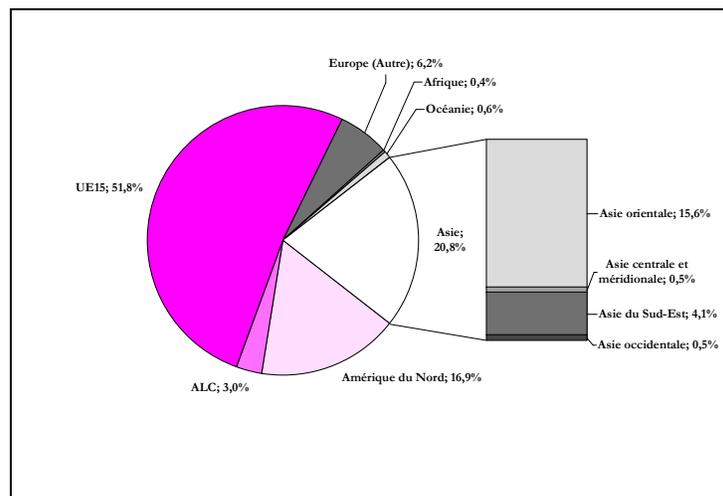
3.2. Commerce par région et zones économiques⁴

Tel que le montre la **Figure 4**, du point de vue régional, les 15 pays de l'Union européenne (UE15)⁵ ont occupé le sommet de la liste des exportations de biens culturels en 2002, affichant une part de pourcentage de 51,8 % parmi tous les pays contributeurs. Ce pourcentage a toutefois régressé quelque peu depuis 1994, année où il s'élevait à 54,3 %. En 2002, l'Asie est apparue au deuxième rang des régions exportatrices avec une part de 20,6 %, en raison de la croissance de la part de l'Asie orientale, qui a plus que doublé de 1994 à 2002, passant de 7,6 % à 15,6 %. Il s'ensuit que l'Amérique du Nord est passée au troisième rang des régions exportatrices, régressant de 25 % en 1994 à 16,9 % en 2002. La situation moins proéminente de l'Amérique latine et Caraïbes (ALC) en 1994, avec un pourcentage de 1,9 %, s'est légèrement améliorée en grim pant à 3 % en 2002. Les exportations de l'Afrique et de l'Océanie ont compté pour moins de 1 % tant en 1994 qu'en 2002 (*voir Tableaux statistiques II dans l'Annexe I*).

Les **Tableaux statistiques II** (*voir Annexe I*) illustrent certaines tendances frappantes en importation de biens culturels parmi les différentes régions. Les pays UE15 sont demeurés en première position sur ce plan en 2002, s'appropriant une part de 40,6 % (*voir Figure 5*), bien qu'il s'agisse d'un léger recul par rapport à 43,1 % en 1994. En outre, la tendance des dix dernières années indique que l'Amérique du Nord a raffermi sa position à titre d'importateur de biens culturels surtout grâce aux États-Unis, atteignant une part de 30,1 % en 2002 comparativement à 26,7 % en 1994. L'Asie a aussi connu une légère hausse durant cette période.

Par contraste, l'ALC et l'Océanie ont vu leurs parts respectives des importations mondiales rétrécir de 4,4 % en 1994 à 3,6 % en 2002, et de 3,9 % à 2,5 % respectivement. Les pays africains ont joué un rôle seulement marginal en 2002 dans le commerce international des biens culturels, avec une part de 1 % de la valeur commerciale totale des importations en \$ US courants.

Figure 4. Exportations de biens culturels de base par région, 2002

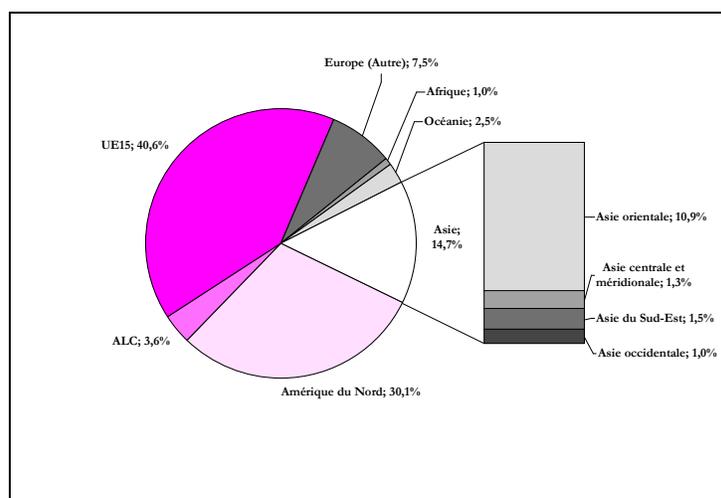


Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

⁴ Pour consulter la composition des regroupements de pays, voir Annexe VI, « Composition de régions et de regroupements économiques ».

⁵ Comparativement à d'autres régions économiques, les chiffres de l'UE15 sont surévalués. La plupart des envois provenant de pays de l'UE15 se dirigeaient vers d'autres partenaires de l'UE15, enregistrés comme étant du commerce international même s'il s'agissait de transactions se déroulant dans un même marché.

Figure 5. Importations de biens culturels de base par région, 2002



Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

L'Union européenne, l'Accord de libre échange de l'Amérique du Nord (ALÉNA) et, dans une beaucoup moindre mesure, l'Association des Nations de l'Asie du Sud-est (ANASE) sont les accords commerciaux régionaux qui constituent la plus grande part du commerce mondial de biens culturels (voir Tableaux statistiques II dans l'Annexe I). D'autres groupes économiques ont augmenté leur part du commerce international de biens culturels de 1994 à 2002 ; toutefois, leur poids global est toujours limité. Sur une base individuelle, aucun d'entre eux n'a atteint une part de 1 % des exportations ou des importations.

Durant les dix dernières années, L'ANASE s'est dévoilée à titre de bloc commercial préminent pour les échanges de biens culturels à l'échelle mondiale. C'est surtout le cas des exportations, où la part mondiale de l'ANASE s'est élargie de 3,6 % en 1994 à 4,5 % en 2002. Cette avancée tire sa principale origine des secteurs des médias enregistrés et des livres, qui ont progressé durant cette période aux taux annuels respectifs de 8,9 % et de 4,2 %.

Par opposition à la montée de l'ANASE, le MERCOSUR⁶ a vu ses exportations décliner de 229,3 millions \$ US en 1994 à 167,3 millions \$ US en 2002. Cette baisse provient de la contraction des exportations de livres, de journaux et de périodiques. Dans cette région, l'industrie de la production de livres a changé ses méthodes de traitement durant les années 1990. Bien que les activités de prépublication et d'édition de livres, dans l'ensemble, fonctionnent encore dans les pays MERCOSUR, l'impression proprement dite a été relocalisée à l'extérieur de la région MERCOSUR. En conséquence, des pays tels que l'Argentine et le Chili, tous deux des producteurs d'importance dans le domaine du livre au début des années 1990, ont essuyé un repli marqué de leurs exportations depuis 2000.

⁶ Pays du Marché commun du cône Sud.

Boîte 3. Marchés mondiaux des industries culturelles et créatives

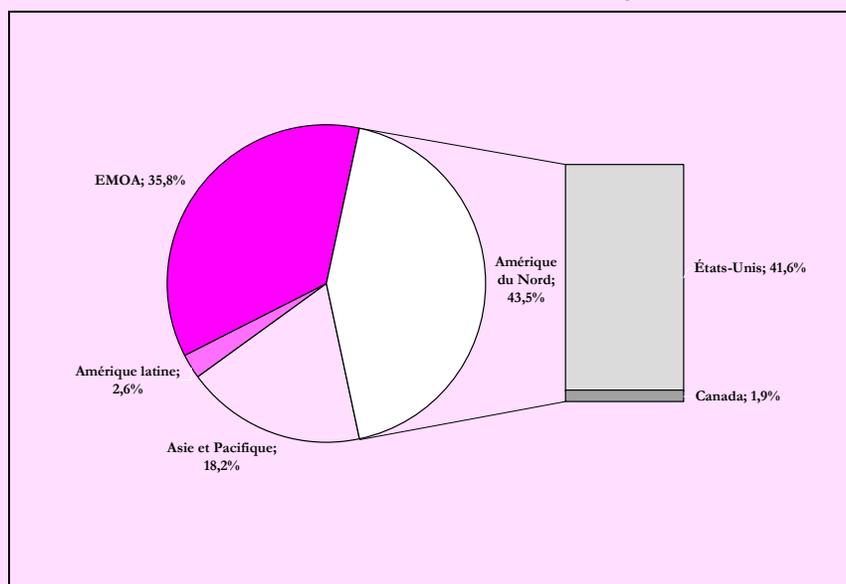
L'importance économique croissante des industries culturelles et créatives a redéfini la signification stratégique des biens et services culturels aujourd'hui.

En guise de complément à l'analyse du rôle du commerce des produits culturels, la **Figure 6** illustre l'importance économique des marchés du divertissement et des médias, estimé à une valeur globale de 1,228 milliards \$ US en 2003 par *EetM Outlook* 2004 de Price Waterhouse Coopers (PWC).

Sur la base d'une perspective élargie des industries culturelles et créatives, *EetM Outlook* offre des analyses globales et des prévisions de marché pour 14 segments d'industrie, y compris les réseaux (diffusion et câble) et la distribution (station, câble et satellite) de télévision, le divertissement filmé, la musique enregistrée, les jeux vidéo, la radio, les livres, les journaux et les périodiques, ainsi que la publicité, les parcs d'amusements et thématiques, et les sports.

L'Amérique du Nord représente le plus grand marché avec une part de 43,5 %, équivalente à 523 milliards \$ US pour les États-Unis et à 23 milliards \$ US pour le Canada. L'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique (EMOA) prennent la deuxième place avec 450 milliards \$ US, suivis de l'Asie avec 229 milliards \$ US et de l'Amérique latine avec 32 milliards \$ US.

Figure 6. Marchés du divertissement et des médias selon la région (en millions \$ US), 2003



Source : *Global Entertainment and Media Outlook* 2004-2008, PWC.

3.3. Commerce selon le niveau de revenu

Cette section présente le changement dans le flux des exportations et importations de biens culturels de base entre 1994 et 2002 basé sur la classification du revenu des pays selon la méthode du *World Bank Atlas*⁷. Il utilise également le taux de couverture de commerce, à

titre d'indicateur du déficit commercial, pour mettre en évidence le rendement relatif de chaque groupe de pays pour chaque catégorie. Ces deux approches visent à effectuer un meilleur suivi des diverses manières dont les groupes de pays s'intègrent dans les marchés mondiaux des biens culturels de base.

⁷ Les économies se subdivisent selon le revenu national brut par tête de 2002, calculé d'après la méthode du *World Bank Atlas*. Les groupes se lisent comme suit : faible revenu, 765 \$ US ou moins ; revenu faible-moyen, 766 à 3 035 \$ US ; revenu moyen-élevé, 3 036 à 9 385 \$ US ; et revenu élevé, 9 386 \$ US ou plus. L'utilisation de parités de pouvoir d'achat (PPA) a été considérée, mais comme aucune PPA n'était disponible pour 50 pays, la méthode du *World Bank Atlas* a été appliquée.

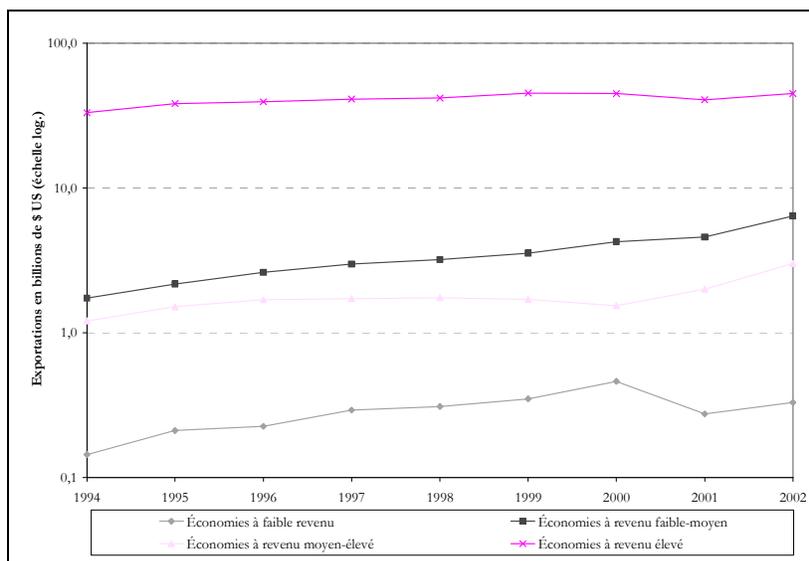
3.3.1. Principales tendances

Une analyse fondée sur la classification selon le niveau de revenu (voir **Figure 7**) révèle que les économies à revenu élevé ont conservé leur position de chef de file en matière d'exportations durant les dix dernières années. Néanmoins, la croissance la plus appréciable s'est manifestée au sein des économies à revenu faible-moyen à partir de 1995.

Comme l'indique le Tableau statistique III-3 (voir *Annexe I*), les pays en voie de développement et les pays en transition⁸ ont affiché une croissance annuelle moyenne d'exportations supérieure en dollars US courants de 1994 à 2002 pour chaque composante culturelle. Bien que ces résultats semblent encourageants pour les pays en voie de développement et en transition, les analyses de pays individuels, présentées plus loin dans ce document, démontrent que ces chiffres sont largement tributaires d'un petit nombre de pays qui dominent la majeure partie du commerce de biens culturels.

D'autre part, en termes absolus, les pays en voie de développement et en transition accusent toujours un retard considérable par rapport aux économies à revenu élevé. La valeur des exportations des économies à revenu élevé en 1994 se chiffrait à 33 milliards \$ US, soit de 11 fois supérieure à la valeur des exportations dans tous les autres pays (3 milliards \$ US). En 2002, la valeur des exportations des économies à revenu élevé (44,9 milliards \$ US) était de presque cinq fois supérieure à la valeur des exportations de l'ensemble de tous les autres pays (9 milliards \$ US). Néanmoins, comme l'illustre la Section 3.3, la situation varie grandement au sein des différentes catégories de biens culturels.

Figure 7. Evolution des exportations totales de produits culturels de base, 1994-2002



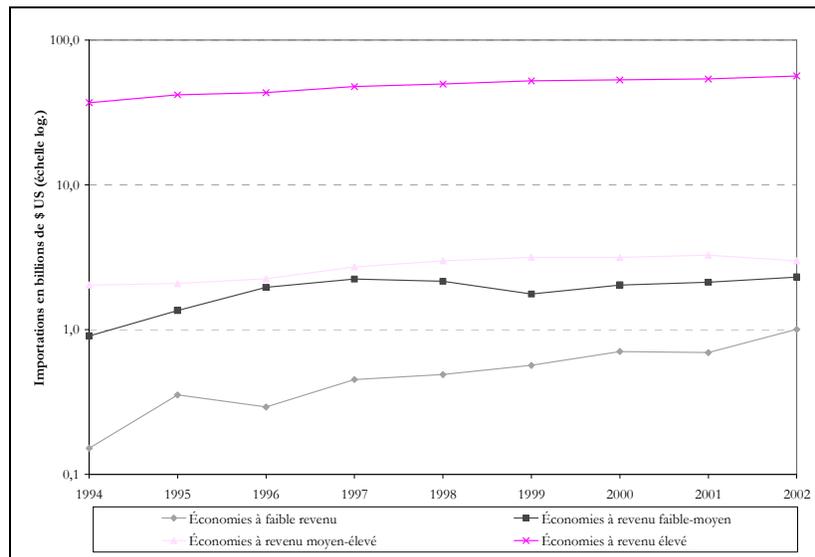
Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

⁸ Les pays en voie de développement et les pays en transition se regroupent sous trois catégories : économies à faible revenu, à revenu faible-moyen, et à revenu moyen-élevé.

La **Figure 8** indique que les économies à faible revenu et à revenu faible-moyen ont éprouvé une croissance rapide de leurs importations, tandis que la même croissance s'est avérée plus constante dans les économies à revenu moyen-élevé et à revenu élevé. Toutefois, la tendance globale se révèle moins marquée que celle des exportations. La valeur des importations dans les

économies à revenu élevé en 2002, soit 56,5 milliards \$ US, dépasse de loin celle des trois autres catégories (7,2 milliards \$ US dans les économies à faible revenu, à revenu faible-moyen, et à revenu moyen-élevé toutes catégories confondues). Toutefois, la situation s'était légèrement améliorée dans les pays développés et en transition entre 1994 et 2002.

Figure 8. Évolution des importations totales de produits culturels de base, 1994-2002



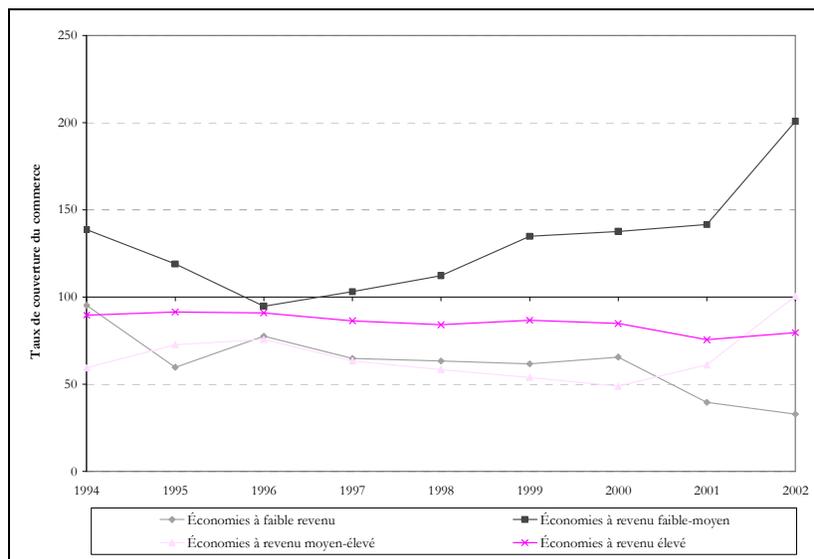
Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

3.3.2. Évaluation de la balance du commerce culturel

La **Figure 9** et les Tableaux statistiques III (*voir Annexe I*) font la distinction entre les groupes de pays importateurs nets et exportateurs nets de biens culturels. Ils illustrent aussi comment la balance commerciale de groupes de pays selon le niveau d'économie a évolué au cours des dix dernières années.

La balance commerciale pour les économies à revenu faible-moyen, qui se chiffrait à 94,7 en 1996, a continûment raffermi sa position depuis lors pour atteindre 200 en 2002 pour tous les biens culturels. L'analyse selon la catégorie montre que les économies à revenu faible-moyen sont exportatrices nettes, particulièrement en arts visuels et en médias audiovisuels.

Figure 9. Taux de couverture du commerce des biens culturels de base selon le niveau de revenu, 1994-2002



Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

En 1994, le taux de couverture du commerce des économies à revenu élevé était proche de l'équilibre pour les biens culturels de base. Mais en 2002, le fléchissement de la valeur de 90 à 79,5 laisse supposer une détérioration marquée de la balance commerciale au fil des années. Les économies à revenu élevé n'ont affiché une balance équilibrée que pour les journaux, les périodiques et les médias enregistrés en 2002. Elles sont devenues de plus en plus importatrices nettes d'arts visuels (de 63,6 en 1994 à 55,3 en 2002). Il en va de même pour les médias audiovisuels, où le déficit de la balance commerciale s'est accentué de 67,8 en 1995 à 36,8 en 2002.

Les économies à faible revenu ont vu chuter leur balance commerciale pour les biens culturels de base de 95,2 en 1994 à 32,8 en 2002. Elles étaient exportatrices nettes de médias audiovisuels, d'arts visuels et de biens du patrimoine en 2002. Le Tableau statistique III-4 (voir Annexe I) indique qu'étant donné les résultats imprévisibles durant cette période, aucune tendance claire ne pouvait se dégager.

Les économies à revenu moyen-élevé ont continuellement subi un déséquilibre et une volatilité entre 1994 et 2001. Elles ont atteint l'équilibre en 2002 seulement grâce aux médias audiovisuels, qui ont compté pour une grande proportion de biens culturels de base, tandis que les économies à revenu moyen-élevé demeuraient toujours importatrices nettes pour d'autres catégories.

Le taux de couverture du commerce se définit comme la valeur des exportations divisée par celle des importations en dollars US courants, multipliée par 100. Il sert à discerner si un pays est importateur net ou exportateur net de biens culturels. Il permet non seulement de visualiser la balance commerciale extérieure, mais aussi de fournir une mesure des exportations relativement aux importations. Une valeur de 100 indique que la balance commerciale extérieure est égale pour les biens culturels de base. Lorsque le résultat dépasse 100, les exportations devancent les importations sur le plan de la valeur pour la catégorie sélectionnée.

3.3.3. Identification de certains pays déclarants

Cette section aborde une analyse séparée de la position relative des exportations et des importations pour un certain nombre de pays en voie de développement et en transition (dont l'économie est à faible revenu ou à revenu moyen).

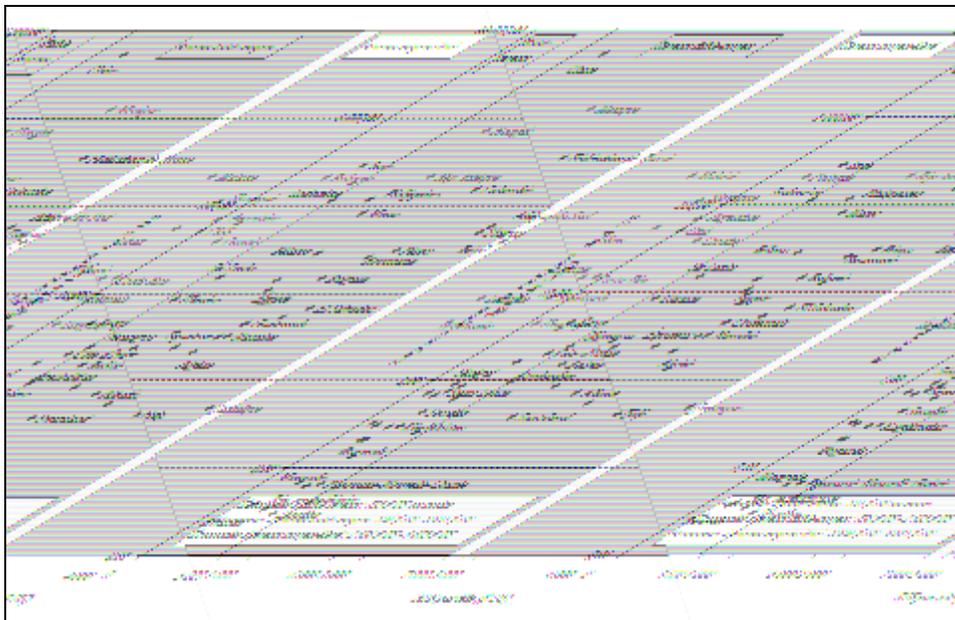
Les pays à faible et à moyen revenus sont privilégiés afin d'examiner s'ils peuvent concurrencer les pays à revenu élevé, puisque peu d'information est connue sur les flux du commerce au sein de ces pays.

Les **Figures 10** et **11** identifient des pays qui jouent un rôle primordial au sein des divers groupes de pays catégorisés par niveau de revenu (définis à titre d'économies à faible revenu, à revenu faible-moyen, et à revenu moyen-élevé). Elles servent uniquement à aider à dégager les tendances commerciales dans les pays classés sous la même catégorie. Elles reflètent aussi le

volume d'exportations et d'importations liées à d'autres facteurs, tels que l'ampleur d'un marché local et l'infrastructure.

Comme le montre la Figure 10, il existe une corrélation évidente entre le revenu intérieur brut (RIB) par tête et les exportations de biens culturels. Elle indique qu'inévitablement les plus grands pays enregistrent, dans une certaine mesure, des volumes absolus d'exportations plus élevés. La Figure 10 illustre que 90 % des pays à faible revenu jouent un rôle marginal dans l'exportation de biens culturels, avec un montant total inférieur à 10 millions \$ US en 2002. La plupart des pays africains appartenant à cette catégorie jouent un rôle de moindre importance dans le commerce des biens culturels. Fait intéressant, l'Inde, avec 284,4 millions \$ US, et l'Indonésie, avec 112,3 millions \$ US, se sont avérés les seuls pays de cette catégorie qui ont surpassé le seuil de 100 millions \$ US en 2002.

Figure 10. Exportations de biens culturels de base classées selon le niveau de revenu, 2002⁹



Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004. *World Bank Atlas*, 2003.

⁹ Il est à noter que des axes à échelle logarithmique sont employés dans le graphique. Ils entraînent l'amplification de fluctuations mineures et l'aplanissement de fluctuations majeures. Les disparités entre pays sont en réalité considérablement plus grandes qu'elles ne le paraissent dans le graphique. Par exemple, l'Inde et la Chine, rapprochées l'une de l'autre, présentent des chiffres d'exportation très différents, soit 284 millions \$ US et 5,3 milliards \$ US respectivement.

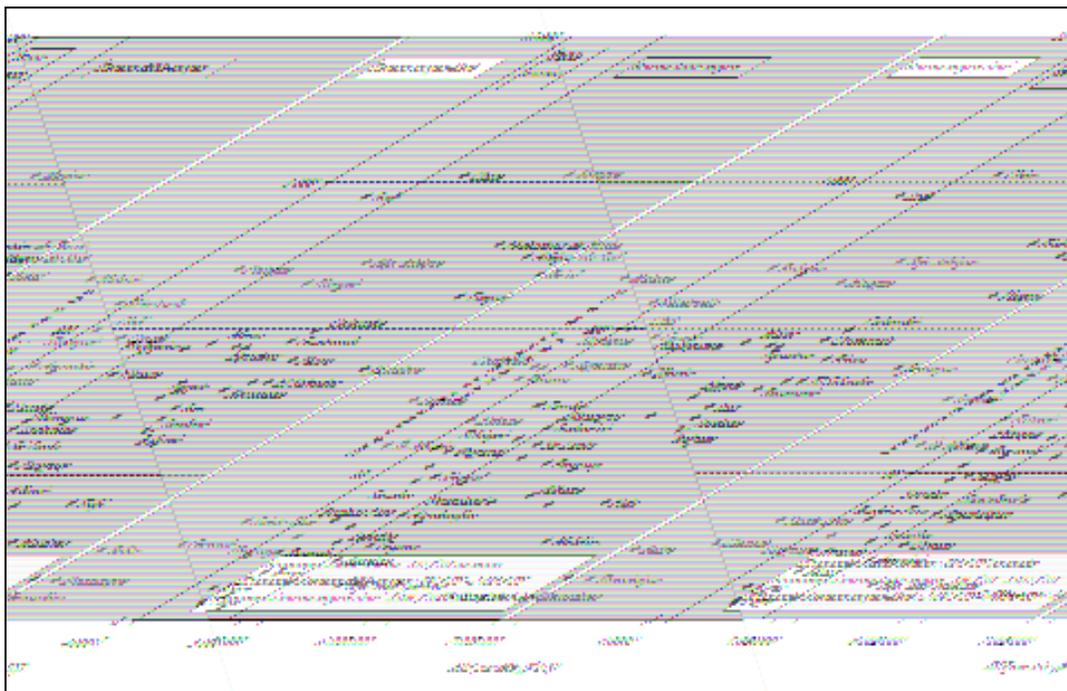
Dans le cadre des économies à revenu faible-moyen, les exportations de la Chine dominaient largement celles d'autres pays en voie de développement et en transition. L'Afrique du Sud et le Maroc, grâce à leurs niveaux d'exportation de 56,9 millions \$ US et de 83,3 millions \$ US respectivement, apparaissent également en qualité de fournisseurs de biens culturels d'importance en 2002. Les pays qui commencent à jouer un rôle plus imposant dans l'exportation de biens culturels comprennent la Colombie, les Philippines et la Fédération de Russie. D'autres pays dans la même catégorie de revenu, y compris certains pays latino-américains et africains, affichent de très faibles montants d'exportation.

Deux tiers des pays sous la catégorie des économies à revenu moyen-élevé présentent des chiffres d'exportation de biens culturels de niveau moyen ou élevé (supérieur à 10 millions \$ US). Dans cette catégorie, le Mexique est ressorti comme le plus grand exportateur de biens

culturels en 2002 avec un montant total d'exportation supérieur à 1 milliard \$ US, suivi de la Hongrie avec 719,5 millions \$ US.

La corrélation entre le RIB par tête et les importations est plus faible qu'avec les exportations. La Figure 11 indique une dispersion moindre entre les pays pour les importations que pour les exportations, puisque la plupart des pays mentionnés ont des importations mineures. Plus précisément, le montant total d'importation se situait sous la barre des 10 millions \$ US en 2002 pour 65 % des économies à faible revenu, ce qui démontre le rôle plus restreint joué par ces pays à l'importation. L'Inde se démarque du reste des pays de cette catégorie grâce à ses 803,5 millions \$ US en importations de biens culturels. Dans ce groupe, le Kenya, le Nicaragua et la Zambie ont déclaré des chiffres d'exportation supérieurs à 10 millions \$ US en 2002, soit 29,4 millions \$ US, 30 millions \$ US et 23,3 millions \$ US respectivement.

Figure 11. Importations de biens culturels de base classées selon le revenu, 2002



Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004. *World Bank Atlas*, 2003.

Parmi les économies à revenu faible-moyen, le chiffre moyen d'importation de biens culturels par pays était sous les 100 millions \$ US. La Chine a déclaré au-delà de 1.1 milliards \$ US en importations, tandis que le Brésil, l'Afrique du Sud, la Fédération de Russie et la Turquie ont tous importé plus de 100 millions \$ US en biens culturels.

Une diversité encore plus marquée ressort dans les économies à revenu moyen-élevé où la dispersion entre les pays les étend le long de l'échelle de moins de 10 millions \$ US jusqu'à plus de 500 millions \$ US en importations. Le Mexique représente la seule économie à revenu moyen-élevé affichant au-delà de 1 milliard \$ US en importations.

3.4. Origine et destination de biens culturels : cinq études de cas

Cette section présente des exemples de structure et de distribution de partenaires commerciaux dans cinq pays de différentes parties du globe. Ces études de cas exposent différents modèles d'intégration dans le marché mondial des biens culturels en 2003.

L'analyse identifie des partenaires commerciaux d'importance des pays sélectionnés tant pour les exportations que pour les importations. Elle

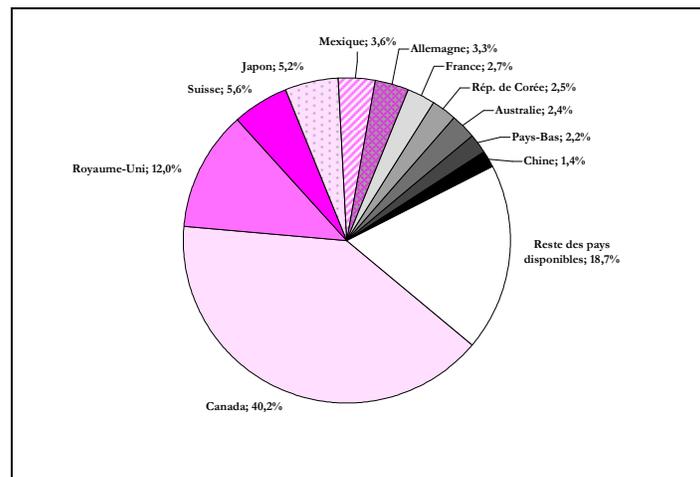
donne une indication de la source de biens culturels importés qui entrent dans le pays et la destination des biens culturels qu'exporte le pays.

Cas 1 : États-Unis

Les États-Unis étaient importateurs net de biens culturels en 2003. Ils ressortent comme étant premier importateur avec 13,7 milliards \$ US et second exportateur avec 7,9 milliards \$ US.

Les exportations états-uniennes de biens culturels de base en 2003 étaient surtout destinées à des pays à revenu élevé. En effet, plus d'un tiers d'entre elles sont allées au Canada (*voir Figure 12*). La part du Canada parmi tous les pays partenaires a grimpé de 31,5 % à 40,2 % entre 1994 et 2003. La position du Canada peut s'expliquer par l'Accord de libre échange nord-américain (ALÉNA), qui prévoit un accès privilégié aux produits états-uniens dans le marché canadien. Le Mexique s'est avéré la cinquième destination des exportations états-uniennes en 2003, grâce au même accord. Parmi les autres principales destinations des exportations états-uniennes, citons des pays à revenu élevé comme le Japon, l'Allemagne et le Royaume-Uni.

Figure 12. Partenaires commerciaux d'exportation de biens culturels de base des États-Unis, 2003

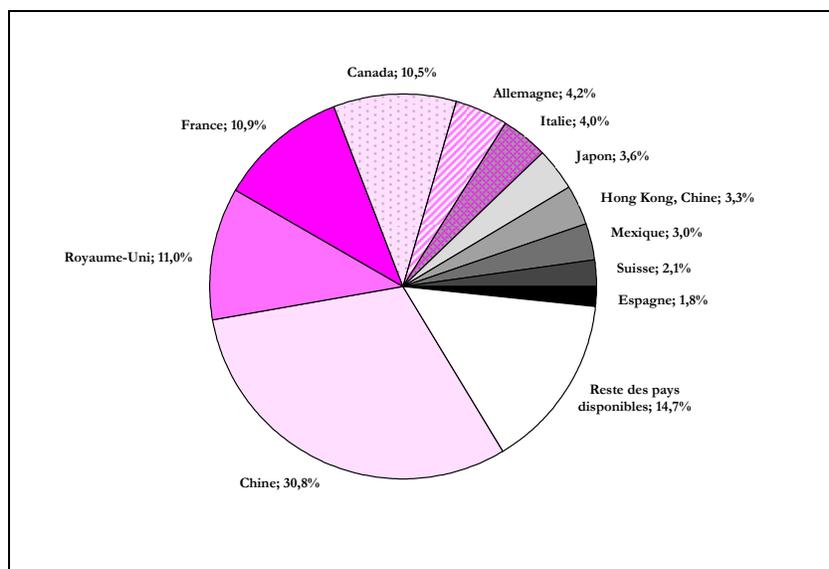


Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

En 2002, les importations états-uniennes provenaient surtout de la Chine et d'autres pays à revenu élevé. Cette tendance diffère largement de la situation qui régnait en 1994, car depuis le Japon a perdu sa position de tête en faveur de la Chine. Cette dernière est devenue le premier

partenaire des États-Unis avec une part de 30,8 % en 2003 ; cette part ne comptait que pour 8 % en 1994 (voir **Figure 13** et *Tableau statistique IV-1 de l'Annexe I*). Hormis le Japon et la Chine, la source des importations états-uniennes s'est concentrée parmi les pays à revenu élevé en 2003.

Figure 13. Partenaires commerciaux d'importation de biens culturels de base des États-Unis, 2003



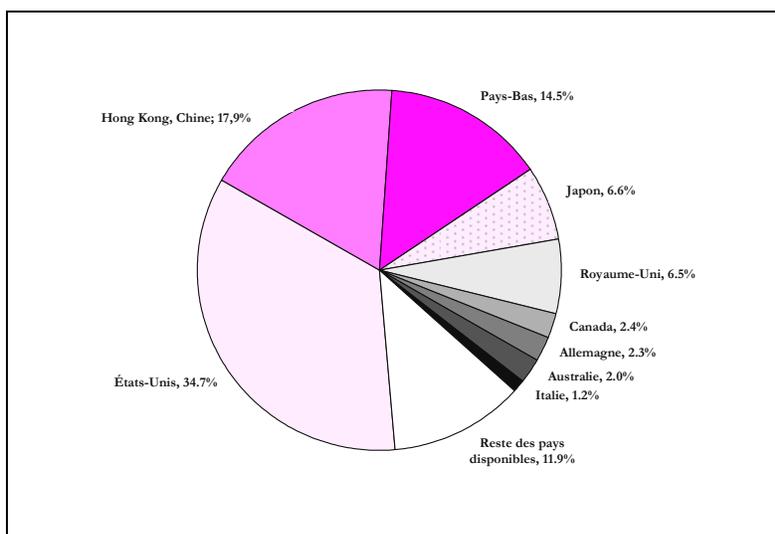
Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

Cas 2 : Chine

La Chine a commencé à s'imposer dans le commerce international dès le début des années 1990. Depuis le milieu de la même décennie, la balance commerciale de la Chine est devenue positive. C'est aussi le cas des biens culturels de base ; la Chine est un exportateur net, affichant un total d'exportation de 5,8 milliards \$ US, mais seulement 1,2 milliard \$ US en importations (voir *Tableau statistique IV-2 de l'Annexe I*).

Les économies à revenu élevé sont les principaux partenaires des exportations chinoises. Tel que l'a énoncé plus tôt l'étude de cas des États-Unis, un tiers des biens culturels chinois se sont dirigés vers les États-Unis en 2003 (voir **Figure 14**). Ce chiffre a légèrement augmenté entre 1994 et 2003, passant de 31,3 % à 34,7 % (voir *Tableau statistique IV-2 de l'Annexe I*).

Figure 14. Partenaires commerciaux d'exportation de biens culturels de base de la Chine, 2003

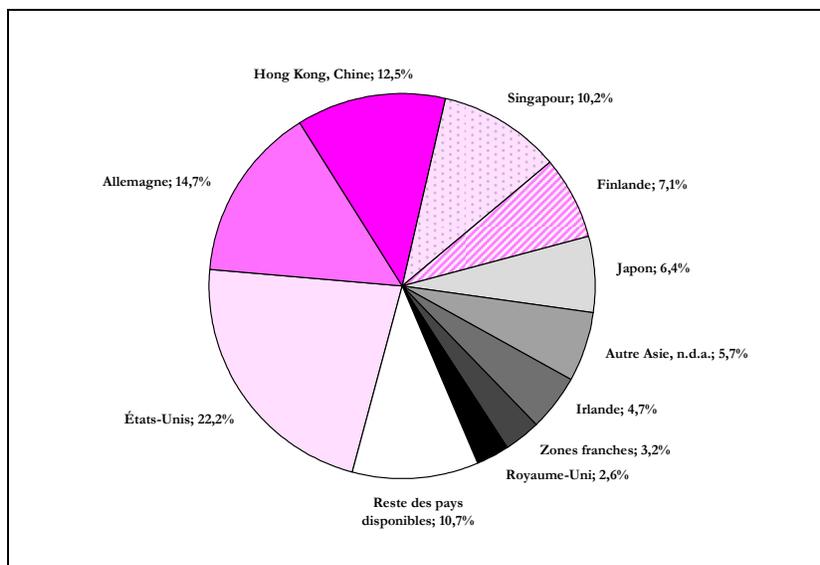


Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

Les sources des importations chinoises se sont diversifiées depuis 1994. La part des quatre plus grands partenaires des importations de la Chine s'est resserrée de 84 % à 60 % entre 1994 et 2003. Deux pays, soit les États-Unis avec 22,2 %

(une réduction comparativement à 29 % en 1994) et l'Allemagne avec 14 %, ont constitué la principale source des importations en 2003 (voir *Figure 15*).

Figure 15. Partenaires commerciaux d'importation de biens culturels de base de la Chine, 2003



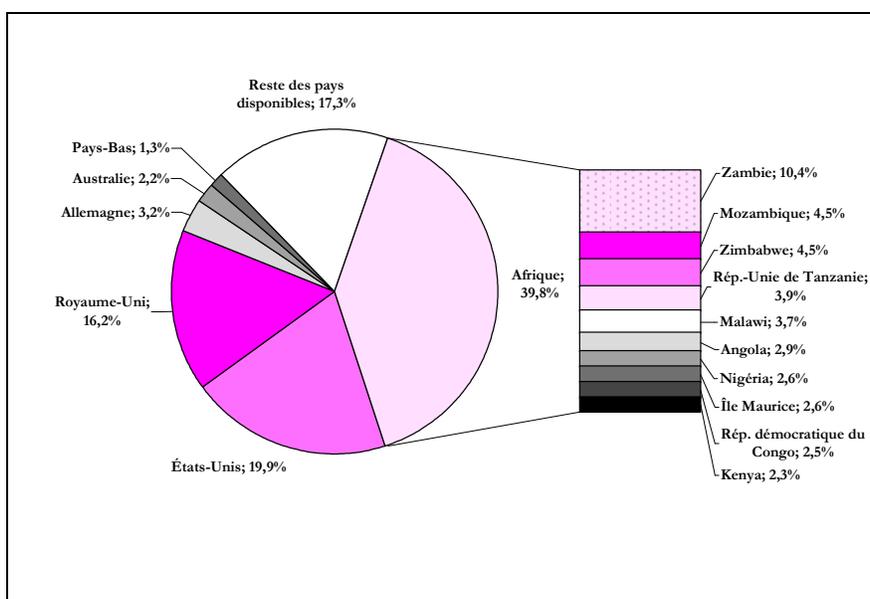
Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

Cas 3 : Afrique du Sud¹⁰

L'Afrique du Sud est le seul pays d'Afrique Sub-saharienne à jouer un rôle prééminent dans le commerce des biens culturels de base. Par ailleurs, le Zimbabwe commence à exporter certains biens, mais à un niveau de loin inférieur. L'Afrique du Sud était un importateur net en 2003, affichant un montant total d'exportation de 64,1 millions \$ US comparativement à un chiffre d'importation de 322,6 millions \$ US.

L'Afrique du Sud a exporté environ 40 % de biens culturels à d'autres pays d'Afrique Sub-saharienne en 2003. Néanmoins, les États-Unis constituaient la première destination de biens sud-africains, avec une part de 20 % de ces envois en 2003 (voir **Figure 16**).

Figure 16. Partenaires commerciaux d'exportation de biens culturels de base d'Afrique du Sud, 2003



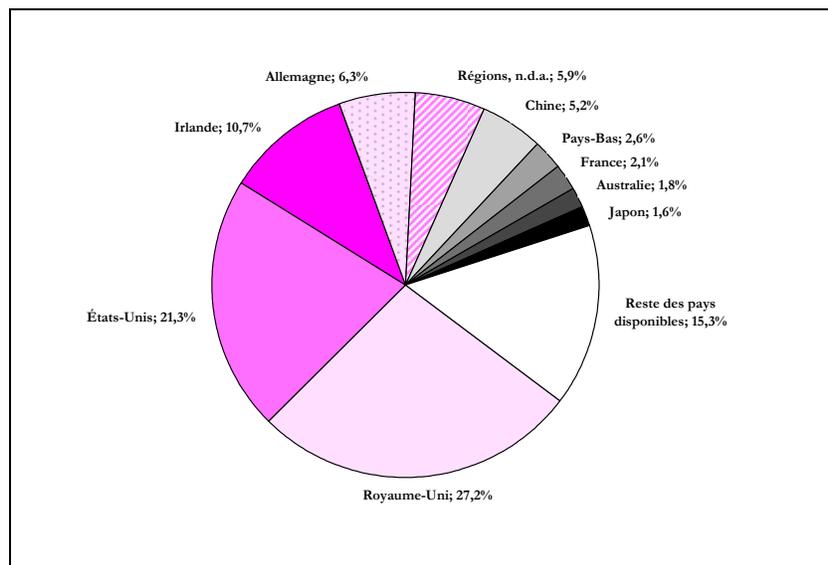
Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

Bien que d'autres pays d'Afrique Sub-saharienne aient reçu un grand nombre de biens de l'Afrique du Sud, ils ne constituent pas les premiers exportateurs vers le marché sud-africain (voir **Figure 17**). En effet, 60 % des importations de l'Afrique du Sud en biens culturels de base en

2003 provenaient de pays à revenu élevé. Parmi ceux-ci, les États-Unis et le Royaume-Uni ont fourni presque la moitié des importations de l'Afrique du Sud en 2003.

¹⁰ Il est impossible d'effectuer une analyse de tendance pour l'Afrique du Sud, puisque ses données étaient amalgamées avec celles de l'Union douanière d'Afrique australe jusqu'en 1999.

Figure 17. Partenaires commerciaux d'importation de biens culturels de base d'Afrique du Sud, 2003



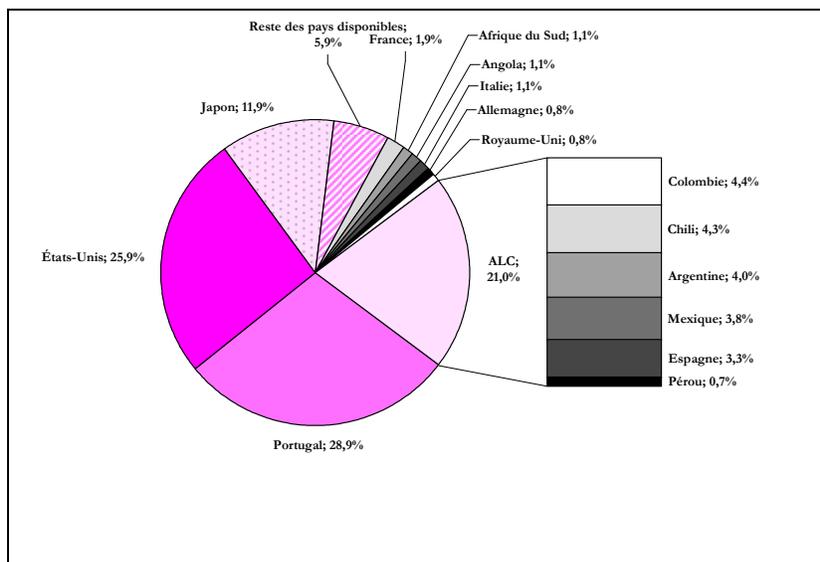
Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

Cas 4 : Brésil

Le Brésil était un importateur net de biens culturels en 1994, avec un chiffre d'importation de 165,9 millions \$ US, soit trois fois plus que la valeur de ses exportations (56,9 millions \$ US) (voir *Tableau statistique IV-4 dans l'Annexe I*). La balance était également négative en 2003, mais à un niveau moindre qu'en 1994 en raison de la perte d'un tiers de la valeur des importations (totalisant 105,7 millions \$ US en 2003) tandis que la valeur des exportations demeurait presque au même niveau. La compression de la valeur des importations brésiliennes s'explique par la forte baisse des jeux vidéo et des médias enregistrés, dont la valeur a régressé de 50 % entre 1994 et 2002. Un autre facteur possible serait la création de la zone économique libre de Manaus au milieu des années 1990, qui a augmenté la capacité de production du Brésil et réduit le besoin en importations.

Le Mexique est le seul pays de l'Amérique latine et Caraïbes (ALC) figurant parmi les 20 premiers pays importateurs ou exportateurs de biens culturels en 2003. Il s'ensuit que les destinations des produits brésiliens n'ont montré aucune tendance régionale en 2003 (voir *Figure 18*). La convergence régionale s'était révélée plus marquée en 1994, lorsque 38,1 % des exportations brésiliennes se dirigeaient vers des pays hispaniques, mais cette part a diminué avec 21 % en 2003. Entre 1994 et 2003, le Japon a perdu sa position de chef de file des pays de destination des exportations brésiliennes en cédant sa place au Portugal (la part du Japon chutant de 28,8 % à 11,9 %). En 2003, les États-Unis sont devenus la deuxième destination la plus courante des exportations brésiliennes.

Figure 18. Partenaires commerciaux d'exportation de biens culturels de base du Brésil, 2003

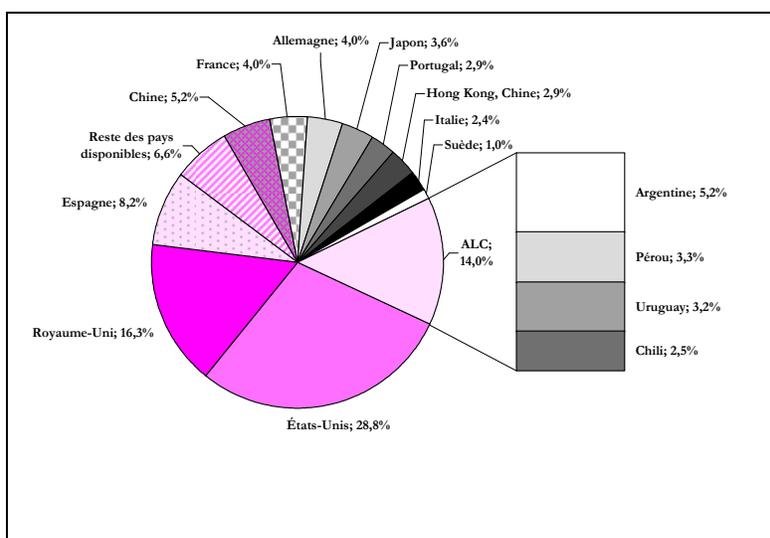


Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

En 2003, 45,1 % des importations brésiliennes tiraient leur origine de seulement deux pays : les États-Unis (avec une part de 28,8 %) et le Royaume-Uni (avec une part de 16,3 %) (voir **Figure 19**), tandis que les pays de l'ALC ont fourni seulement 14 % des importations brésiliennes. Néanmoins, depuis 1994, le Brésil a un peu diversifié la provenance de ses importations.

Les États-Unis ont connu une diminution considérable de leur part relative, soit de 41,3 % en 1994 à 28,8 % en 2003. Le Japon quant à lui a reculé de 10,9 % à 3,6 % ; l'Argentine et le Chili ont également subi un léger déclin de leur part en pourcentage. Les pays qui ont accru leur part en 2003 étaient le Royaume-Uni, l'Espagne et la Chine.

Figure 19. Partenaires commerciaux d'importation de biens culturels de base du Brésil, 2003



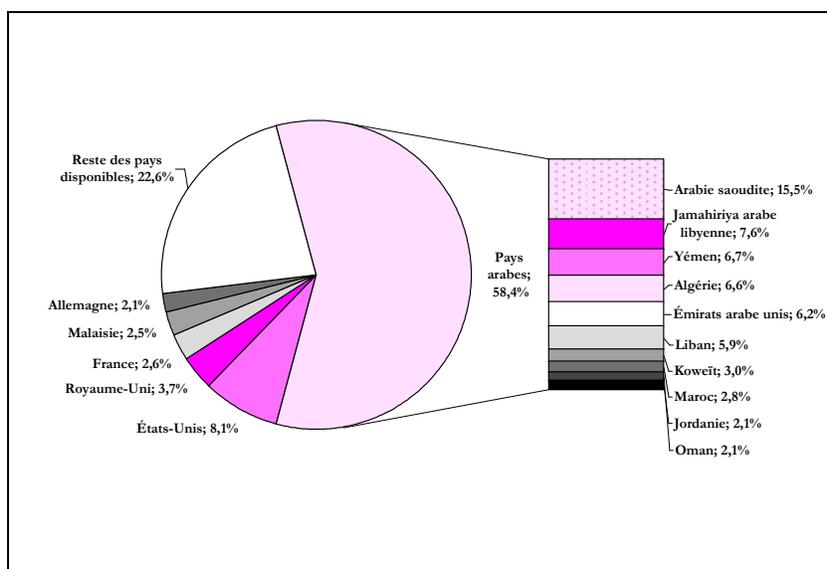
Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

Cas 5 : Égypte

L'Égypte était un importateur net de biens culturels en 2002. Les exportations de biens culturels de l'Égypte ont perdu un tiers de leur valeur en dollars US courants de 1994 à 2002, rétrécissant de 15,5 millions \$ US à 10,7 millions \$ US (voir *Tableau statistique IV-5 dans l'Annexe I*). Durant la même période, les importations ont gagné la moitié de leur valeur, gonflant de 22,1 millions \$ US à 33,2 millions \$ US.

Les exportations de l'Égypte en 2002 avaient pour principales destinations les pays arabes, comptant pour 58,4 % de la part totale, et les États-Unis (voir *Figure 20*). Les destinations des exportations de l'Égypte ont modérément changé entre 1994 et 2002, mais l'Arabie saoudite est demeurée la première destination des exportations égyptiennes, quoique sa part se soit amenuisée passant de 25,6 % en 1994 à 15,5 % en 2002.

Figure 20. Partenaires commerciaux d'exportation de biens culturels de base de l'Égypte, 2002

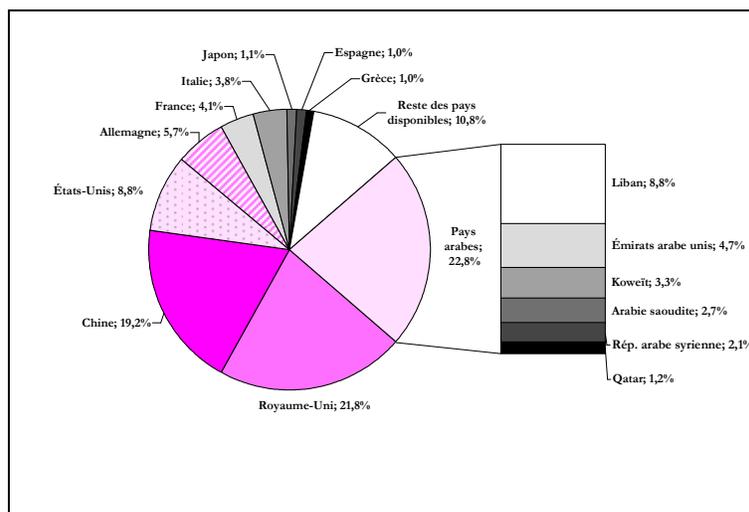


Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

Les pays arabes représentent 22,8 % des importations égyptiennes de biens culturels (voir *Figure 21*). La Chine et le Royaume-Uni constituaient les deux premières sources de biens

culturels en 2002. La position du Royaume-Uni n'a subi aucun changement de 1994 à 2002, pendant que la Chine a presque doublé sa part durant la même période, de 10,3 % à 19,2 %.

Figure 21. Partenaires commerciaux d'importation de biens culturels de base de l'Égypte, 2002



Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

3.5. Composantes du commerce

Cette section présente une analyse détaillée des principales catégories culturelles de base. Elle examine la part de chaque secteur relativement au commerce mondial de biens culturels de base, l'évolution des importations et exportations, et la position des principaux acteurs commerciaux. L'analyse se fonde sur le **Tableau 1** et les Tableaux statistiques II, III et V (*voir Annexe I*).

Selon les données douanières, le commerce de biens culturels de base a fortement progressé, haussant de 39,3 milliards \$ US en 1994 à 59,2 milliards \$ US en 2002. Toutefois, à partir de ces chiffres, cela représentait environ 1 % du commerce total en 2002. Ce pourcentage est demeuré le même au cours des dix dernières années. Ces chiffres pourront surprendre au vu de la perception de l'importance croissante des industries culturelles dans l'économie mondiale. C'est pourquoi afin d'évaluer la véritable valeur des industries culturelles et des échanges internationaux auxquels elles donnent lieu, il est

nécessaire d'examiner des sources de données autres que les douanes. De telles données se rattacheront tant à la production culturelle qu'aux marchés culturels.

Tableau 1. Commerce¹¹ de biens culturels de base, 1994-2002

Biens culturels de base	Valeur en 2002, en milliards de \$ US	Part en 2002	Variation de la part entre 1994 et 2002
Biens du patrimoine	2,2	3,8	-13,9
Médias imprimés	18,2	30,0	-16,6
<i>Livres</i>	11,3	19,1	-14,4
<i>Journaux et périodiques</i>	4,5	7,7	-23,1
<i>Autres imprimés</i>	2,4	4,0	-13,2
Médias enregistrés	19,0	32,0	-1,0
Arts visuels	11,3	19,1	-3,6
Médias audiovisuels	8,5	14,3	117,4
Total de biens culturels de base	59,2	100	

Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

¹¹ La valeur du commerce se calcule comme étant la somme des exportations et des importations divisée par deux.

Le Tableau 1 montre que les médias audiovisuels ont connu le changement le plus important en termes relatifs durant cette période, tandis que les médias imprimés ont perdu leur position de tête. Cependant, les médias enregistrés (31 %), les médias imprimés (30 %) et les arts visuels (20 %) ont continué de prédominer les flux du commerce international de biens culturels en 2002. Les médias audiovisuels ont représenté seulement 14 % de ce commerce. Une analyse détaillée par catégorie individuelle suit ci-dessous.

3.5.1. Biens du patrimoine

La catégorie des biens du patrimoine correspond aux « collections et pièces de collection » et aux « antiquités de plus de 100 ans ». Vraisemblablement, ces deux rubriques ne représentent pas adéquatement les biens du patrimoine, d'où la présentation d'une analyse plus courte dans cette section. Puisque cette catégorie n'est pas totalement représentative, cela peut également expliquer le rôle relativement marginal des biens du patrimoine dans le commerce des biens culturels, soit une part de seulement 3,7 % et une valeur de 2,2 milliards \$ US en 2002. En ce qui concerne les importations et exportations, les économies à revenu élevé ont dominé le marché avec une part de plus de 98 % en 2002. Cette part est demeurée au même niveau entre 1994 et 2002.

Dans la catégorie des biens du patrimoine, l'Europe joue un rôle prépondérant avec sa part de 87 % des exportations et de 38,5 % des importations en 2002. L'Amérique du Nord a augmenté sa part de 41 % à 54 % entre 1994 et 2002.

Au chapitre des exportations, le Royaume-Uni s'est avéré l'unique pays ayant dominé ce marché en 2002 avec une valeur de 1 milliard \$ US, représentant 58 % de cette catégorie. Il est intéressant de noter que le Zimbabwe a eu un taux élevé de croissance annuel moyen entre 1994 et 2002, et est devenu le neuvième plus grand pays exportateur en 2002, mais avec une maigre part de 1 %.

Les États-Unis ont dominé les importations de biens du patrimoine avec un montant total de

1,4 milliard \$ US, comptant pour 52,7 % de ce marché en 2002. Mis ensemble avec le Royaume-Uni, ces deux pays détenaient une part de 78,2 % en 2002.

3.5.2. Médias imprimés

La catégorie des médias imprimés englobe les livres, les journaux, les périodiques et d'autres imprimés. Ensemble, ils comptent pour 30,8 % de la part du commerce total des biens culturels, dont 19,1 % représente le commerce des livres, soit la composante de premier plan de cette catégorie (*voir Tableau 1*). En 2002, le commerce des médias imprimés dans l'ensemble s'est élevé à 18,2 milliards \$ US, dont 11,3 milliards \$ US incluaient les livres, 4,5 milliards \$ US correspondaient aux journaux et périodiques, et 2,4 milliards \$ US concernaient d'autres imprimés.

En 2002, les médias imprimés constituaient la deuxième catégorie dominante, derrière les médias enregistrés. En effet, ils ont cédé leur première place par rapport à 1994 en passant de 36 % à 30 %. Cette tendance particulièrement marquante pour les journaux et les périodiques renseigne sur la nature des transformations que subissent ces industries. Il en résulte que l'effet produit par l'émergence des nouveaux médias, résultat de l'essor des technologies numériques, ne peut être écarté. La concurrence des sources électroniques d'information peut influencer le besoin d'échanges internationaux de journaux imprimés. Dans les économies à revenu élevé, il a été estimé que le pourcentage de journaux qui exploitent un site Web a presque doublé, passant de 40 % à 70 % entre 1998 et 2002 (Association mondiale des journaux, 2003).

La perte de l'importance des médias imprimés comparativement aux autres biens culturels s'explique par les faibles taux de croissance que leur commerce a enregistrés durant la période à l'étude. Les échanges internationaux de journaux et de périodiques ont connu les plus faibles taux de croissance, affichant une augmentation annuelle moyenne de 2,1 %, pendant que les livres et autres imprimés ont progressé à des taux annuels de 3,7 % et de 3,9 % respectivement entre 1994 et 2002 (*voir Tableau statistique III-3*¹²

dans l'Annexe I). Toutefois, les données disponibles révèlent aussi des différences appréciables de rendement parmi les pays selon leur niveau de revenu. Tandis que le taux de croissance du commerce de différents médias imprimés s'est maintenu entre 1,8 % et 3,4 % dans les pays à revenu élevé, tous les autres pays ont enregistré des taux de croissance beaucoup plus élevés entre 1994 et 2002.

En dépit des taux de croissance annuels moyens élevés dont profitent les économies à faible revenu dans cette catégorie (12,3 % pour les journaux et les périodiques, 12,5 % pour les livres, et 14,3 % pour les autres imprimés), leur part du commerce mondial pour ces catégories de biens est demeurée négligeable durant cette période. Les envois provenant d'économies à revenu élevé se chiffraient à 86,7 % de toutes les exportations de livres, à 93,1 % des journaux et périodiques, et à 87,8 % des autres imprimés. Il a été possible d'observer des chiffres semblables pour les importations où les échanges provenant de tous les autres pays étaient de faible valeur (voir *Tableaux statistiques II dans l'Annexe I*).

L'Europe a enregistré des volumes supérieurs d'échange dans toutes les catégories pour les exportations et les importations. En 2002, les pays européens ont compté pour 51,3 % du commerce mondial en autres imprimés, 53,1 % en livres et 66,6 % en journaux et périodiques (voir *Tableaux statistiques IV dans l'Annexe I*). L'Amérique du Nord constitue la deuxième région la plus active dans ce domaine, car ses échanges ont totalisé entre un et deux tiers de ceux de l'Europe suivant la catégorie considérée. En d'autres termes, la structure régionale du commerce est demeurée stable entre 1994 et 2002, l'Europe et l'Amérique du Nord s'y prévalant la majorité des échanges. Les chiffres révèlent une participation mineure de la part de pays asiatiques, tandis que des pays africains ont

enregistré des volumes négligeables d'échanges commerciaux.

L'Allemagne, la France, l'Espagne, le Royaume-Uni et les États-Unis se sont avérés les plus grands exportateurs en 2002, leurs fournitures conjointes représentant 58,8 % des exportations mondiales. Sur le plan des importations, le Canada, la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni et les États-Unis ont constitué les destinations principales, occupant 47,2% du marché des importations de 2002 (voir *Tableaux statistiques V dans l'Annexe I*). Fait intéressant, certains exportateurs non traditionnels ont enregistré des taux de croissance élevés, par exemple la Malaisie et la Chine au chapitre des livres, et la République tchèque et la Pologne sur le plan des journaux et périodiques. Ce phénomène s'explique en partie par leur faible montant initial d'exportation, tandis que leur part de marché (sauf pour la Chine) restait habituellement à 1 %.

3.5.3. Médias enregistrés

Cette catégorie englobe les disques pour tourne-disques, les disques pour lecteurs au laser aux fins de reproduction sonore seulement, les bandes magnétiques (enregistrées) et autres médias enregistrés aux fins de reproduction sonore.

Compte tenu de tous les échanges de biens culturels à l'échelle internationale, la part des médias enregistrés a reculé de seulement 1 % de 1994 à 2002. En 2002, cette catégorie représentait une part appréciable de 32 % de la valeur de tout le commerce de biens culturels.

En 2002, la valeur totale des médias enregistrés à l'échelle mondiale a atteint 19 milliards \$ US pour les importations et 18,4 milliards \$ US pour les exportations. Ces chiffres doivent être mis en perspective en fonction du contexte en les comparant avec la taille globale de l'industrie de l'enregistrement sonore¹³ (voir *Boîte 4*).

¹² Les médias imprimés comprennent les livres, les journaux et périodiques, et d'autres imprimés.

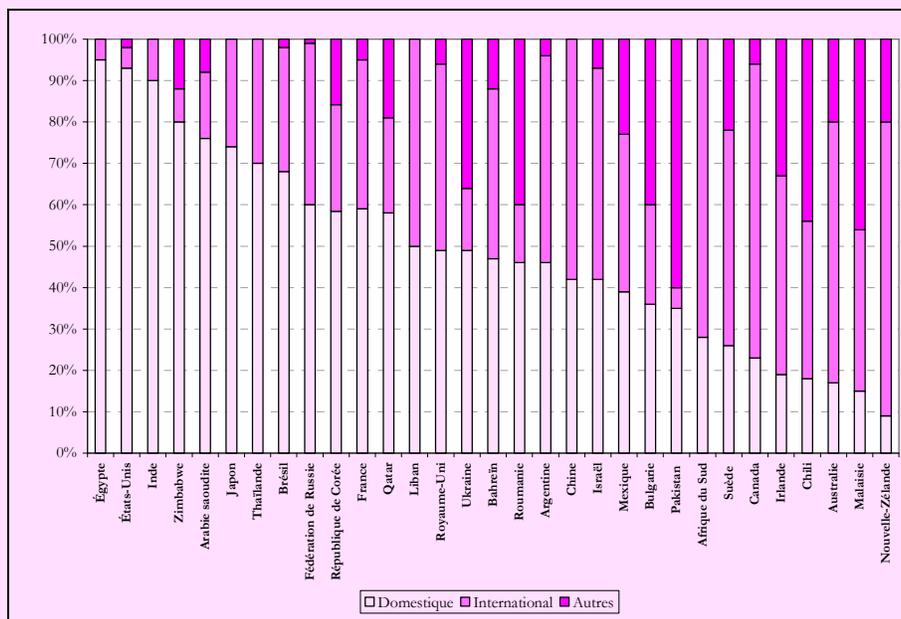
Boîte 4. Le secteur de la musique : le marché des médias enregistrés

Malgré la crise largement médiatisée au milieu des années 1990, l'industrie de la musique demeure encore puissante et joue un rôle capital dans la croissance économique de nombreux pays à tous les stades de développement. Les ventes de détail mondiales signalées de l'industrie de la musique pour 2002 ont atteint un volume de 3 milliards d'unités et un montant total de 31 milliards \$ US.

En 2002, les marchés mondiaux de la musique ont été dominés par les États-Unis (39,8 % des ventes mondiales), l'Europe (34,6 %) et le Japon (14,8 %) tant pour le volume que pour la valeur. L'Asie s'est appropriée 17,7 % du marché mondial de la musique et est ressortie troisième, avec le Japon comptant pour environ 80 % des ventes dans la région. L'Amérique latine, où la musique était considérée comme le segment ayant la plus rapide expansion de toute l'économie mondiale de divertissement au milieu des années 1990, a détenu seulement 3,2 % du marché mondial de la musique en 2002. Le marché de la musique africaine s'est avéré le plus petit marché régional, avec seulement 130,7 millions \$ US en 2002, pour une infime part de 0,4 % des ventes mondiales totales. Cependant, la base servant à l'évaluation de l'ampleur du marché africain semble contestable, car les données sur les ventes de musique enregistrée n'étaient disponibles que pour deux pays.

La demande intérieure de musique produite localement et sa relation avec la musique enregistrée importée constituent un élément vital dans la compréhension du commerce international de musique enregistrée. Le **Figure 22** illustre la part de marché de contenus importés dans certains marchés de musique sélectionnés. Il est à noter que les données sur la musique produite localement sont disponibles seulement pour les ventes d'enregistrements, et même ces chiffres sont incomplets. Les données existantes semblent indiquer une croissance de 10 % dans la demande moyenne mondiale de répertoires locaux au cours des années 1990, bien que depuis 2000, certains éléments de preuve d'un ralentissement de la demande sont apparus. La préférence des répertoires locaux peut indiquer une certaine amélioration de l'aptitude des industries de musique locales à servir leurs auditoires locaux respectifs ; cependant, cela ne signifie pas nécessairement que seules les entreprises locales produisent et distribuent toujours le répertoire local.

Figure 22. Origine du répertoire exprimée en pourcentage de la valeur du marché¹⁴, 2002



Source : *The Recording Industry in Numbers*, 2003, IFPI.

¹³ Les ventes de détail mondiales déclarées en 2002 s'élevaient à environ 3 milliards d'unités pour une valeur de 31 milliards \$ US (voir Boîte 4).

¹⁴ La catégorie « Multi artiste » est incluse quand elle a été fournie, « Autres » englobe le régional, le classique et le multi artiste.

En ce qui a trait au commerce selon le niveau de revenu, les Tableaux statistiques II (*voir Annexe I*) indiquent qu'en 2002, les pays à revenu élevé occupaient toujours la tête et comptaient pour 94,1 % des exportations mondiales et 82,5 % des importations mondiales de médias enregistrés (les États-Unis et les pays de l'UE15 représentant à eux seuls 74,8 % et 55,6 % des exportations et importations mondiales respectivement). Toutefois, des signes encourageants sont aussi apparus dans les pays en transition et en voie de développement. En effet, ils ont vu leur part doubler de 8,8 % en 1994 à 17,5 % en 2002, et jouissent d'un taux de croissance annuel particulièrement élevé durant cette période (20 % en moyenne pour les trois catégories). Toutefois, comme dans d'autres secteurs des industries culturelles, cette croissance ne s'est pas avérée homogène, et a profité seulement à un petit nombre de pays en transition et en voie de développement, spécialement ceux d'Asie. En effet, l'Asie s'est classée au troisième rang des régions exportatrices de biens musicaux, passant de 7,6 % des exportations mondiales en 1994 à 18,2 % en 2002, et de 15,8 % des importations mondiales à 21,8 %.

En 2002, les trois principaux exportateurs (les États-Unis, l'Allemagne et l'Irlande) ont représenté 40,4 % des exportations mondiales,

suivis du Royaume-Uni (8,9 %) et de Singapour (8,4 %). Les importations étaient réparties plus uniformément entre les cinq plus grands importateurs (Canada, France, Allemagne, Royaume-Uni et États-Unis), qui s'approprièrent ensemble 38 % des importations mondiales. Ainsi, l'importance de l'Irlande, du Japon, de l'Allemagne, du Royaume-Uni et des États-Unis à titre de participants de taille au commerce des produits musicaux devenait évidente. La position avantageuse de l'Irlande découle surtout de la présence dans ce pays d'un certain nombre de multinationales spécialisées en logiciels et en technologies de l'information qui contribuent à la réalisation de produits relatifs à la musique.

Toutefois, les données présentées ci-dessus ne donnent pas un aperçu complet de la direction et de l'ampleur des échanges internationaux de musique. Comme elles sont de provenance douanière, elles peuvent seulement illustrer les exportations et importations de produits de musique matériels, tandis qu'une large part du commerce musical international touche des versions originales produites localement en vue de distribution intérieure au détail. La **Boîte 5** souligne les difficultés de saisir la valeur de tels actifs incorporels.

Boîte 5. Saisir la valeur d'actifs incorporels : le cas des droits d'auteur de la musique jamaïcaine

Il a été estimé qu'en 2000, la musique jamaïcaine représentait presque 3,5 % du marché mondial de la musique, grâce à des revenus supérieurs à 1 milliard \$ US. Toutefois, une faible proportion de cette activité commerciale s'est exercée en Jamaïque, l'industrie intérieure de la musique a été évaluée entre 60 et 100 millions \$ US pour 2000. Cela comprend les revenus découlant de ventes de musique enregistrée, estimés entre 40 et 50 millions \$ US, et ceux qui proviennent de tournées à l'étranger, de concerts et festivals locaux et d'autres activités, estimés entre 20 et 25 millions \$ US. Toutefois, ces chiffres n'englobent pas les imposants revenus tirés mondialement de redevances sur des spectacles en public et payables aux chansonniers, interprètes et éditeurs de musique jamaïcains ainsi que de redevances semblables récoltées par des producteurs musicaux et interprètes n'ayant rien à voir avec les ventes réelles de disques. Seulement pour les compositeurs et interprètes jamaïcains, les redevances reçues par les sociétés perceptrices de redevances sur les droits d'auteur en Europe, en Asie et en Amérique du Nord ont été estimées à environ 385 millions \$ US.

Sources: *Music and the Jamaican Economy*, Michael Witter. OMPI CNUCED 2000.

Becoming a globally competitive player : The case of the Jamaican Music Industry, document de travail n° 138, CNUCED Zeljka Kozul-Wright et Lloyd Stanbury, 1998.

3.5.4. Arts visuels

Cette catégorie englobe les peintures et autres matériels, comme les gravures, les sculptures originales, les reproductions, les statuettes et autres ornements. En termes absolus, le commerce mondial d'arts visuels a totalisé 11,3 milliards \$ US en 2002. Avec une part de 20,4 % des échanges totaux de biens culturels, ces articles ont représenté la troisième catégorie prépondérante après les médias enregistrés et les médias imprimés, une position relative qui est demeurée relativement stable entre 1994 et 2002 avec une variation de -3,6. Les chiffres pour cette catégorie peuvent ne pas être internationalement comparables, et ce pour plusieurs raisons, comprenant la réglementation du marché, gouverné par des lois restreignant les exportations. Une autre raison serait le manque de clarté de la définition et de son biais implicite en faveur de l'Europe.

Bien que les exportations et importations d'arts visuels aient grimpé légèrement moins que les médias audiovisuels et enregistrés de 1994 à 2002, elles ont augmenté à des taux annuels moyens remarquables de 4,8 % et de 5,3 % respectivement. Cette croissance a été particulièrement importante pour les pays en voie de développement et les pays en transition. Les économies à faible revenu avaient observé une hausse annuelle moyenne de 8,4 % en exportations et de 9,2 % en importations, tandis que ces chiffres ont atteint 12 % et 11 % pour les économies à revenu faible-moyen (voir *Tableau statistique III-3 dans l'Annexe I*). Les économies à revenu moyen-élevé ont affiché une croissance annuelle robuste de 7,2 % en importations, mais ont subi un lourd recul de 5,9 % en exportations de 1994 à 2002. Les économies à revenu élevé ont enregistré des taux de croissance modérés pour les deux types de flux.

Ces tendances s'expliquent par le fait qu'en terme absolu, le flux des échanges se déroule essentiellement entre les économies à revenu élevé et à revenu faible-moyen. En 2002, les économies à revenu élevé ont fourni 71 % des exportations mondiales, et les économies à revenu faible-

moyen ont contribué à 26,5 %. De plus, 96,9 % de toutes les importations d'arts visuels ont eu comme destination finale les économies à revenu élevé.

Une analyse par région révèle qu'en 2002, les pays européens sont ressortis comme les principaux exportateurs de biens d'arts visuels en s'appropriant 58,3 % de ce marché mondial ; d'ailleurs, les membres de l'UE15 ont enregistré à eux seuls 49,6 % de toutes les exportations mondiales. Toutefois, ce chiffre est inférieur à 62,1 % que les pays de l'UE15 ont déclaré en 1994. Dans un certain sens, cela se rapporte à la montée des pays de l'Asie orientale, dont la part des exportations mondiales a crû de 14,5 % en 1994 à 25,1 % en 2002. Par conséquent, l'Amérique du Nord a reculé au deuxième rang, avec seulement 10,8 % des exportations totales en 2002. L'ALC et l'Afrique sont quasi absents des exportations, ne détenant que 1,4 % et 1,1 % du total mondial respectivement. Pour ce qui est des importations, les données ne relèvent que de deux grands marchés : l'Amérique du Nord, qui a augmenté sa part mondiale de 33,6 % à 43,5 % entre 1994 et 2002 ; et l'Europe, dont la part d'importations a fléchi de 49,2 % à 44,4 % durant cette période.

Le Royaume-Uni, la Chine, les États-Unis, l'Allemagne et la Suisse étaient les cinq plus grands exportateurs de biens d'arts visuels, avec une part combinée de 59,9 % des exportations mondiales en 2002. Ces pays ont également constitué les premiers importateurs mondiaux, sauf la Chine. Cela peut découler du fait que ces pays servent de carrefours commerciaux, où des œuvres d'art et des antiquités sont vendues et échangées. Ainsi, le rôle prééminent de Londres à titre de place centrale pour l'Europe explique la position du Royaume-Uni au rang de premier exportateur mondial.

Enfin, des pays en voie de développement comme l'Indonésie, les Philippines et le Maroc, grâce à leur taux de croissance moyen annuel, élevé au cours des dix dernières années, sont apparus au sein des 20 premiers exportateurs en 2002. Toutefois, malgré cette forte croissance, la

part de chacun de ces trois pays a représenté moins de 1 % des échanges entre tous les pays étudiés.

3.5.5 Médias audiovisuels

Cette catégorie comporte les films photographiques exposés et développés, les films cinématographiques exposés et développés, et les jeux vidéo à utiliser avec un téléviseur. L'expansion continue de la part des jeux vidéo (de 80 % en 1994 à 88 % en 2002) a réduit les autres médias audiovisuels à une présence symbolique. Les jeux vidéo sont donc devenus les principaux responsables de l'évolution de cette catégorie, les biens photographiques et cinématographiques n'y exerçant qu'une influence secondaire.

En 2002, le commerce des biens de médias audiovisuels a représenté 14,3 % des tous les échanges mondiaux de biens culturels de base. Bien que cette part soit toujours inférieure à celles des médias enregistrés, des arts visuels et des livres, les médias audiovisuels constituent la seule catégorie dont le poids relatif a augmenté durant la période à l'étude. Le pourcentage a plus que doublé entre 1994 et 2002, illustrant l'importante croissance des échanges qui ont déjà totalisé 8,5 milliards \$ US.

Les échanges internationaux de biens de médias audiovisuels ont profité de taux de croissance dynamiques. Les données sur les exportations font état d'un taux annuel moyen de 20,8 %, tandis que les statistiques sur les importations révèlent une hausse annuelle plus limitée mais quand même appréciable de 14 % (*voir Tableaux statistiques III dans l'Annexe I*). Le fait que les deux chiffres dépassent de loin la moyenne de 6 % pour le commerce international de marchandises total confirme le dynamisme de ce secteur. C'est d'autant plus remarquable étant donné que les flux d'exportation et d'importation pour tous les autres biens culturels ont surpassé la moyenne.

L'expansion rapide du flux du commerce s'accompagnait de changements dans la structure des échanges internationaux, surtout pour l'offre,

mais aussi sensiblement pour la demande. Les économies à faible revenu et à revenu moyen-élevé ont connu des hausses marquées de leurs exportations à des taux de croissance annuels moyens respectifs de 36,1 % et de 35,8 %, tandis que les économies à revenu élevé ont connu un taux de croissance annuel moyen beaucoup plus modéré de 13,4 % entre 1994 et 2002. Par conséquent, les médias audiovisuels sont devenus la seule catégorie dans laquelle les pays en voie de développement et en transition détiennent 50 % des exportations. La demande mondiale a évolué avec moins de dynamisme : les importations d'économies à faible revenu enregistrant le plus haut taux de croissance de 17,1 % au cours de la même période. Néanmoins, sur le plan des importations, les économies à revenu élevé ont profité d'une hausse de leur part en pourcentage comparativement à d'autres pays.

Du point de vue régional, la croissance des exportations provenant de l'Asie orientale a grimpé de 30,9 % du total mondial en 1994 à 49,1 % en 2002. Elle a érodé les parts des régions industrialisées telles que l'UE15 et l'Amérique du Nord, où les exportations ont marqué un recul de 35,9 % et 20,6 % en 1994 à 20,4 % et 7,8 % en 2002, respectivement. Le reste de l'Europe a connu une considérable augmentation durant cette période en raison du chiffre d'exportation de la Hongrie.

Les importations en Asie ont enregistré une croissance modérée, augmentant de 10,8 % à 14,3 %, ce qui a partiellement contrebalancé l'affaiblissement de la part des importations provenant des marchés nord-américains, de 53,1 % en 1994 à 47,5 % en 2002. Dans les pays d'Afrique, tant les importations que les exportations à titre de pourcentage du total mondial sont demeurées bien en-deçà de 1 %.

La Chine, l'Allemagne, la Hongrie, le Japon et le Mexique, en qualité des cinq plus grands exportateurs, ont compté pour 60,6 % des exportations mondiales en 2002. Les États-Unis, soit le principal marché international, représentaient à eux seuls 42,3 % de la demande

mondiale, suivis de la France, de l'Allemagne, de Hong Kong, Chine, et du Royaume-Uni (*voir Tableau statistique V-7 dans l'Annexe I*).

Dans une large mesure, les taux de croissance accélérés du commerce des médias audiovisuels entre 1994 et 2002 ont tiré leur source du rendement de la Chine, dont les jeux vidéo comptent pour 99 % de ses exportations audiovisuelles. Durant cette période, la Chine a démontré un avantage comparatif inégalé dans la production de jeux vidéo, augmentant ses exportations à un taux annuel moyen de 38,6 %. Par conséquent, dès 2002, la Chine avait consolidé sa position de figure de proue parmi les exportateurs, avec une part de 28,2 % du marché mondial et une valeur d'exportation de 2,3 milliards \$ US, bien au-delà de la marque de 1,2 milliard \$ US du Japon, le deuxième plus grand exportateur.

Une analyse consacrée uniquement aux films photographiques et cinématographiques, donc excluant les jeux vidéo, produirait des résultats entièrement différents. Dans le cadre de ce scénario, la Chine ne demeurerait pas le premier exportateur, et l'Inde deviendrait l'un des plus grands exportateurs aux côtés des pays à revenu élevé. Lorsqu'on exclut les jeux vidéo, la part d'exportations de l'Asie orientale se replie de 50 % à 30 %.

La mesure de la distribution internationale de films cinématographiques pose un problème de taille pour les statistiques douanières. D'habitude, les films se font exporter sur le marché de destination sous la forme de biens de production d'origine copiés et distribués localement. En conséquence, le petit nombre de biens échangés présente une valeur négligeable déclarée aux

douanes, tandis que la majeure partie des échanges internationaux se collecte à travers la balance des paiements sous la forme de reçus pour redevances et utilisation de licence. L'Inde constitue un exemple marquant : les statistiques douanières ne la classe pas parmi les premiers exportateurs de produits de médias audiovisuels, mais elle joue un rôle de premier plan à titre de producteur de films (*voir Boîte 6*).

En guise de conclusion, cette section démontre l'émergence de certains pays en voie de développement à titre de fournisseurs de produits culturels dans un champ limité de zones, mais leurs chiffres de commerce culturel se trouvent toujours loin derrière ceux des pays à revenu élevé. Un tel scénario n'a pas vu le jour pour les importations, où la majorité de la demande de biens culturels se restreint toujours aux pays à revenu élevé. L'absence de la majorité des pays en transition et en voie de développement dans le marché international des produits culturels peut être considérée comme un indicateur reflétant le manque d'information sur des secteurs primordiaux, tels que l'artisanat, et entraîne des sous-estimations de données pour certains échanges commerciaux qui ont vraiment lieu. Le phénomène du piratage, dont le présent rapport ne tient pas compte, influe aussi sur les échanges de produits culturels. Toutefois, il serait utile de le considérer tout en étudiant l'impact des habitudes de consommation ainsi que d'autres questions contextuelles comme la localité, la langue, la population, les traditions socioculturelles, etc.

Boîte 6. Le rôle majeur de l'Inde dans l'industrie cinématographique

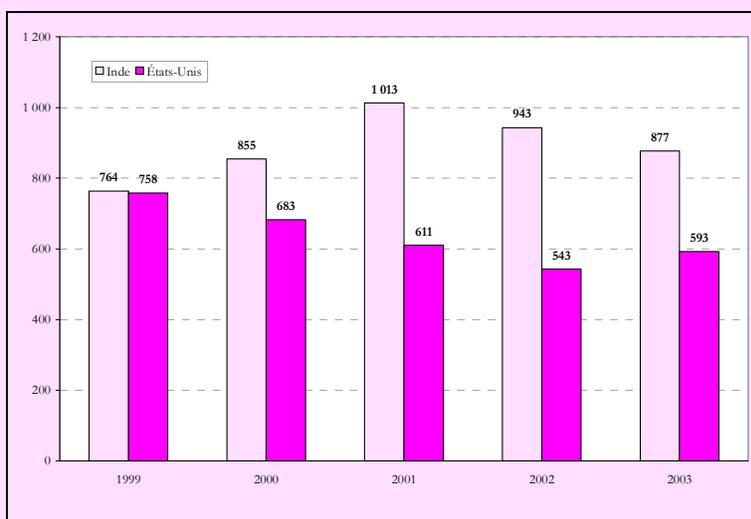
Avec 877 films produits en 2003, l'Inde a conservé sa position de chef de file à titre de pays dans le monde ayant tourné le plus grand nombre de films, surclassant ainsi les États-Unis (voir **Figure 23**). Par ailleurs, la production indienne de films s'impose de façon progressive auprès des auditoires étrangers. Bien que de moindre importance que les recettes générées par les productions états-uniennes, les revenus suscités par les films indiens ont été multipliés par dix au cours de la dernière décennie.

Dans l'obligation de répondre à une demande massive de son marché intérieur, l'industrie cinématographique indienne a été incitée à accroître considérablement sa capacité concurrentielle. Comme la commercialisation outremer de certaines productions bien en vue de Bollywood¹⁵ a donné lieu à des entreprises financièrement avantageuses, les producteurs indiens ont réalisé que l'industrie avait acquis suffisamment de maturité pour approcher les marchés étrangers de façon plus systématique. De 25 à 30 % des recettes de certains films ont commencé à provenir des marchés d'exportation. Sur les 990 millions de \$ US approximatifs générés par l'ensemble du secteur cinématographique indien en 2004, les recettes provenant des écrans d'outremer ont déjà atteint les 220 millions de \$ US.

Pour l'industrie indienne d'exportation de films, les redevances provenant de la reproduction de films constituent la source la plus importante de recettes, mais non la seule. Les revenus provenant de la télévision par câble et par satellite, des droits relatifs à Internet, des produits dérivés, de la vidéo, de la location de CD et de DVD forment aussi d'importantes sources de revenus, et les productions indiennes peuvent tirer jusqu'à près de 15 % de leurs recettes totales uniquement des droits musicaux.

De nos jours, la valeur de la production des industries culturelles et de la création de l'Inde est estimée à 4,3 milliards de \$ US. Ce secteur connaît un taux de croissance annuel qui avoisine les 30 % et les analystes prévoient, pour les années qui viennent, une croissance possible des exportations de 50 %. À l'origine de cette impressionnante performance, il y a entre autres choses le fait que les compagnies indiennes réussissent à attirer des auditoires internationaux dans les salles où leurs films sont présentés, lesquels s'ajoutent aux clientèles traditionnellement acquises des diasporas aux États-Unis, au Royaume-Uni et au Moyen-Orient. Cette stratégie inclut une expansion vers des pays non traditionnels à la fois industrialisés et en développement, tels que le Japon et la Chine.

Figure 23. Nombre de films produits en Inde et aux États-Unis, 1999-2003



Source : *India Central Board of Film Certification, Federation of Indian Chambers of Commerce (FICCI), UK Film Council, Motion Picture Association of America (MPAA).*

¹⁵ Dans ce rapport, les films de Bollywood se réfèrent aux films commerciaux indiens.

Boîte 7 : Flux des biens culturels connexes

Les biens culturels connexes sont définis comme les biens d'équipement et les accessoires utilisés pour la création, la production et la distribution de contenu culturel. Ils englobent, par exemple, les CD vierges, les fournitures cinématographiques, les téléviseurs et les plans d'architecte. Les biens culturels connexes ne possèdent pas nécessairement un contenu culturel quelconque. Aux fins de ce rapport, il a été décidé de les distinguer des biens culturels de base, tels que les livres ou les enregistrements sur CD, qui véhiculent un contenu culturel.

En 2002, le commerce des biens culturels connexes (248 milliards de \$ US) était quatre fois plus important que celui des biens culturels de base (60 milliards de \$ US). Ces chiffres découlent principalement de la nature des produits ayant été mesurés. Les données des douanes captent les flux de biens physiques, ce qui constitue la principale caractéristique des biens qui entrent dans la catégorie des biens culturels connexes.

Tableau 2. Commerce des biens culturels connexes, 1994-2002

Catégories issues du Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles	Valeur en \$ US	Part en 2002	Variation de la part entre 1994 et 2002 en %
Equipement / Matériel	256,1	98,4	-0,1
<i>Instruments de musique</i>	<i>3,8</i>	<i>1,4</i>	<i>-13,3</i>
<i>Appareil de reproduction de son et de vidéo et supports pour enregistrement</i>	<i>176,1</i>	<i>67,6</i>	<i>5,7</i>
<i>Fournitures cinématographiques et photographiques</i>	<i>26,3</i>	<i>10,1</i>	<i>-10,9</i>
<i>Téléviseurs et récepteurs de radio</i>	<i>49,9</i>	<i>19,2</i>	<i>-10,6</i>
Autres biens culturels connexes	4,3	1,6	4,0
Total des biens culturels connexes	260,4	198,4	

Source : ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

En 2002, dans cette catégorie, c'est la rubrique « Appareils de reproduction de son et de vidéo et supports pour enregistrement » qui occupait la première position avec une proportion de 67,5 % toutes catégories confondues. Ce chiffre illustre probablement l'importance grandissante du marché des lecteurs de DVD et de musique, de même que la demande croissante pour des supports (tels que les CD ou les DVD vierges) à des fins de copie privée. La deuxième place revenait aux radios récepteurs et aux téléviseurs. Historiquement importante, cette composante a subi, au cours des dix dernières années, une lente décroissance, qui découle sans doute du fait que ce marché a déjà atteint son point de saturation. La majorité des ménages disposent généralement de téléviseurs et de radios récepteurs qui, dans le monde en 2002, sont détenus respectivement, dans une proportion de 75 % et 70 % (ITU, 2003).

Enfin, la catégorie « Autres biens culturels connexes » se rapporte aux plans d'architecte et à la publicité. Malgré leur forte teneur en créativité, les biens de nature architecturale et publicitaire sont, aux fins de ce rapport, considérés comme des accessoires plutôt que comme des biens culturels de base.

4. Mesure du commerce international de services culturels

Aux fins de ce rapport, les services culturels comprennent les services audiovisuels et connexes (y compris la production de films, les services de distribution, de diffusion et d'enregistrement sonore), les redevances concernant les droits d'auteur et les arts de la scène. La catégorie des services culturels connexes englobe la publicité, les services d'architecture et les agences de presse et d'information (voir *Annexe I et IV*).

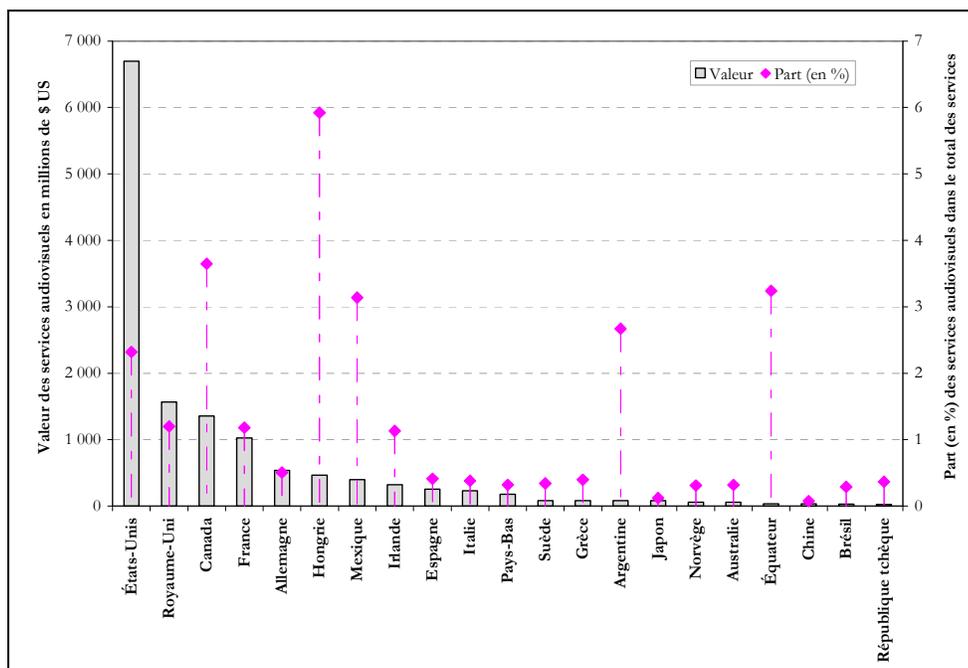
L'analyse du commerce des services diffère de celui des biens culturels car les statistiques sur les services sont relativement récentes et il n'existe pas de série chronologique historique, en particulier pour les catégories abordées dans cette section. Par conséquent, elle met plutôt l'accent sur la méthodologie de la mesure du commerce des services culturels, en identifiant les catégories pertinentes, en analysant la disponibilité de l'information et en présentant les limites actuelles associées à l'utilisation de ces statistiques.

4.1. Services audiovisuels et connexes

Comme cela a été expliqué à la Section 1, les données sur les services culturels ne font pas partie des données que les pays se doivent de fournir aux institutions internationales, telles que l'OCDE et le FMI. Par conséquent, il est difficile de broser un tableau complet du commerce international des services culturels. Cependant, comme il s'agit d'une composante standard du MBP5, il existe une couverture relativement bonne de la balance des paiements des « services audiovisuels et connexes ».

Certaines de ces données sont présentées dans la **Figure 24**, qui illustre que, en 2002, les États-Unis affichaient le niveau le plus élevé d'exportations de services audiovisuels et connexes (7 milliards de \$ US) alors que celles du Royaume-Uni, en deuxième place, ne totalisaient que 1,5 milliard de \$ US. Dans le cas de la Hongrie, du Canada et de l'Équateur, les services audiovisuels

Figure 24. Exportations de services audiovisuels et connexes pour certains pays sélectionnés, 2002



Source : ISU, à partir des données du FMI, *Balance of Payments Statistics*, sur cédérom, 2004.

et connexes représentaient, avec des parts respectives de 5,2 %, 3,7 % et 3,2 %, une proportion plus élevée par rapport aux services totaux.

Pour analyser les services audiovisuels, il importe d'identifier toutes les sous-catégories impliquées (la diffusion, les films de long métrage, etc.). Toutefois, les données courantes sur la balance des paiements ne sont pas suffisamment détaillées pour déterminer la proportion de chaque sous-catégorie.

De plus, la nature des échanges de contenus diffusés, qui regroupe principalement des transactions issues de la balance des paiements, s'accompagne de conclusions très différentes de celles obtenues grâce aux études de marchés (voir **Boîte 8** sur le commerce d'émissions diffusées entre l'UE et les États-Unis). Pour compléter ce survol, la **Boîte 9** fournit d'autres sources de données pour les services audiovisuels.

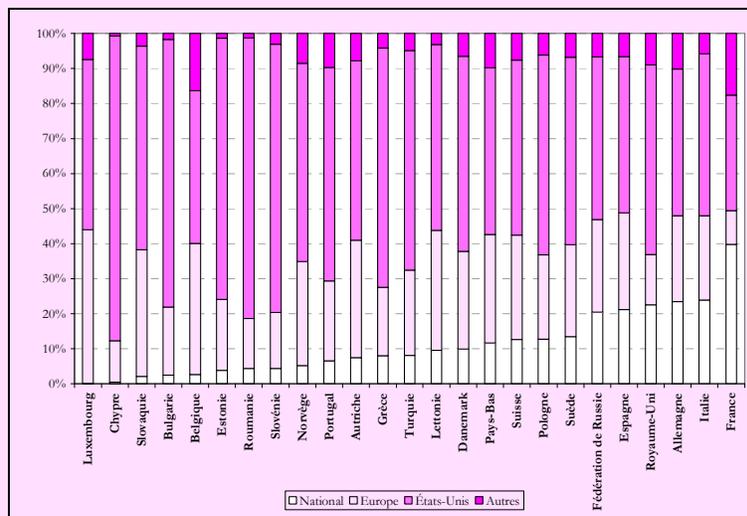
Boîte 8. Contenu audiovisuel – Évaluation du flux des échanges des films de long métrage

Pour brosser un tableau global du flux des échanges internationaux de films de long métrage, plusieurs éléments doivent être connus. En premier lieu, il y a la taille globale du secteur. En 2003, l'industrie cinématographique a vendu plus de 7,25 milliards de billets dans 145 598 cinémas à l'échelle de la planète et ainsi suscité des recettes de 21,8 milliards de \$ US. L'exploitation secondaire des films de long métrage sous la forme de divers octrois de licence, de recours aux vidéos et aux DVD ont généré des recettes de 55 milliards de \$ US, ce qui totalise une valeur marchande totale qui avoisine les 75 milliards de \$ US.

Le deuxième élément réside dans la production de films. En tout et pour tout, dans toute son histoire, l'Afrique n'a produit que 600 films (CNUCED, 2002), un chiffre qu'il faut comparer à la production moyenne annuelle de 400 films pour les États-Unis ou des plus de 700 films tournés annuellement en Inde. Enfin, plus d'un tiers de tous les pays du monde ne produisent absolument aucun film.

L'occupation des marchés intérieurs par les films étrangers constitue le troisième élément. Étant donné qu'il y a un manque de données comparables à l'échelle internationale sur les films en fonction de leur origine, le **Figure 25** présente l'origine des films de long métrage en première sortie en salle pour certains pays sélectionnés. Il montre la place prépondérante occupée par les films américains dans la plupart des pays européens, malgré une législation européenne visant à protéger leur propre production. Entre 2000 et 2002, la part dévolue aux films états-unis était en moyenne supérieure à 50 % pour la quasi-totalité des pays en comparaison avec la portion congrue revenant aux films provenant de l'extérieur de l'Europe ou des États-Unis. Seule la France faisait exception avec une production nationale qui, au cours de la même période, atteignait un pourcentage plus élevé (40 %) des premières sorties en salle de films nationaux de long métrage en comparaison avec les films américains (33 %).

Figure 25 : Origine des films de long métrage en première sortie en salle pour certains pays sélectionnés, 2000-2002

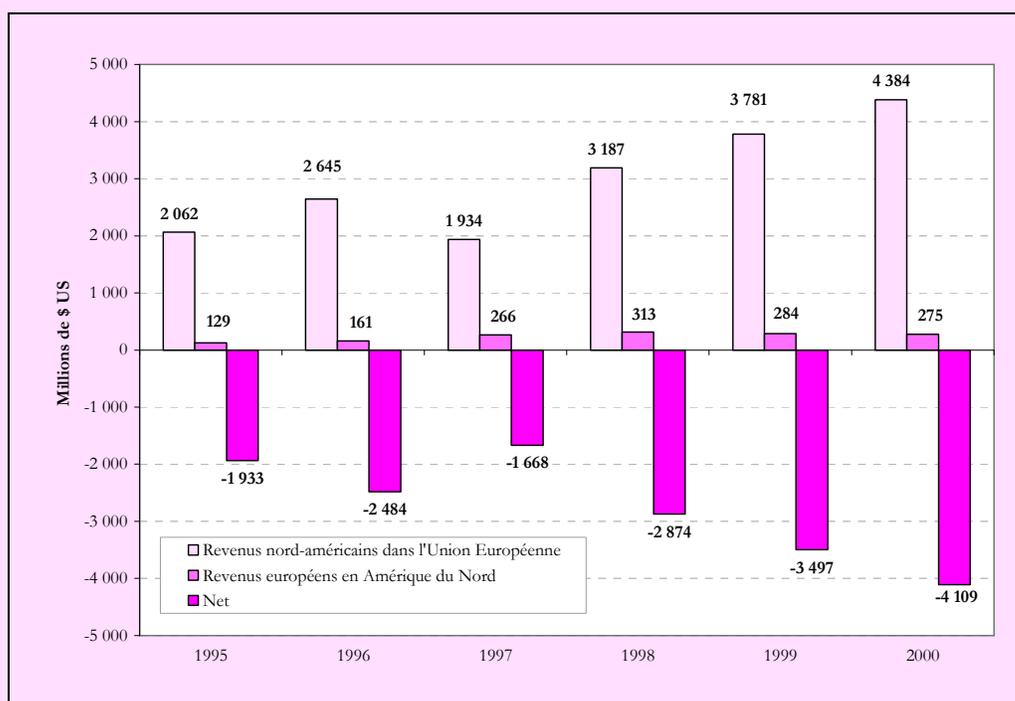


Sources : Focus 2004, Tendances du marché mondial du film et Annuaire 2003, Film et vidéo domestique, volume 3, Observatoire européen de l'audiovisuel. *Screen Digest*, septembre 2004, CNUCED 2002 *AV in Developing Countries Complete*.

Boîte 9. Contenu audiovisuel – Commerce d'émissions diffusées

La **Figure 26** présente le flux des échanges de contenus diffusés pour la période 1995-2000 entre l'Union européenne (UE) et l'Amérique du Nord, lesquels sont estimés à partir des recettes obtenues sur le marché de l'autre par leurs propres firmes. Comme l'illustre la figure, ce commerce est loin d'être équilibré. Bien que les exportations de part et d'autre aient connu une croissance constante, la proportion du flux des échanges de l'UE vers l'Amérique du Nord est demeurée la même. Les exportations de l'UE vers l'Amérique du Nord ont fluctué autour d'un maigre 6,3 % de la valeur des exportations nord-américaines vers l'UE (le pourcentage le plus élevé, 13,5 %, a été atteint en 1997). Conséquemment, les pays de l'UE encourent un déficit commercial 15 fois plus élevé que la valeur totale de leurs exportations en Amérique du Nord.

Figure 26. Estimations des échanges de programmes audiovisuels (télévisés seulement) entre l'Union Européenne et l'Amérique du Nord, 1995-2000



Source : ETS/Observatoire européen de l'audiovisuel, 2002.

4.2. Autres services culturels

Le **Tableau 3** présente les données statistiques disponibles mais limitées sur les services culturels en terme de disponibilité sur la couverture des pays et le niveau de détail. Bien qu'il y ait peu de données, la tendance démontre une certaine amélioration par rapport à quelques années déjà, alors qu'aucune donnée n'était disponible. Néanmoins, cette situation illustre la difficulté qu'il y a à obtenir quelconques données comparables à l'échelle internationale au niveau du commerce des services culturels. Contrairement aux biens culturels, il n'est pas possible d'identifier des catégories différentes en matière de commerce des services. Des composantes-clés, comme les services inhérents aux arts de la scène ou à la diffusion, sont difficiles à évaluer.

L'utilisation de la classification EBOPS a débuté en 2002, principalement dans les pays de l'OCDE (*voir liste détaillée en Annexe V-A*). Dans le cadre de cette classification, certaines composantes culturelles des services sont incluses dans la catégorie « autres services personnels, culturels et récréatifs », et la portion qui relève des services culturels¹⁶ est, par conséquent, difficile à isoler. La couverture de cette catégorie demeure minimale, alors que seules l'Australie et la République tchèque ont fourni des données pour 2002. La couverture s'avère supérieure pour les catégories qui relèvent des « services connexes », telles que les « services informatiques » et les « services d'information », où 60 % des pays ont fourni des données pour 2002.

Parmi les rares pays qui fournissent des données dans ce domaine, divers services culturels présentent des scénarios de croissance différents. Ces données sont fondées sur les catégories EBOPS fournies par pays, de même que sur les

classifications nationales. Actuellement, aucune comparaison précise ne peut être effectuée car, à ce jour, aucune harmonisation des catégories n'ayant été réalisée. Pourtant, certaines indications peuvent être obtenues quant au type de données. De même, il présente une certaine ventilation sur les droits d'auteur alors que, par exemple, seuls les États-Unis établissent une distinction entre les livres et les enregistrements musicaux.

Les données sur les droits d'auteur mentionnées ci-dessus présentent une importance primordiale, au niveau de l'analyse des produits culturels, à cause de leur nature distincte et du fait que leur valeur marchande comporte un certain volet relatif aux droits de propriété intellectuelle. Malheureusement, les seules données de rechange actuellement disponibles se rapportent aux recettes générées par les sociétés qui recueillent les droits d'auteur. Celles-ci ne donnent qu'un aperçu partiel des échanges internationaux de droits d'auteur (*voir Boîte 10*).

En conclusion, au cours des dernières années, certaines données sur les services culturels sont devenues disponibles. Malheureusement, la couverture limitée actuelle empêche de dépeindre un tableau complet des échanges des services culturels. En outre, pour pouvoir générer des données comparables à un niveau mondial, une certaine forme d'harmonisation des données serait nécessaire. Les pays devraient être encouragés à fournir une gamme plus vaste de données pour illustrer l'évolution des services culturels. Un travail supplémentaire devra aussi être accompli pour identifier des indicateurs pertinents.

¹⁶ Pour plus de détails sur les données relatives aux services, consultez les notes techniques.

Tableau 3 : Échanges d'une sélection détaillée de services culturels, 2001-2002

Catégories EBOPS ou catégories nationales	<i>EXPORTATIONS</i>	<i>IMPORTATIONS</i>
	Variation annuelle en % 2001-2002	Variation annuelle en % 2001-2002
AUSTRALIE		
<i>Services d'information</i>	0,34	-0,15
Services d'agence de presse	-0,43	-0,73
Autres services d'information	1,55	0,77
<i>Autres redevances culturelles et droits de licence ^{(1) (a)}</i>	-0,16	0,26
Musique ^(a)	0,20	0,08
Logiciels ^(a)	-0,30	0,21
Autres ^(a)	-0,07	0,35
Services d'architecture ^(a)	0,93	..
Services audiovisuels et connexes	0,20	0,22
<i>Autres services personnels, culturels et récréatifs ⁽¹⁾</i>	0,19	0,24
Autres ⁽²⁾	0,19	0,43
CANADA		
Redevances et droits de licence	-0,05	0,00
Autres redevances et droits de licence ⁽¹⁾	-0,03	0,01
Droits d'auteur et droits connexes	-0,09	0,08
Logiciel et autres redevances	-0,07	-0,03
Services audiovisuels et connexes	-0,02	0,10
RÉPUBLIQUE TCHÈQUE		
Services d'information	-0,08	0,66
Services d'agence de presse
Autres services fournisseurs d'information	-0,08	0,66
Services audiovisuels et connexes ^(b)	0,14	0,21
<i>Autres services personnels, culturels et récréatifs ^{(1) (b)}</i>	-0,01	0,25
Autres ^(c)	-0,04	0,25
NOUVELLE-ZÉLANDE		
Redevances et droits de licence	0,56	0,10
Redevances de logiciels et droits de licence	0,26	0,69
Autres	0,72	-0,01
ÉTATS-UNIS		
Redevances et droits de licence ⁽¹⁾	0,07	0,15
Autres redevances et droits de licence ⁽³⁾	-0,03	0,13
Livres, disques et bandes sonores ⁽³⁾	0,00	0,13
Diffusion et enregistrement d'événements en direct ⁽³⁾	0,59	6,22
Logiciel d'utilisation générale ^{(3) (4) (b)}	-0,04	0,06
Autres ^{(3) (4)}	0,11	0,12
Services audiovisuels et connexes	0,05	0,48

Source : ISU, à partir des données de « *Statistiques de l'OCDE sur les échanges internationaux de services* », volume I, OCDE/ Eurostat, 2004.

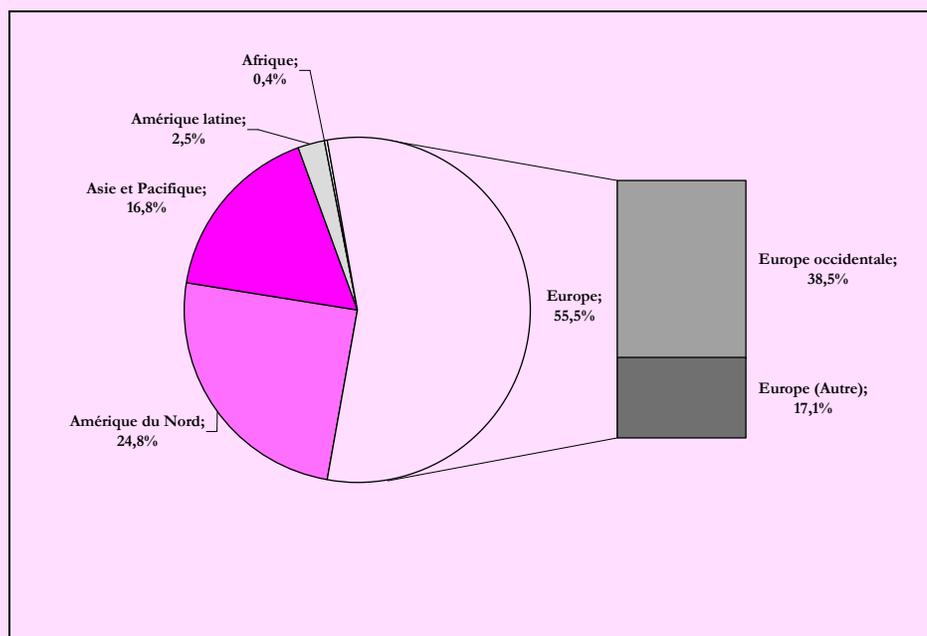
- (1) Cette catégorie comporte plus de sous-catégories que ce qui est affiché.
- (2) Les crédits des services de santé pour 2000 sont inclus sous la rubrique « Autres services personnels, culturels et récréatifs, Autres ».
- (3) La réception et le versement des redevances et des droits de licence entre sociétés affiliées sont inclus sous la rubrique « Autres redevances et droits de licence, Autres ».
- (4) Avant 1997, les « Redevances et droits de licence des logiciels d'utilisation générale » apparaissaient sous la rubrique « Autres ».
- (a) 1999-2002.
- (b) 1997-2002.
- (c) 1998-2002.

Boîte 10. Recettes recueillies par les sociétés de gestion de droits d'auteur

La **Figure 27** présente des données sur la collecte, par 210 sociétés de gestion, de droits d'auteur et ce, dans 109 pays affiliés à la Confédération internationale des sociétés d'auteurs et compositeurs (CISAC). Les données ne concernent que les sommes issues d'activités générant pour ces sociétés des redevances dans leurs territoires nationaux et, par conséquent, les recettes issues d'échanges internationaux ne sont pas comprises.

En 2002, les sociétés de gestion des droits d'auteur ont recueilli 6,8 milliards de \$ US en redevances. Prises séparément, les sociétés européennes ont recueilli près de 3,8 milliards de \$ US, ce qui représentait 57 % du total mondial, alors que l'Amérique du Nord et l'Asie et Pacifique recueillaient respectivement 25 % et 17 % des versements totaux de droits d'auteur. La collecte réalisée par les pays latino-américains et africains demeurait négligeable alors qu'elle atteignait moins de 3 % des versements totaux.

Figure 27. Revenus de droits d'auteur enregistrés par région, 2002



Source : « Étude des redevances collectées par les sociétés membres de la CISAC dans leurs territoires nationaux pour les années 2000-2002 », CISAC, 2003.

RÉFÉRENCES

Alonso Cano, G., M. del Corral, et G. Poussin, UNESCO, 2000, “Culture, commerce et mondialisation : 25 questions et réponses”, UNESCO Publishing, Paris.

Association mondiale des journaux (WAN), 2003, “World Press Trends 2003”.

Banque Mondiale, 2003, “Urban Development Needs Creativity: How Creative Industries Affect Urban Areas. Development Outreach”, Washington.

Division des statistiques des Nations Unies (UNSD), 2004, “International Merchandise Trade Statistics, Compilers Manual”, UN Statistics Division, New York.

OCDE/Eurostat, 2004, “Statistiques sur les échanges internationaux de services”, Volume I, Paris.

ONU, Commission européenne, FMI, OCDE, CNUCED et OMC, 2002, ONU et al., 2002, “Manuel des statistiques du commerce international des services”, Publication des Nations Unies, New York.

Price WaterHouse Coopers (PWC), 2005, “Global Entertainment and Media Outlook: 2004-2008”.

UNCTAD, 2004, “UNCTAD XI High-Level Panel on Creative Industries and Development. Backgrounder UNCTAD XI Creative Industries and Development”, (TD(XI)BP/13 4 June 2004”, Geneva.

UNCTAD, 2002, “Audiovisual Services: Improving Participation of Developing Countries”, (TD/B/COM.1/EM.20/2 30 September 2002), Geneva.

UNESCO, Cultural Policies Division, UIS with Phillip Ramsdale, 2000, “International Flows of Selected Cultural Goods, 1980-98”, UNESCO Publishing, Paris.

UNESCO Division of Statistics and Mrs Fariba Razavi Tavakoli, 1992, “International Flows of Selected Cultural Goods, 1970-87”, UNESCO Publishing, Paris.

UNESCO/ITC, 1997, “International Symposium on Crafts and the International Market: Trade and Customs Codification”, Manila.

UNESCO, 1986, “The UNESCO Framework for Cultural Statistics”.

Union internationale des télécommunications (UIT), 2003, “World Telecom Development Report”, Geneva.

United Nations Population Division (UNPD), 2003, “World Population Prospects: The 2002 Revision”, New-York.

World Intellectual Property Organization (WIPO), 2003, “Guide on surveying the economic contribution of the copyright-based industries”, WIPO, Geneva.

Autres références :

Australian Bureau of Statistics (ABS), Denis Trewin, 2001, “Measuring Wellbeing: Framework for Australian Social Statistics”, ABS, Canberra.

Department for Culture, Media and Sport and the English Regional Cultural Consortia, 2002, “Regional Cultural Data Framework: A User’s Guide”, United Kingdom.

Eurostat working papers, 2000, “Cultural Statistics in the European Union”, European Commission 2000.

Ministère de la communication et de la culture, « Annuaire statistique du secteur de la communication et de la culture 2000-2001 », Algérie.

Ministerio de Cultura de Colombia, Convenio Andrés Bello, Equipo Economía y Cultura, 2003, “Impacto económico de las industrias culturales en Colombia”, Bogota.

Ministry of Arts, Culture, Science and Technology, 1998, “Creative South Africa: a Strategy for Realising the Potential of the Cultural Industries”.

Statistique Canada, Jamie Carson, 2004, “Estimations du commerce de biens de la culture : Méthodologie et notes techniques”, Statistique Canada, Ottawa.

Notes techniques

Aux fins de ce rapport, des données ont été extraites en novembre 2004 de la base de données Comtrade des Nations Unies en faisant appel à la version de 1992 de la classification du Système harmonisé (SH). La base de données Comtrade des Nations Unies contient, pour quelque 230 pays ou territoires, des données ventilées par marchandise et partenaire commercial.

Source des données :

United Nations Commodity Trade
Statistics Database

Département des affaires économiques et
sociales/Division de la statistique

Les données peuvent être consultées à l'adresse
suivante :

<http://unstats.un.org/unsd/comtrade/>

Le Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (aussi appelé le « Système harmonisé ou SH ») a été créé à Bruxelles en 1983 par le Conseil de coopération douanière. Le SH est mis à jour tous les quatre ou cinq ans par l'Organisation mondiale des douanes. La version la plus récente de cette classification, la SH 2002, est souvent utilisée pour les déclarations en douane. L'implantation d'une nouvelle version au sein de chaque système national peut nécessiter une période de temps considérable. La version 2002 du SH n'est pas encore utilisée universellement et ce, tout particulièrement, dans les pays en voie de développement. La version 1992 du SH a été retenue pour ce rapport afin d'obtenir une meilleure couverture des pays déclarants. En outre, elle permet d'étudier les tendances des flux d'échanges culturels au cours des dix dernières années.

Le SH a été choisi de préférence au Système de Classification Type pour le Commerce International (CTCI, révision 3), utilisé pour la rédaction de l'étude *International Flows of Selected*

Cultural Goods, 1980-98, car le CTCI ne prend pas en considération l'évolution récente des biens échangés, comme les technologies émergentes. De plus, le SH est plus précis et il permet d'effectuer une sélection plus juste des biens culturels. Il établit une distinction entre les biens culturels et les biens non culturels au sein d'une même famille de biens particuliers. Les deux systèmes de classification offrent, entre autres choses, des données sur les matériaux utilisés au cours de la production, sur le processus de production et sur l'utilisation finale du produit sur le marché. Le SH fournit des éléments de comparabilité de nature statistique et administrative à l'échelle internationale sur les renseignements commerciaux (les codes SH) mais, parfois, leur précision est incomplète pour les biens culturels. Pour certains codes, des biens culturels et non culturels peuvent être regroupés.

Deux systèmes de compilation des statistiques internationales sur le commerce des marchandises sont couramment utilisés, à savoir le système du commerce général et le système du commerce spécial. Les deux systèmes diffèrent principalement par la nature de la classification des modalités d'entrée des biens dans les pays ou de traitement des marchandises entreposées et réexportées. Les chiffres du commerce général sont supérieurs aux chiffres correspondants du commerce spécial car ce dernier exclut certains flux commerciaux, tels que les biens expédiés par l'entremise d'entrepôts de douane. Par conséquent, l'*International Merchandise Trade Statistics: Compilers Manual* recommande le recours au système de commerce général pour la consignation des statistiques internationales sur le commerce des marchandises. Dans la mesure du possible, dans ce rapport, le commerce total de marchandises adopte la définition qui est appliquée au commerce général. Il englobe toutes les formes de flux intérieurs et extérieurs de marchandises circulant par un pays ou un territoire, y compris les flux transitant par des

entrepôts de douane et des zones franches. Les biens comportent toutes les marchandises qui augmentent ou diminuent les stocks des ressources matérielles d'un pays ou d'un territoire en entrant (importations) ou en quittant (exportations) le territoire économique du pays.

Les exportations sont évaluées en fonction de la valeur transactionnelle (franco à bord : FAB), c'est-à-dire le prix qui tient compte des frais de transport et d'assurance jusqu'à la frontière du pays exportateur. Les importations sont enregistrées en fonction de leur valeur transactionnelle (coût, assurance et fret : CAF), ce qui signifie que le prix inclut les frais de transport et d'assurance jusqu'à la frontière du pays importateur.

Les transactions de faible valeur ne sont pas prises en compte mais, en général, elles représentent moins de 1 % des exportations mondiales totales.

Lorsque les données étaient disponibles, les réexportations ont été soustraites des données sur les exportations afin de mesurer les exportations locales.

Les données relatives aux services audiovisuels et connexes proviennent de *Balance of Payments Statistics* du FMI et elles sont libellées en \$ US courants. Les autres données sont issues de la publication « Statistiques sur les échanges internationaux de services ».

La classification EBOPS peut être caractérisée comme une désagrégation du MBP5 en matière de commerce des services. Elle a été fondée sur les recommandations du Manuel des statistiques

du commerce international des services. La classification EBOPS a été élaborée dans le but de répondre aux besoins de données apparus suite aux recommandations de l'Accord général sur le commerce des services (AGCS).

Sous la catégorie « autres services personnels, culturels et récréatifs », une nouvelle distinction a été établie entre l'enseignement, les services de santé et les « services culturels et récréatifs » (897). Néanmoins, la nouvelle rubrique « autres services personnels, culturels et récréatifs » englobe toujours des catégories de nature non culturelle.

Les « redevances et droits de licence » constituent une autre catégorie-clé au sujet de laquelle il importe d'identifier la portion qui est dédiée aux droits d'auteur.

Les « services informatiques et d'information » forment une autre catégorie liée aux services connexes. La classification EBOPS comporte deux sous-catégories distinctes, à savoir les « services informatiques » et les « services d'information ». La catégorie « services d'information » est elle-même subdivisée en « services d'agence de presse » et en « autres services d'information ».

Les données démographiques utilisées pour calculer les chiffres des échanges commerciaux par tête proviennent de la publication *World Population Prospects: The 2002 Revision, 2003*, élaborée par la United Nations Population Division.

Les données sur le revenu intérieur brut ont été puisées dans le *World Bank Atlas, 2003*.

Annexe I: Tableaux statistiques

Tableaux I Commerce total de biens culturels de base par pays, 2002

Tableau I-1 Exportations de biens culturels de base par pays, 2002

Tableau I-2 Importations de biens culturels de base par pays, 2002

Tableaux II Analyse par région

Tableau II-1 Exportations de biens culturels de base par région, 1994

Tableau II-2 Exportations de biens culturels de base par région, 2002

Tableau II-3 Importations de biens culturels de base par région, 1994

Tableau II-4 Importations de biens culturels de base par région, 2002

Tableaux III Commerce selon le niveau de revenu

Tableau III-1 Exportations par catégorie, 1994-2002

Tableau III-2 Importations par catégorie, 1994-2002

Tableau III-3 Tendances du commerce de biens culturels de base

Tableau III-4 Taux de couverture du commerce de biens culturels de base par catégorie, 1994-2002

Tableaux IV Analyse de pays partenaires

Tableau IV-1 Les 15 premiers pays partenaires commerciaux des États-Unis, 1994 et 2003

Tableau IV-2 Les 15 premiers pays partenaires commerciaux de la Chine, 1994 et 2003

Tableau IV-3 Les 15 premiers pays partenaires commerciaux de l'Afrique du Sud, 2003

Tableau IV-4 Les 15 premiers pays partenaires commerciaux du Brésil, 1994 et 2003

Tableau IV-5 Les 15 premiers pays partenaires commerciaux de l'Égypte, 1994 et 2002

Tableaux V Les 20 plus grands importateurs et exportateurs dans les catégories principales de biens culturels de base

Tableau V-1 Biens du patrimoine

Tableau V-2 Livres

Tableau V-3 Journaux et périodiques

Tableau V-4 Autres imprimés

Tableau V-5 Médias enregistrés

Tableau V-6 Arts visuels

Tableau V-7 Médias audiovisuels

Tableau VI Commerce détaillé de services culturels pour certains pays sélectionnés

Source : Institut de statistique de l'UNESCO, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

Tableaux I Commerce total de biens culturels de base par pays, 2002

Tableau I-1 Exportations de biens culturels de base par pays, 2002

EXPORTATIONS en milliers \$ US	Biens du patrimoine	Livres	Journaux et périodiques	Autres imprimés	Médias enregistrés	Arts visuels	Médias audiovisuels	Total biens culturels de base
Afrique du Sud	9 340,8	18 859,4	1 698,9	3 023,9	7 641,1	15 392,2	1 014,5	56 970,8
Albanie	..	94,9	455,3	47,7	0,7	118,2	0,3	717,1
Algérie	..	85,2	1 914,9	1,0	26,5	81,8	..	2 109,4
Allemagne	73 858,5	1 257 829,7	711 078,1	274 817,7	2 280 960,0	550 891,3	639 495,6	5 788 930,8
Andorre	1,7	1 038,3	931,3	9,0	479,2	18,9	260,9	2 739,3
Anguilla	12,9	1,3	..	3,5	3,7	621,1	..	642,4
Arabie saoudite	8,3	2 268,6	647,6	37,5	1 964,8	598,3	577,7	6 102,8
Argentine	85,6	33 381,1	6 730,6	3 798,8	14 048,3	1 585,3	10 925,7	70 555,2
Arménie	0,2	199,1	..	0,0	..	20,4	3,0	222,7
Australie	9 736,6	72 530,3	29 855,4	18 203,0	101 311,0	44 096,6	42 035,5	317 768,4
Autres pays d'Asie, n.d.a.	30,7	35 310,9	8 743,0	6 252,9	374 940,7	76 945,6	4 497,5	506 721,4
Autriche	13 813,1	85 025,4	54 411,7	22 690,8	1 261 205,5	71 606,0	52 472,8	1 561 225,2
Azerbaïdjan	..	91,4	0,1	17,9	762,6	74,8	..	946,8
Bahreïn	..	210,7	126,6	0,2	337,5
Barbade	3,3	169,4	292,5	166,4	49,1	220,4	0,1	901,3
Belarus	8,2	15 695,0	404,4	339,1	11 090,2	350,5	47,5	27 934,8
Belgique	35 432,2	362 091,0	146 584,4	51 272,6	351 912,7	119 528,7	63 192,0	1 130 013,6
Belize	..	0,2	..	1,8	..	18,1	..	20,1
Bénin	..	251,3	..	1,6	1,2	50,3	..	304,4
Bolivie	..	288,2	3,6	73,0	688,4	484,3	1,1	1 538,6
Brésil	391,3	11 616,6	10 525,3	1 412,9	10 595,9	4 007,3	27,8	38 577,2
Brunei Darussalam	..	0,6	0,6
Bulgarie	21,5	1 382,7	1 770,6	325,7	1 708,9	1 550,7	7 685,9	14 446,1
Burkina Faso	100,0	13,8	..	0,0	10,8	776,8	5,1	906,5
Burundi	..	0,0	0,0	6,8	..	6,8
Canada	27 490,6	395 964,9	160 852,7	252 804,8	357 374,3	162 190,1	220 552,3	1 577 229,5
Chili	54,2	17 371,0	5 382,4	1 568,2	24 150,0	1 389,3	1 418,7	51 333,8
Chine	2 372,0	409 105,7	4 612,6	92 420,5	254 936,0	2 229 649,0	2 281 804,9	5 274 900,7
Chypre	0,7	361,9	413,9	25,7	1 100,4	127,1	0,1	2 030,0
Colombie	..	90 711,8	20 747,7	3 026,7	31 202,4	3 635,5	6,7	149 330,7
Costa Rica	14,1	6 854,6	747,3	185,3	6 653,3	717,3	0,4	15 172,3
Côte d'Ivoire	1,4	977,2	0,5	86,0	10,3	945,1	0,5	2 021,0
Croatie	27,8	5 689,5	23 610,6	886,4	5 948,1	1 401,4	2 234,6	39 798,3
Danemark	16 717,0	110 712,7	48 234,5	31 998,3	194 518,4	75 872,4	20 709,6	498 762,9
Dominique	13,5	17,9	..	31,4
Égypte	1,1	5 721,9	1 377,0	49,9	350,3	3 211,6	5,5	10 717,3
El Salvador	..	2 694,4	..	1 631,7	1 236,5	938,2	131,6	6 632,3
Équateur	..	694,2	20,0	28,5	701,6	925,6	..	2 369,9
Espagne	1 188,2	685 967,9	238 801,0	45 415,0	258 742,7	255 184,4	47 390,2	1 532 689,3
Estonie	89,2	2 806,0	6 648,8	419,7	1 599,1	3 883,2	36,1	15 482,0
États-Unis	143 174,1	1 921 368,5	880 488,7	400 657,7	3 068 793,9	889 146,3	344 785,1	7 648 414,3
Ethiopie	8,9	13,0	1,5	240,9	0,8	54,6	4,2	323,8
Ex-Rép. yougoslave de Macédoine	..	103,7	96,2	47,6	223,4	71,5	9,5	551,8
Fédération de Russie	1 282,7	240 227,0	15 477,6	16 517,3	59 331,6	13 434,9	786,2	347 057,3
Fidji	17,6	123,8	13,1	16,7	66,4	168,9	3,9	410,4
Finlande	126,5	70 603,3	126 143,7	20 783,6	46 039,1	2 860,7	23 659,5	290 216,5

EXPORTATIONS en milliers \$ US	Biens du patrimoine	Livres	Journaux et périodiques	Autres imprimés	Médias enregistrés	Arts visuels	Médias audiovisuels	Total biens culturels de base
France	189 181,4	518 539,2	368 724,5	104 716,3	741 180,9	505 250,0	93 681,0	2 521 273,3
Grèce	60,3	23 478,0	10 167,1	3 858,9	23 284,3	7 044,9	9 870,0	77 763,6
Grenade	..	2,5	..	2,8	..	4,5	0,0	9,8
Groenland	33,9	41,3	1,4	986,3	91,2	22,1	..	1 176,2
Guatemala	0,1	0,6	0,0	15,6	4 109,4	321,4	0,4	4 447,5
Guinée	16,6	17,3	..	33,9
Guyana	2,0	9,6	7,5	0,4	0,2	36,9	0,0	56,6
Honduras	0,0	38,0	20,0	0,3	6,1	41,0	0,3	105,7
Hong Kong, Chine	490,6	258 416,2	35 148,8	18 143,7	254 528,8	7 592,0	3 537,6	577 857,7
Hongrie	421,0	18 684,0	6 583,0	5 740,0	27 284,0	13 579,0	647 220,0	719 511,0
Inde	917,8	42 588,7	12 628,6	6 180,8	191 335,1	15 257,6	15 552,4	284 461,1
Indonésie	35,2	10 187,2	530,8	5 787,6	9 595,8	85 422,5	742,0	112 301,0
Iran, (Rép. Islamique d')	..	1 005,0	..	1 509,7	76,0	535,1	0,0	3 125,8
Irlande	5 356,3	93 797,9	26 721,0	5 309,7	2 128,151 0	10 416,9	7 107,2	2 276 860,1
Islande	..	2 288,4	61,6	1 529,2	141,1	161,2	6,5	4 188,0
Israël	1 493,0	44 242,0	906,0	4 067,0	77 571,0	18 858,0	7 830,0	154 967,0
Italie	9 864,2	510 284,3	202 342,8	112 557,6	144 092,1	273 523,9	128 065,6	1 380 730,5
Jamaïque	..	64,5	141,6	12,5	166,4	97,5	..	482,5
Japon	8 054,2	107 524,0	34 439,9	15 189,8	371 455,9	60 394,6	1 208 074,3	1 805 132,8
Jordanie	14,8	3 832,5	96,7	54,8	81,1	337,4	..	4 417,5
Kenya	4,1	1 361,5	760,5	86,8	153,0	2 266,9	6,7	4 639,3
Kirghizistan	..	8,6	0,6	1,2	0,3	279,3	3,7	293,8
Lesotho	..	28,7	..	0,7	0,1	0,3	..	29,9
Lettonie	79,8	3 975,5	1 069,5	707,5	2 571,5	284,4	14,6	8 702,8
Liban	1 880,9	47 947,9	90,6	270,9	1 727,3	2 871,7	664,1	55 453,5
Luxembourg	233,0	6 160,7	5 634,7	359,4	97 838,8	1 302,3	2 692,4	114 221,4
Macao, Chine	..	17,7	23,9	..	178,7	122,8	..	343,0
Madagascar	81,1	34,3	1,7	13,2	2,1	538,5	3,5	674,4
Malaisie	1 508,5	93 059,8	2 315,2	3 931,2	71 347,6	11 269,1	32 420,4	215 851,7
Malawi	0,3	205,1	..	21,4	1,4	78,6	..	306,9
Maroc	821,9	1 020,1	0,7	2 010,1	5 554,9	70 918,5	0,0	80 326,2
Maurice	10,8	3 406,9	171,9	626,1	947,7	934,4	73,5	6 171,4
Mexique	567,9	119 585,4	32 936,3	61 805,8	145 956,5	111 705,5	771 890,3	1 244 447,8
Mongolie	15,1	21,2	..	0,9	0,2	24,5	..	61,9
Namibie	1 197,2	592,9	5,1	504,3	283,1	620,8	10,1	3 213,7
Nicaragua	..	184,5	20,3	9,6	197,0	2 017,8	2,9	2 432,1
Niger	4,3	4,3
Norvège	23 697,3	26 934,1	7 699,3	7 255,5	30 830,4	18 265,6	40 258,8	154 940,9
Nouvelle-Calédonie	4,3	315,3	266,0	10,5	117,6	133,3	3,0	850,0
Nouvelle-Zélande	1 006,5	11 941,5	1 475,7	5 350,3	7 394,8	4 194,2	751,4	32 114,4
Oman	..	622,3	91,2	16,5	197,4	201,1	12,9	1 141,4
Ouganda	7,2	152,8	..	17,4	3,4	26,0	..	206,8
Panama	..	50,9	23,4	11,6	..	16,1	1,0	102,9
Papouasie-Nouv.-Guinée	5,8	4,3	13,5	0,1	4,8	38,2	..	66,7
Paraguay	..	792,6	..	19,6	20,9	19,8	4,1	856,9
Pays-Bas	15 353,4	253 673,4	142 824,2	50 085,4	955 687,7	108 741,9	20 076,9	1 546 442,9
Pérou	230,0	20 188,2	537,9	3 270,0	836,5	5 012,0	10,5	30 085,2
Philippines	174,1	1 651,5	652,1	1 441,7	13 124,5	98 281,6	1 228,9	116 554,4
Pologne	3 317,0	50 009,0	49 841,0	12 463,0	59 624,0	33 231,0	875,0	209 360,0
Polynésie française	4,1	73,4	..	1,3	66,1	166,8	45,0	356,5
Portugal	123,4	24 880,1	2 529,3	6 366,9	16 370,6	105 716,8	2 013,9	158 001,2

EXPORTATIONS en milliers \$ US	Biens du patrimoine	Livres	Journaux et périodiques	Autres imprimés	Médias enregistrés	Arts visuels	Médias audiovisuels	Total biens culturels de base
Qatar	..	135,4	0,3	1,4	..	2,1	..	139,2
Rép. arabe syrienne	..	216,0	328,8	1 599,1	..	183,6	..	2 327,5
Rép. centrafricaine	..	38,8	0,1	..	38,8
Rép. de Corée	952,1	71 900,1	3 664,6	24 915,6	174 867,6	69 108,4	43 035,5	388 443,9
Rép. de Moldova	..	658,2	0,0	5,7	20,3	11,7	0,0	615,0
Rép.-Unie de Tanzanie	8,8	38,3	0,2	7,1	507,9	191,3	1,2	754,8
République tchèque	1 590,5	78 199,9	34 325,8	14 169,6	67 562,3	21 816,4	1 017,9	218 682,3
Roumanie	..	1 661,0	5 319,0	436,0	6 930,0	9 381,0	1 320,0	25 047,0
Royaume-Uni	1 052 550,0	1 805 746,6	744 952,6	274 640,6	1 640 203,3	2 700 214,4	330 464,7	8 548 772,1
Rwanda	1,5	0,2	..	0,2	..	34,9	..	36,8
Saint -Vincent et Grenadines	..	2,7	17,6	..	20,2
Sainte-Lucie	..	7,9	31,6	..	0,6	71,6	0,4	112,1
Samoa	0,1	6,3	2,4	0,9	..	0,2	0,2	10,0
Sao Tomé et Príncipe	0,2	..	0,2
Sénégal	0,2	181,9	5,1	0,1	3,9	1 420,3	..	1 611,5
Serbie et Monténégro	1,3	2 932,8	4 821,3	505,3	5 309,7	273,1	18,8	13 862,3
Seychelles	0,1	..	0,1
Sierra Leone	725,4	725,4
Singapour	3 685,5	349 859,5	35 934,4	7 554,5	1 552 343,9	10 167,7	41 443,9	2 000 989,4
Slovaquie	401,2	48 327,1	42 518,4	6 676,6	10 373,2	4 704,9	201,0	113 202,4
Slovénie	25,4	40 658,3	3 331,1	1 660,6	11 962,6	694,9	61,1	58 393,9
Soudan	0,1	107,2	29,0	..	47,7	248,5	..	432,5
Sri Lanka	1,7	914,2	1 081,0	189,6	520,1	12 389,4	0,5	15 096,4
Suède	7 512,4	95 405,8	20 117,2	34 788,7	644 907,7	43 664,8	28 903,2	875 299,8
Suisse	120 238,4	147 190,9	40 966,0	91 620,2	254 227,2	720 389,2	9 241,1	1 383 873,0
Swaziland	13,8	112,6	133,3	8,9	29,6	81,0	1,6	380,8
Togo	2,2	18,7	..	0,9	0,4	187,4	..	209,5
Tunisie	0,2	596,7	136,0	30,8	3 391,6	1 094,0	0,0	5 249,3
Turquie	157,4	7 817,6	2 221,2	5 043,5	12 812,0	21 368,8	46,7	49 467,1
Ukraine	21,1	5 745,4	869,7	446,9	856,3	430,9	44,0	8 414,3
Uruguay	45,9	80,7	0,5	15,1	3 291,5	1 007,4	6,5	4 447,6
Venezuela	0,1	4 672,5	240,4	684,5	1 954,3	1 221,4	14,1	8 787,2
Zambie	7,1	197,3	26,0	1,8	10,6	622,0	0,2	864,9
Zimbabwe	18 482,0	1 134,9	70,9	315,5	115,8	6 843,8	8,3	26 971,3

Tableau I-2 Importations de biens culturels de base par pays, 2002

IMPORTATIONS en milliers \$ US	Biens du patrimoine	Livres	Journaux et périodiques	Autres imprimés	Médias enregistrés	Arts visuels	Médias audiovisuels	Total biens culturels de base
Afrique du Sud	3 405,6	96 330,7	9 081,7	7 235,9	148 600,9	33 023,6	11 716,0	309 394,4
Albanie	..	881,3	768,1	352,6	3 911,8	1 061,1	218,3	7 193,2
Allemagne	42 337,7	631 609,4	328 659,7	190 160,2	1 487 769,5	592 662,5	888 920,6	4 162 119,7
Andorre	177,8	3 345,0	2 563,7	379,7	18 652,1	2 760,9	3 404,0	31 283,2
Anguilla	0	417,9	14,3	57,9	36,2	341,5	0,3	868,1
Arabie saoudite	304,0	30 131,6	869,9	3 895,4	24 907,3	25 897,8	8 329,3	94 335,3
Argentine	193,5	24 308,5	6 027,5	1 408,1	22 400,5	1 340,9	1 263,9	56 942,9
Arménie	..	1 381,2	735,4	148,5	118,5	157,6	30,2	2 571,3
Australie	22 419,7	307 581,6	150 136,4	47 547,4	378 425,4	89 258,9	214 652,4	1 210 021,8
Autres Asie, n.d.a.	2 208,5	105 879,5	27 446,4	6 389,9	375 450,2	31 722,4	35 684,2	584 781,1
Autriche	15 955,0	258 485,5	164 421,8	56 628,8	435 839,1	94 849,6	51 812,4	1 077 992,2
Azerbaïdjan	..	1 434,7	884,2	99,0	1 620,3	1 257,3	12,8	5 308,3
Bahreïn	10,2	4 341,4	1 957,7	697,1	3 766,5	3 181,3	1 202,8	15 156,9
Barbade	9,5	7 479,1	1 891,7	878,3	4 135,9	1 582,3	816,4	16 793,2
Belarus	4,7	8 742,7	3 248,3	3 672,7	8 281,8	739,9	374,4	25 064,4
Belgique	30 549,2	329 618,8	259 246,5	53 049,2	638 997,4	117 021,4	82 255,3	1 510 737,7
Belize	..	1 936,2	116,6	549,5	153,2	251,9	43,7	3 051,1
Bénin	..	1 877,7	41,1	130,6	50,6	34,0	0,2	2 134,2
Bolivie	69,0	6 746,7	714,6	335,8	3 527,4	1 147,0	429,4	12 969,9
Brésil	2 846,6	90 205,1	21 685,0	3 417,6	100 260,9	10 253,0	6 852,8	235 520,9
Bulgarie	2,6	3 784,0	2 728,6	1 134,6	10 676,0	1 317,4	401,6	20 044,7
Burkina Faso	51,9	2 280,6	183,9	128,2	2 125,1	34,0	11,6	4 815,3
Burundi	..	544,6	48,2	22,4	3,2	6,8	0,6	625,9
Canada	32 877,6	1 019 337,3	646 659,5	264 609,3	1 171 495,8	190 083,5	504 829,4	3 829 892,5
Chili	1 944,2	34 029,4	6 495,1	2 676,9	35 993,8	9 782,6	8 569,4	99 491,3
Chine	729,6	97 172,2	52 694,1	15 565,9	873 359,6	16 069,2	57 795,8	1 113 386,4
Chypre	532,5	18 782,9	13 279,8	2 448,8	15 836,1	7 614,3	2 760,5	61 254,9
Colombie	55,0	47 814,4	6 079,6	2 676,8	31 755,5	5 841,6	2 138,9	96 361,8
Costa Rica	63,6	21 521,6	5 868,1	1 788,5	19 446,5	3 867,7	796,7	53 352,6
Côte d'Ivoire	0,2	8 994,7	7 513,3	242,0	368,4	213,1	49,3	17 381,0
Croatie	60,1	13 025,9	13 533,4	3 076,3	43 040,6	9 623,4	4 686,4	87 046,0
Danemark	5 199,9	115 082,7	39 158,6	33 701,4	219 966,0	61 908,3	39 385,8	514 402,7
Dominique	2,3	1 379,3	85,1	126,3	180,0	58,7	68,8	1 900,7
Égypte	..	16 649,0	4 258,0	1 746,5	2 781,4	4 829,1	3 066,7	33 330,6
El Salvador	27,6	24 421,0	1 756,4	1 524,6	12 109,8	1 986,5	625,4	42 451,3
Équateur	21,4	43 123,4	5 547,0	1 663,9	15 468,2	6 533,9	1 167,9	73 525,8
Espagne	9 128,6	196 354,8	165 860,1	112 400,6	507 268,2	220 580,2	273 013,7	1 484 606,2
Estonie	167,6	7 424,8	1 832,8	1 382,9	9 551,2	1 864,7	1 198,6	23 422,5
États-Unis	1 394 183,1	2 089 998,0	303 128,6	673 322,1	1 358 347,6	5 425 732,7	4 093 870,7	15 338 583,0
Éthiopie	43,9	10 137,2	442,6	2 569,9	1 612,0	213,1	182,5	15 201,0
Ex-rép. yougoslave de Macédoine	1,2	2 000,8	1 735,6	263,5	1 604,0	440,8	190,4	6 236,3
Faeroe Îles	2,1	1 425,2	1 657,3	353,4	2 798,9	361,0	429,9	7 027,8
Fédération de Russie	533,2	103 125,7	164 338,4	18 875,1	59 111,6	24 103,7	2 789,0	372 876,7
Fidji	0,5	3 219,6	38,1	365,2	1 182,4	559,4	1 105,1	6 470,4
Finlande	284,4	60 731,0	31 949,2	13 371,4	174 960,0	12 881,6	50 244,0	344 421,6
France	66 513,0	541 265,6	402 028,5	116 724,4	1 397 715,5	355 300,1	527 299,2	3 406 846,1
Grèce	946,2	51 013,3	33 841,2	8 114,8	77 221,4	31 863,3	21 786,7	224 787,0
Grenade	..	2 334,5	173,6	305,4	331,6	183,1	16,9	3 345,0

IMPORTATIONS en milliers \$ US	Biens du patrimoine	Livres	Journaux et périodiques	Autres imprimés	Médias enregistrés	Arts visuels	Médias audiovisuels	Total biens culturels de base
Groenland	13,8	2 096,5	59,4	406,3	2 377,0	251,5	218,6	5 423,1
Guatemala	9,9	29 719,2	3 194,0	3 427,8	37 549,2	5 300,9	2 100,9	81 302,0
Guinée	21,0	556,7	139,4	151,8	54,1	7,6	16,2	946,7
Guyana	5,4	2 205,3	201,8	253,1	127,0	412,9	17,7	3 223,1
Honduras	0,5	2 191,1	1 011,1	199,6	352,9	927,5	37,8	4 720,6
Hong Kong, Chine	89 176,8	472 680,9	24 301,9	90 007,1	278 678,7	577 594,8	656 733,4	2 189 173,6
Hongrie	227,0	49 215,0	12 547,0	8 481,0	120 778,0	7 369,0	6 744,0	205 361,0
Îles Wallis et Futuna	..	89,8	132,8	9,7	66,1	19,6	16,8	334,8
Inde	262,0	78 589,1	5 245,6	1 486,7	708 047,6	5 019,2	4 930,8	803 580,9
Indonésie	118,0	6 763,6	3 482,7	1 631,7	4 039,3	2 644,2	1 965,0	20 644,5
Iran, (Rép. Islamique d')	..	20 406,2	52,9	296,5	7 124,8	280,7	314,6	28 475,7
Irlande	1 874,2	153 025,8	87 608,9	25 398,9	244 235,7	30 816,4	31 860,6	574 820,5
Islande	20,8	6 928,0	2 149,5	838,0	12 048,9	1 743,9	2 196,8	25 925,9
Israël	112,0	31 950,0	5 534,0	2 986,0	120 350,0	41 376,0	26 027,0	228 335,0
Italie	10 783,2	231 513,9	180 016,5	36 450,7	991 957,5	305 456,5	63 240,5	1 819 418,7
Jamaïque	0,3	38 202,0	98,9	1 350,0	11 338,3	1 485,5	238,2	52,713,2
Japon	50 654,0	329 759,9	127 076,7	70 065,4	777 849,2	397 669,8	261 098,4	2 014 173,5
Jordanie	..	14 887,4	124,9	701,8	6 632,8	1 102,0	288,7	23 737,7
Kenya	13,1	11 619,2	1 388,0	3 574,2	13 047,0	250,0	175,3	30 066,7
Kirghizistan	1,2	631,7	51,8	107,2	70,7	414,1	3,1	1 279,8
Lesotho	0,3	2 637,3	161,5	476,1	41,8	108,7	8,4	3 434,1
Lettonie	2,1	5 973,6	6 271,0	1 204,6	17 099,1	1 462,8	285,7	32 299,0
Liban	80,9	21 802,5	5 701,8	921,8	11 377,8	10 243,6	4 783,9	54 912,3
Luxembourg	2 492,7	33 815,0	33 291,7	3 548,5	102 062,2	11 074,4	9 870,7	196 155,2
Macao, Chine	0,2	2 187,3	155,7	220,7	6 346,9	644,3	299,4	9 854,4
Malaisie	4 302,5	94 832,1	9 243,3	3 714,3	87 139,2	6 789,9	14 234,1	220 255,3
Maldives	..	1 911,5	251,2	276,4	536,0	404,8	83,6	3 463,5
Maroc	284,8	26 102,5	15 464,9	819,4	32 574,7	2 998,1	1 280,4	79 524,8
Maurice	7,3	8 209,9	2 890,9	405,1	2 544,2	1 090,5	655,9	15 803,7
Mexique	1 410,9	414 474,1	72 974,1	65 289,2	364 597,6	71 942,3	158 698,1	1 149 386,4
Nicaragua	5,1	15 014,2	1 529,0	773,7	4 621,8	1 071,0	376,3	23 391,1
Niger	..	1 186,1	99,1	73,2	205,3	87,6	5,7	1 657,1
Norvège	2 780,0	108 574,3	37 072,2	32 674,5	265 968,6	35 969,7	69 370,4	552 409,8
Nouvelle-Calédonie	102,7	5 896,4	3 334,2	293,7	7 137,2	1 252,0	1 134,5	19 150,7
Nouvelle-Zélande	3 468,9	82 552,6	56 697,0	14 570,5	94 795,0	19 689,8	29 909,5	301 683,4
Oman	11,4	5 476,0	4 933,9	1 433,8	4 100,4	1 986,4	1 017,2	18 959,1
Ouganda	5,5	11 794,4	449,4	1 545,9	365,8	98,6	39,1	14 298,7
Panama	2,9	15 071,0	6 947,0	2 606,9	13 208,4	4 401,9	2 752,8	44 990,9
Paraguay	..	3 529,7	303,9	150,5	3 263,3	1 720,9	2 964,2	11 932,6
Pays-Bas	20 457,4	230 663,8	92 130,8	112 076,2	626 976,6	186 490,7	156 747,9	1 425 543,5
Pérou	11,7	32 322,6	6 103,1	1 344,3	13 903,6	4 178,6	2 865,5	60 729,5
Philippines	39,0	41 217,4	5 600,5	828,7	17 927,7	3 494,7	2 972,0	72 080,0
Pologne	4 848,0	78 749,0	25 041,0	24 555,0	88 714,0	31 120,0	7 845,0	260 872,0
Polynésie française	143,5	5 131,6	2 752,2	421,3	8 933,9	4 139,8	776,4	22 298,6
Portugal	2 315,4	57 321,1	91 929,6	6 703,3	146 245,3	36 697,1	52 801,3	394 013,1
Qatar	97,3	2 966,2	1 835,8	966,5	8 201,7	1 791,3	404,9	16 263,8
Rép. arabe syrienne	..	423,0	1 301,1	1 724,1
Rép. de Corée	6 532,6	120 502,0	22 102,0	40 598,1	638 872,4	73 191,3	119 179,0	1 020 977,6
Rép. de Moldova	..	2 296,8	1 209,7	198,0	535,8	79,2	11,8	4 331,3
Rép.-Unie de Tanzanie	101,7	9 282,2	535,8	854,7	297,8	203,6	38,7	11 314,4

IMPORTATIONS en milliers \$ US	Biens du patrimoine	Livres	Journaux et périodiques	Autres imprimés	Médias enregistrés	Arts visuels	Médias audiovisue ls	Total biens culturels de base
République tchèque	19 724,9	110 955,1	26 296,6	16 724,1	75 473,7	30 955,4	7 260,3	287 390,2
Roumanie	..	17 465,0	4 670,0	2 123,0	10 976,0	2 181,0	528,0	37 943,0
Royaume-Uni	673 242,6	1 272 757,9	300 862,2	200 402,7	1 953 886,2	2 759 551,3	711 198,9	7 871 901,8
Rwanda	..	2 010,8	447,0	139,9	165,5	50,6	95,7	2 909,6
Sainte-Lucie	..	3 034,7	422,1	382,1	417,5	469,7	44,0	4 770,1
Samoa	0,8	620,7	78,5	101,2	132,1	22,7	12,6	968,6
Sao Tomé et Príncipe	..	13,6	2,1	1,8	3,4	2,3	0,0	23,3
Sénégal	..	5 391,6	3 042,5	337,4	434,4	336,9	31,8	9 574,5
Serbie et Monténégro	40,0	4 042,7	6 051,9	448,8	60 821,7	1 845,5	1 491,4	74 742,0
Seychelles	2,3	670,3	111,0	40,3	..	80,9	2,6	907,5
Sierra Leone	..	339,0	0,0	59,6	18,5	11,1	26,9	455,0
Singapour	4 885,9	199 171,7	26 641,1	18 801,3	170 562,1	41 989,7	177 462,7	639 514,6
Slovaquie	239,6	24 174,8	17 149,5	3 967,0	40 252,0	6 288,5	2 773,3	94 844,7
Slovénie	81,5	10 305,7	7 054,8	2 825,7	24 035,1	4 692,9	1 109,6	50 105,3
Soudan	5,8	1 612,1	583,1	147,4	2 269,3	4 168,6	156,9	8 943,1
Sri Lanka	29,5	7 494,2	760,7	457,5	5 963,3	1 046,2	175,1	15 926,5
St Vincent et Grenadines	28,1	1 127,7	245,4	169,7	113,8	241,5	24,4	1 950,8
Suède	8 701,4	148 761,2	57 583,8	28 465,1	425 398,6	69 207,8	92 024,6	830 142,5
Suisse	98 999,8	402 311,0	302 954,7	105 023,6	821 082,5	665 591,9	70 079,5	2 466 043,0
Swaziland	0,6	5 017,7	423,4	215,3	525,8	216,4	35,7	6 434,8
Togo	..	1 072,9	47,7	70,4	135,0	13,4	0,3	1 339,6
Tunisie	101,7	10 000,1	5 390,5	1 267,4	23 881,2	1 376,0	317,7	42 334,6
Turquie	1 298,0	17 032,1	20 786,7	3 293,6	100 128,2	13 151,4	8 591,9	164 281,8
Ukraine	14,0	15 833,7	10 716,7	1 373,5	18 152,1	2 056,7	902,0	49 048,7
Uruguay	52,5	317,8	197,2	405,4	1 685,2	347,7	709,8	3 715,7
Venezuela	19,3	67 238,1	24 584,0	6 416,5	42 284,8	7 775,3	3 920,0	152 237,9
Zambie	14,3	26 212,3	1 723,8	463,5	814,3	162,1	77,8	29 468,1
Zimbabwe	47,9	8 394,6	1 396,5	260,4	5 202,6	226,3	262,1	15 790,4

.. : Nul.

0 : Moins de 1 000 \$ US.

n.d.a. : Non déterminé ailleurs.

Tableaux II Analyse par région

Tableau II-1 Exportations de biens culturels de base par région, 1994

EXPORTATIONS	Total biens culturels de base		Biens du patrimoine		Livres		Journaux et périodiques		Autres imprimés		Médias enregistrés		Arts visuels		Médias audiovisuels	
	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part
1994																
Tous les pays contributeurs	36 222,5		1 461,5		8 441,4		3 806,3		1 669,2		12 563,3		6 690,4		1 590,4	
Regroupements régionaux																
Amériques	9 778,0	27,0	203,4	13,9	2 299,5	27,2	1 071,1	28,1	445,8	26,7	4 124,7	32,8	1 244,9	18,6	388,6	24,4
Amérique du Nord	9 072,9	25,0	202,7	13,9	2 033,2	24,1	959,7	25,2	401,2	24,0	4 018,1	32,0	1 130,9	16,9	327,0	20,6
Amérique latine et Caraïbes	705,1	1,9	0,7	0,05	266,3	3,2	111,3	2,9	44,6	2,7	106,6	0,8	114,0	1,7	61,5	3,9
Europe	21 892,8	60,4	1 208,0	82,7	4 928,7	58,4	2 561,6	67,3	1 026,9	61,5	7 417,0	59,0	4 157,0	62,1	593,7	37,3
UE15	19 675,8	54,3	988,1	67,6	4 548,2	53,9	2 447,4	64,3	875,6	52,5	6 916,8	55,1	3 328,8	49,8	570,7	35,9
Autres pays européens	2 217,1	6,1	219,9	15,0	380,5	4,5	114,2	3,0	151,2	9,1	500,1	4,0	828,2	12,4	23,0	1,4
Afrique	58,2	0,2	2,6	0,2	17,5	0,2	7,3	0,2	2,4	0,1	4,2	0,03	22,6	0,3	1,7	0,1
SACU	27,3	0,1	2,5	0,2	7,4	0,1	1,5	0,04	1,1	0,1	3,1	0,03	10,2	0,2	1,4	0,1
Autres pays d'Afrique subsaharienne	4,1	0,0	0,02	0,001	1,6	0,02	0,1	0,002	0,4	0,02	0,3	0,002	1,5	0,02	0,2	0,01
Afrique du Nord	26,8	0,1	0,04	0,002	8,5	0,1	5,7	0,1	0,9	0,1	0,8	0,01	10,9	0,2	0,05	0,003
Asie	4 288,8	11,8	45,7	3,1	1 117,6	13,2	141,6	3,7	176,1	10,6	956,6	7,6	1 247,6	18,6	603,6	38,0
Asie orientale	2 741,6	7,6	34,8	2,4	655,9	7,8	91,9	2,4	107,6	6,4	391,7	3,1	967,9	14,5	491,9	30,9
Asie centrale et du Sud	162,3	0,4	0,1	0,01	18,6	0,2	7,1	0,2	3,3	0,2	88,3	0,7	36,1	0,5	8,7	0,6
Asie du Sud-est	1 319,3	3,6	10,7	0,7	432,3	5,1	40,0	1,0	59,4	3,6	450,9	3,6	223,3	3,3	102,8	6,5
Asie occidentale	65,6	0,2	0,1	0,004	10,8	0,1	2,6	0,1	5,9	0,4	25,8	0,2	20,3	0,3	0,2	0,01
Océanie	204,6	0,6	1,8	0,1	78,1	0,9	24,8	0,7	18,0	1,1	60,8	0,5	18,3	0,3	2,9	0,2
Regroupements économiques / Accord commercial régional																
Économies à faible revenu	143,9	0,40	0,12	0,008	20,2	0,24	6,48	0,2	3,2	0,19	88,3	0,70	16,8	0,25	8,8	0,6
Économies à revenu faible-moyen	1 734,4	4,8	31,7	2,2	232,6	2,8	60,8	1,6	87,5	5,2	86,1	0,7	1 041,1	15,5	194,5	12,2
Économies à revenu moyen-élevé	1 207,2	3,3	26,7	1,83	310,4	3,7	101,0	2,7	65,9	3,9	230,2	1,83	346,2	5,2	126,9	8,0
Économies à revenu élevé	3 3136,9	91,5	1 403,0	96,0	7 878,2	93,3	3 638,0	95,6	1 512,5	90,6	12 158,7	96,8	5 286,3	79,0	1 260,2	79,2
COMESA	2,6	0,01	0,02	0,001	0,8	0,01	0,02	0,0004	0,4	0,02	0,1	0,001	1,1	0,02	0,2	0,01
CEI ^(a)	352,8	1,0	0,8	0,1	276,5	3,3	4,7	0,1	12,0	0,7	55,9	0,4	2,2	0,03	0,8	0,05
États arabes	36,4	0,1	0,1	0,01	16,6	0,2	6,1	0,2	1,1	0,1	1,0	0,01	11,4	0,2	0,2	0,01
MERCOSUR	229,3	0,6	0,1	0,01	89,5	1,1	64,2	1,7	6,2	0,4	43,4	0,3	23,3	0,3	2,6	0,2
ALÉNA	9 366,8	25,9	203,0	13,9	2 110,3	25,0	974,3	25,6	428,9	25,7	4 068,3	32,4	1 197,2	17,9	384,8	24,2

(a) : Données pour 1996.

Tableau II-2 Exportations de biens culturels de base par région, 2002

EXPORTATIONS	Total biens culturels de base		Biens du patrimoine		Livres		Journaux et périodiques		Autres imprimés		Médias enregistrés		Arts visuels		Médias audiovisuels	
	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part
Tous les pays contributeurs	54 666,4		1 807,4		1 0835,0		4 398,3		2 158,9		18 509,4		9 741,0		7 216,4	
<i>Regroupements régionaux</i>																
Amériques	10 860,3	19,9	172,1	9,5	2 626,8	24,2	1 119,8	25,5	732,2	33,9	3 672,1	19,8	1 187,5	12,2	1 349,8	18,7
Amérique du Nord	9 226,8	16,9	170,7	9,4	2 317,4	21,4	1 041,3	23,7	654,4	30,3	3 426,3	18,5	1 051,4	10,8	565,3	7,8
Amérique latine et Caraïbes	1 633,5	3,0	1,4	0,08	309,5	2,9	78,4	1,8	77,7	3,6	245,9	1,3	136,2	1,4	784,4	10,9
Europe	3 1670,8	57,9	1 572,6	87,0	6 598,9	60,9	3 096,4	70,4	1 201,5	55,7	11 344,3	61,3	5 676,0	58,3	2 181,1	30,2
UE15	28 301,2	51,8	1 421,4	78,6	5 904,2	54,5	2 849,3	64,8	1 039,7	48,2	10 785,1	58,3	4 831,8	49,6	1 469,8	20,4
Autres pays européens	3 369,5	6,2	151,2	8,4	694,7	6,4	247,1	5,6	161,8	7,5	559,2	3,0	844,2	8,7	711,3	9,9
Afrique	206,2	0,4	30,1	1,7	35,2	0,3	6,3	0,1	7,0	0,3	19,8	0,1	106,6	1,1	1,1	0,02
SACU	60,6	0,1	10,6	0,6	19,6	0,2	1,8	0,04	3,5	0,2	8,0	0,04	16,1	0,2	1,0	0,01
Autres pays d'Afrique subsaharienne	46,8	0,1	18,7	1,0	8,0	0,1	1,0	0,02	1,4	0,1	2,5	0,01	15,0	0,2	0,1	0,001
Afrique du Nord	98,8	0,2	0,8	0,05	7,5	0,1	3,5	0,08	2,1	0,1	9,4	0,05	75,6	0,8	0,01	0,0001
Asie	11 577,5	21,2	21,8	1,2	1 489,2	13,7	144,2	3,3	194,6	9,0	3 364,3	18,2	2 722,1	27,9	3 641,5	50,5
Asie orientale	8 553,5	15,6	11,9	0,7	882,3	8,1	86,6	2,0	156,9	7,3	1 430,9	7,7	2 443,8	25,1	3 540,9	49,1
Asie centrale du Sud	303,0	0,6	0,9	0,1	44,5	0,4	13,7	0,3	7,9	0,4	191,9	1,0	28,5	0,3	15,6	0,2
Asie du Sud-est	2 445,7	4,5	5,4	0,3	454,8	4,2	39,4	0,9	18,7	0,9	1 646,4	8,9	205,1	2,1	75,8	1,1
Asie occidentale	275,4	0,5	3,6	0,2	107,6	1,0	4,4	0,1	11,1	0,5	95,0	0,5	44,6	0,5	9,1	0,1
Océanie	351,6	0,6	10,8	0,6	85,0	0,8	31,6	0,7	23,6	1,1	109,0	0,6	48,8	0,5	42,8	0,6
<i>Regroupements économiques / Accord commercial régional</i>																
Économies à faible revenu	329,0	0,6	19,7	1,1	48,2	0,4	13,5	0,3	7,0	0,3	193,2	1,04	31,9	0,3	15,6	0,2
Économies à revenu faible-moyen	6 411,1	11,7	16,1	0,9	857,1	7,9	76,0	1,7	141,9	6,6	444,2	2,4	2 581,0	26,5	2 295,0	31,8
Économies à revenu moyen-élevé	3 005,4	5,5	10,1	0,6	537,2	5,0	214,3	4,9	114,2	5,3	447,3	2,4	212,8	2,2	1 469,6	20,4
Économies à revenu élevé	44 920,9	82,2	1 761,5	97,46	9 392,5	86,7	4 094,5	93,1	1 895,9	87,8	1 7424,9	94,1	6 915,4	71,0	3 436,2	47,6
COMESA	43,8	0,1	19,8	1,1	7,2	0,1	1,2	0,03	1,8	0,1	1,5	0,01	12,1	0,1	0,1	0,001
CEI	385,4	0,7	1,3	0,1	262,6	2,4	16,7	0,4	17,3	0,8	71,9	0,4	14,6	0,1	0,9	0,01
États arabes	168,2	0,3	2,7	0,2	62,8	0,6	4,1	0,1	4,2	0,2	13,3	0,1	79,9	0,8	1,3	0,02
MERCOSUR	167,3	0,3	0,6	0,03	63,5	0,6	22,6	0,5	6,9	0,3	52,8	0,3	8,5	0,1	12,4	0,2
ALÉNA	10 471,3	19,2	171,3	9,5	2 437,0	22,5	1 074,3	24,4	716,3	33,2	3 572,2	19,3	1 163,1	11,9	1 337,2	18,5

Tableau II-3 Importations de biens culturels de base par région, 1994

IMPORTATIONS	Total biens culturels de base		Biens du patrimoine		Livres		Journaux et périodiques		Autres imprimés		Médias enregistrés		Arts visuels		Médias audiovisuels	
	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part
Tous les pays contributeurs	40 421,1		1 887,9		8 640,2		3 833,9		1 896,6		12 244,7		8 525,8		3391,9	
<i>Regroupements régionaux</i>																
Amériques	12 541,4	31,0	780,6	41,3	2 906,6	33,6	1 062,4	27,7	579,3	30,5	2 348,9	19,2	2 964,2	34,8	1 899,4	56,0
Amérique du Nord	10 780,4	26,7	774,1	41,0	2 181,1	25,2	844,1	22,0	502,3	26,5	1 818,2	14,8	2 860,4	33,6	1 800,1	53,1
Amérique latine et Caraïbes	1 761,0	4,4	6,5	0,3	725,5	8,4	218,2	5,7	77,0	4,1	530,7	4,3	103,8	1,2	99,3	2,9
Europe	20 572,8	50,9	895,7	47,4	4 086,2	47,3	2 196,7	57,3	950,0	50,1	7 188,1	58,7	4 191,6	49,2	1 064,5	31,4
UE15	17 433,6	43,1	736,5	39,0	3 319,6	38,4	1 696,6	44,3	776,3	40,9	6 263,8	51,2	3 643,6	42,7	997,2	29,4
Autres pays européens	3 139,3	7,8	159,2	8,4	766,6	8,9	500,0	13,0	173,8	9,2	924,3	7,5	548,0	6,4	67,4	2,0
Afrique	452,7	1,1	4,8	0,3	222,0	2,6	39,6	1,0	12,0	0,6	140,4	1,1	20,9	0,2	13,0	0,4
SACU	255,6	0,6	4,3	0,2	123,1	1,4	8,8	0,2	6,7	0,4	94,5	0,8	12,5	0,1	5,8	0,2
Autres pays d'Afrique subsaharienne	95,6	0,2	0,1	0,0	47,0	0,5	17,3	0,5	3,4	0,2	19,9	0,2	5,1	0,1	2,9	0,1
Afrique du Nord	101,5	0,3	0,4	0,0	52,0	0,6	13,4	0,3	1,9	0,1	26,1	0,2	3,3	0,0	4,28	0,1
Asie	5 269,0	13,0	164,8	8,7	950,9	11,0	312,7	8,2	268,0	14,1	1 938,4	15,8	1 267,6	14,9	366,6	10,8
Asie orientale	3 912,2	9,7	153,3	8,1	517,1	6,0	230,2	6,0	149,3	7,9	1 412,7	11,5	1 148,0	13,5	301,5	8,9
Asie centrale du Sud	134,3	0,3	0,02	0,0	60,1	0,7	6,7	0,2	2,9	0,2	56,8	0,5	6,0	0,1	1,8	0,1
Asie du Sud-est	1 032,9	2,6	10,7	0,6	286,7	3,3	61,6	1,6	107,4	5,7	422,8	3,5	90,4	1,1	53,3	1,6
Asie occidentale	189,6	0,5	0,7	0,0	87,0	1,0	14,1	0,4	8,4	0,4	46,2	0,4	23,2	0,3	9,9	0,3
Océanie	1 585,0	3,9	42,1	2,2	474,5	5,5	222,6	5,8	87,3	4,6	628,8	5,1	81,4	1,0	48,3	1,4
<i>Regroupements économiques / Accord commercial régional</i>																
Économies à faible revenu	151,3	0,37	0,02	0,001	73,3	0,85	8,6	0,2	3,6	0,19	57,6	0,47	6,3	0,07	1,8	0,05
Économies à revenu faible-moyen	1 260,1	3,1	8,7	0,5	546,2	6,3	116,5	3,0	33,5	1,8	413,1	3,4	67,7	0,79	74,5	2,20
Économies à revenu moyen-élevé	2 030,8	5,0	6,8	0,36	792,6	9,2	293,3	7,7	109,6	5,8	612,9	5,01	135,9	1,6	79,8	2,35
Économies à revenu élevé	36 978,9	91,5	1 872,4	99,18	7 228,2	83,7	3 415,6	89,1	1 749,8	92,3	11 161,1	91,2	8 316,0	97,5	3 235,8	95,4
COMESA	33,0	0,1	0,04	0,002	19,2	0,2	4,8	0,1	1,7	0,1	4,7	0,0	1,9	0,0	0,7	0,0
CEI (a)	459,7	1,1	0,4	0,02	129,9	1,5	215,1	5,6	18,8	1,0	86,2	0,7	6,6	0,1	2,7	0,1
États arabes	204,7	0,5	0,8	0,04	88,5	1,0	16,4	0,4	9,3	0,5	53,3	0,4	23,8	0,3	12,5	0,4
MERCOSUR	470,1	1,2	2,2	0,12	158,1	1,8	66,8	1,7	11,6	0,6	149,7	1,2	27,4	0,3	54,4	1,6
ALÉNA	11 598,4	28,7	777,1	41,2	2 510,0	29,0	937,9	24,5	553,3	29,2	2 075,6	17,0	2 909,5	34,1	1 835,2	54,1

(a) : Données pour 1996.

Tableau II-4 Importations de biens culturels de base par région, 2002

IMPORTATIONS	Total biens culturels de base		Biens du patrimoine		Livres		Journaux et périodiques		Autres imprimés		Médias enregistrés		Arts visuels		Médias audiovisuels	
	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part	Valeur en millions \$ US	Part
Tous les pays contributeurs	63 668,4		2 644,2		11 738,0		4 675,1		2 620,0		19 394,7		12 911,0		9 685,5	
<i>Regroupements régionaux</i>																
Amériques	21 465,5	33,7	1 433,9	54,2	4 041,6	34,4	1 124,1	24,0	1 038,5	39,6	3 271,5	16,9	5 759,5	44,6	4 796,5	49,5
Amérique du Nord	19 173,9	30,1	1 427,1	54,0	3 111,4	26,5	949,8	20,3	938,3	35,8	2 532,2	13,1	5 616,1	43,5	4 598,9	47,5
Amérique latine et Caraïbes	2 291,6	3,6	6,8	0,3	930,2	7,9	174,3	3,7	100,2	3,8	739,3	3,8	143,4	1,1	197,5	2,0
Europe	30 620,7	48,1	1 019,2	38,5	5 311,4	45,2	2 933,5	62,7	1 229,6	46,9	11 159,9	57,5	5 727,6	44,4	3 239,5	33,4
UE15	25 837,9	40,6	890,8	33,7	4 312,0	36,7	2 268,6	48,5	997,2	38,1	9 430,5	48,6	4 886,4	37,8	3 052,5	31,5
Autres pays européens	4 782,8	7,5	128,5	4,9	999,4	8,5	664,9	14,2	232,4	8,9	1 729,4	8,9	841,2	6,5	187,1	1,9
Afrique	658,1	1,0	4,1	0,2	268,9	2,3	55,9	1,2	23,0	0,9	238,1	1,2	49,8	0,4	18,3	0,2
SACU	319,3	0,5	3,4	0,1	104,0	0,9	9,7	0,2	7,9	0,3	149,2	0,8	33,3	0,3	11,8	0,1
Autres pays d'Afrique subsaharienne	174,7	0,3	0,3	0,0	110,6	0,9	20,5	0,4	11,1	0,4	27,4	0,1	3,1	0,0	1,7	0,0
Afrique du Nord	164,1	0,3	0,4	0,0	54,4	0,5	25,7	0,5	4,0	0,2	61,5	0,3	13,4	0,1	4,82	0,0
Asie	9 363,2	14,7	160,9	6,1	1 711,0	14,6	348,5	7,5	265,6	10,1	4 234,5	21,8	1 259,1	9,8	1 383,6	14,3
Asie orientale	6 932,3	10,9	149,3	5,6	1 128,2	9,6	253,8	5,4	222,8	8,5	2 950,6	15,2	1 096,9	8,5	1 130,8	11,7
Asie centrale du Sud	852,7	1,3	0,3	0,0	109,0	0,9	6,4	0,1	2,6	0,1	721,7	3,7	7,2	0,1	5,5	0,1
Asie du Sud-est	952,5	1,5	9,3	0,4	342,0	2,9	45,0	1,0	25,0	1,0	279,7	1,4	54,9	0,4	196,6	2,0
Asie occidentale	625,6	1,0	1,9	0,1	131,8	1,1	43,4	0,9	15,1	0,6	282,5	1,5	100,1	0,8	50,7	0,5
Océanie	1 560,9	2,5	26,1	1,0	405,1	3,5	213,2	4,6	63,3	2,4	490,7	2,5	114,9	0,9	247,6	2,6
<i>Regroupements économiques / Accord commercial régional</i>																
Économies à faible revenu	1 003,3	1,6	0,6	0,0	202,6	1,7	26,4	0,6	13,8	0,5	740,6	3,8	12,8	0,1	6,5	0,07
Économies à revenu faible-moyen	3 198,7	5,0	9,7	0,4	844,4	7,2	361,1	7,7	79,6	3,0	1 631,6	8,4	156,2	1,2	116,1	1,2
Économies à revenu moyen-élevé	2 988,3	4,7	33,7	1,3	1 044,9	8,9	252,4	5,4	152,8	5,8	1 029,9	5,3	237,0	1,8	237,5	2,5
Économies à revenu élevé	56 478,1	88,7	2 600,3	98,34	9 646,1	82,2	4 035,2	86,3	2 373,7	90,6	15 992,5	82,5	12 505,0	96,9	9 325,3	96,3
COMESA	131,5	0,2	0,1	0,01	84,6	0,7	9,3	0,2	9,2	0,4	24,3	0,1	2,4	0,0	1,5	0,02
CEI	460,5	0,7	0,6	0,02	133,4	1,1	181,2	3,9	24,5	0,9	87,9	0,5	28,8	0,2	4,1	0,04
États arabes	389,2	0,6	0,9	0,03	134,4	1,1	41,1	0,9	12,6	0,5	121,8	0,6	57,6	0,4	20,8	0,2
MERCOSUR	420,6	0,7	5,1	0,2	159,1	1,4	35,4	0,8	8,4	0,3	167,1	0,9	24,6	0,2	20,8	0,2
ALÉNA	20 323,3	31,9	1 428,5	54,0	3 525,9	30,0	1 022,8	21,9	1 003,6	38,3	2 896,8	14,9	5 688,0	44,1	4 757,6	49,1

Tableaux III Commerce selon le niveau de revenu
Tableau III-1 Exportations par catégorie, 1994-2002

Total d'exportations en millions \$ US		1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Biens du patrimoine	Économies à faible revenu	0,1	7,6	0,7	0,2	0,2	0,2	11,5	1,6	19,7
	Économies à revenu faible-moyen	31,7	33,0	37,4	53,9	41,0	34,0	27,8	10,1	16,1
	Économies à revenu moyen-élevé	26,7	45,9	19,3	241,8	42,2	29,7	9,7	7,5	10,1
	Économies à revenu élevé	1 403,0	1 499,9	1 407,5	1 526,5	1 597,1	1 759,1	2 026,9	840,1	1 761,5
	Total pour tous les pays contributeurs	1 461,5	1 586,3	1 465,0	1 822,4	1 680,4	1 823,0	2 075,9	859,4	1 807,4
Livres	Économies à faible revenu	20,2	26,1	27,0	24,3	30,0	35,4	48,0	37,7	48,2
	Économies à revenu faible-moyen	232,6	305,2	563,0	673,1	802,3	723,6	804,8	875,9	857,1
	Économies à revenu moyen-élevé	310,4	416,0	399,9	440,5	493,3	461,4	485,4	496,1	537,2
	Économies à revenu élevé	7 878,2	9 233,3	9 387,1	9 312,9	9 293,0	9 328,6	9 192,4	9 250,7	9 392,5
	Total pour tous les pays contributeurs	8 441,4	9 980,5	10 377,0	10 450,9	10 618,7	10 549,0	10 530,7	10 660,4	10 835,0
Journaux et périodiques	Économies à faible revenu	6,5	7,9	11,9	10,6	13,7	15,9	11,4	11,9	13,5
	Économies à revenu faible-moyen	60,8	67,4	51,9	63,3	61,6	62,6	60,1	72,3	76,0
	Économies à revenu moyen-élevé	101,0	155,9	180,0	222,9	256,6	214,0	223,1	230,4	214,3
	Économies à revenu élevé	3 638,0	4 614,6	4 502,8	4 179,5	4 256,2	4 074,0	3 851,2	3 875,0	4 094,5
	Total pour tous les pays contributeurs	3 806,3	4 845,9	4 746,7	4 476,3	4 588,2	4 366,6	4 145,8	4 189,7	4 398,3
Autres imprimés	Économies à faible revenu	3,2	6,5	3,2	3,5	3,7	5,2	5,4	5,5	7,0
	Économies à revenu faible-moyen	87,5	102,0	82,1	118,2	124,2	107,0	135,8	125,2	141,9
	Économies à revenu moyen-élevé	65,9	71,0	79,1	89,8	90,1	106,5	120,5	104,9	114,2
	Économies à revenu élevé	1 512,5	1 765,6	1 796,5	1 820,5	1 781,0	1 783,0	1 727,2	1 757,5	1 895,9
	Total pour tous les pays contributeurs	1 669,2	1 945,2	1 961,0	2 031,9	1 999,1	2 001,7	1 988,9	1 993,1	2 158,9
Médias enregistrés	Économies à faible revenu	88,3	127,3	149,8	208,4	215,4	205,8	330,2	180,2	193,2
	Économies à revenu faible-moyen	86,1	75,8	201,7	302,8	270,0	342,6	366,2	503,4	444,2
	Économies à revenu moyen-élevé	230,2	358,0	459,9	285,8	336,5	355,2	343,6	384,5	447,3
	Économies à revenu élevé	12 158,7	13 453,3	14 496,3	14 950,9	15 347,8	17 610,7	18 068,8	16 869,3	17 424,9
	Total pour tous les pays contributeurs	12 563,3	14 014,4	15 307,6	15 747,9	16 169,7	18 514,3	19 108,8	17 937,4	18 509,4
Arts visuels	Économies à faible revenu	16,8	24,0	18,0	21,8	22,4	59,1	29,7	19,6	31,9
	Économies à revenu faible-moyen	1 041,1	1 150,7	1 281,2	1 583,3	1 657,6	1 948,5	2 397,9	2 289,6	2 581,0
	Économies à revenu moyen-élevé	346,2	236,5	251,1	342,2	326,0	372,4	287,2	243,0	212,8
	Économies à revenu élevé	5 286,3	5 383,3	4 980,9	5 775,8	5 785,7	5 913,5	7 120,8	5 096,6	6 915,4
	Total pour tous les pays contributeurs	6 690,4	6 794,4	6 531,2	7 723,1	7 791,8	8 293,5	9 835,7	7 648,8	9 741,0
Médias audiovisuels	Économies à faible revenu	8,8	11,5	15,0	23,3	24,0	27,5	25,9	18,1	15,6
	Économies à revenu faible-moyen	194,5	437,3	399,1	189,1	239,1	327,8	460,3	700,7	2 295,0
	Économies à revenu moyen-élevé	126,9	227,6	304,3	96,6	201,7	161,8	68,6	532,9	1 469,6
	Économies à revenu élevé	1 260,2	2 306,7	2 866,4	3 547,2	3 718,7	4 819,4	2 956,6	2 961,9	3 436,2
	Total pour tous les pays contributeurs	1 590,4	2 983,1	3 584,7	3 856,2	4 183,6	5 336,4	3 511,5	4 213,5	7 216,4
Total biens culturels de base	Économies à faible revenu	143,9	210,9	225,6	292,1	309,5	349,0	462,1	274,5	329,0
	Économies à revenu faible-moyen	1 734,4	2 171,3	2 616,4	2 983,7	3 195,9	3 546,3	4 253,0	4 577,2	6 411,1
	Économies à revenu moyen-élevé	1 207,2	1 510,8	1 693,6	1 719,6	1 746,5	1 700,9	1 538,2	1 999,3	3 005,4
	Économies à revenu élevé	33 136,9	38 256,7	39 437,6	41 113,3	41 779,6	45 288,4	44 944,0	40 651,2	44 920,9
	Total pour tous les pays contributeurs	36 222,5	42 149,8	43 973,3	46 108,8	47 031,4	50 884,5	51 197,3	47 502,3	54 666,4

Tableau III-2 Importations par catégorie, 1994-2002

	Total d'importations en millions \$ US	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Biens du patrimoine	Économies à faible revenu	0,0	0,1	0,2	0,1	0,2	0,3	0,2	0,3	0,6
	Économies à revenu faible-moyen	8,7	29,3	25,4	14,9	14,7	16,6	115,3	40,3	9,7
	Économies à revenu moyen-élevé	6,8	43,7	10,0	43,8	27,8	60,5	14,8	10,2	33,7
	Économies à revenu élevé	1 872,4	1 813,6	1 925,3	2 495,3	2 604,9	2 836,7	2 924,0	2 667,4	2 600,3
	Total pour tous les pays contributeurs	1 887,9	1 886,7	1 960,8	2 554,2	2 647,6	2 914,0	3 054,4	2 718,2	2 644,2
Livres	Économies à faible revenu	73,3	146,4	125,6	179,2	188,2	193,9	234,8	156,9	202,6
	Économies à revenu faible-moyen	546,2	703,6	978,9	1 071,6	1 055,9	775,3	839,6	912,9	844,4
	Économies à revenu moyen-élevé	792,6	782,1	832,1	889,5	1 021,7	1 022,8	1 100,3	1 156,0	1 044,9
	Économies à revenu élevé	7 228,2	8 573,9	8 718,5	8 853,1	8 792,3	9 159,9	9 205,8	9 355,2	9 646,1
	Total pour tous les pays contributeurs	8 640,2	10 206,0	10 655,0	10 993,5	11 058,1	11 151,9	11 380,4	11 581,0	11 738,0
Journaux et périodiques	Économies à faible revenu	8,6	30,4	24,5	29,8	34,1	32,1	29,3	31,4	26,4
	Économies à revenu faible-moyen	116,5	199,2	482,4	529,8	492,9	326,5	336,7	364,5	361,1
	Économies à revenu moyen-élevé	293,3	290,6	266,1	280,8	356,1	318,7	283,4	291,8	252,4
	Économies à revenu élevé	3 415,6	4 110,7	4 001,8	3 951,8	4 190,3	4 317,8	4 065,2	3 904,7	4 035,2
	Total pour tous les pays contributeurs	3 833,9	4 630,8	4 774,8	4 792,2	5 073,5	4 995,0	4 714,6	4 592,5	4 675,1
Autres imprimés	Économies à faible revenu	3,6	8,2	9,2	9,0	15,3	11,9	14,3	8,8	13,8
	Économies à revenu faible-moyen	33,5	58,5	65,7	94,7	89,6	64,7	69,8	78,2	79,6
	Économies à revenu moyen-élevé	109,6	117,9	119,4	127,8	132,2	158,6	138,8	144,6	152,8
	Économies à revenu élevé	1 749,8	1 955,9	2 023,9	2 092,0	1 965,5	2 018,1	2 117,7	2 172,3	2 373,7
	Total pour tous les pays contributeurs	1 896,6	2 140,5	2 218,2	2 323,5	2 202,6	2 253,2	2 340,7	2 403,9	2 620,0
Médias enregistrés	Économies à faible revenu	57,6	160,5	120,6	221,0	237,0	312,7	406,5	475,6	740,6
	Économies à revenu faible-moyen	404,1	630,8	925,9	890,0	931,8	1 184,3	1 463,0	1 586,9	1 626,0
	Économies à revenu moyen-élevé	612,9	624,4	772,6	1 001,6	1 105,8	1 180,9	1 291,9	1 311,6	1 029,9
	Économies à revenu élevé	11 161,1	13 624,7	14 303,5	14 250,8	14 932,6	16 295,1	16 235,1	15 486,1	15 992,5
	Total pour tous les pays contributeurs	12 235,7	15 040,5	16 122,6	16 363,4	17 207,2	18 973,0	19 396,5	18 860,0	19 389,0
Arts visuels	Économies à faible revenu	6,3	3,9	5,1	4,6	6,0	7,5	11,7	13,5	12,8
	Économies à revenu faible-moyen	67,7	86,4	122,8	153,9	118,4	128,5	153,2	133,1	156,2
	Économies à revenu moyen-élevé	135,9	149,0	131,3	284,7	228,0	266,6	202,9	213,1	237,0
	Économies à revenu élevé	8 316,0	8 383,1	8 290,9	9 532,4	10 518,0	11 290,2	12 909,2	12 834,2	12 505,0
	Total pour tous les pays contributeurs	8 525,8	8 622,3	8 550,0	9 975,6	10 870,3	11 692,8	13 276,9	13 193,9	12 911,0
Médias audiovisuels	Économies à faible revenu	1,8	4,0	5,9	7,3	7,9	7,8	7,9	5,9	6,5
	Économies à revenu faible-moyen	74,5	118,6	160,3	143,0	145,7	136,1	112,6	117,9	116,1
	Économies à revenu moyen-élevé	79,8	73,4	109,1	85,1	116,1	145,2	119,4	145,9	237,5
	Économies à revenu élevé	3 235,8	3 401,9	4 109,5	6 457,7	6 696,4	6 340,0	5 574,6	7 470,3	9 325,3
	Total pour tous les pays contributeurs	3 391,9	3 598,0	4 384,9	6 693,2	6 966,1	6 629,1	5 814,5	7 740,0	9 685,5
Total biens culturels de base	Économies à faible revenu	151,3	353,4	291,2	451,0	488,8	566,1	704,8	692,4	1 003,3
	Économies à revenu faible-moyen	1 251,2	1 826,4	2 761,4	2 897,9	2 849,0	2 632,0	3 090,2	3 233,8	3 193,1
	Économies à revenu moyen-élevé	2 030,8	2 081,0	2 240,5	2 713,4	2 987,7	3 153,3	3 151,4	3 273,2	2 988,3
	Économies à revenu élevé	36 978,9	41 863,9	43 373,3	47 633,2	49 700,0	52 257,7	53 031,6	53 890,1	56 478,1
	Total pour tous les pays contributeurs	40 412,0	46 124,9	48 666,4	53 695,6	56 025,4	58 609,1	59 978,0	61 089,5	63 662,8

Tableau III-3 Tendances du commerce de biens culturels de base

Catégorie de biens	Niveau de revenu	Taux de croissance annuel moyen ¹ , 1994-2002	
		Exportations	Importations
Biens du patrimoine	Économies à faible revenu	90,0	49,8
	Économies à revenu faible-moyen	-8,1	1,3
	Économies à revenu moyen-élevé	-11,4	22,2
	Économies à revenu élevé	2,9	4,2
	Total pour tous les pays contributeurs	2,7	4,3
Livres	Économies à faible revenu	11,5	13,5
	Économies à revenu faible-moyen	17,7	5,6
	Économies à revenu moyen-élevé	7,1	3,5
	Économies à revenu élevé	2,2	3,7
	Total pour tous les pays contributeurs	3,2	3,9
Journaux et périodiques	Économies à faible revenu	9,6	15,1
	Économies à revenu faible-moyen	2,8	15,2
	Économies à revenu moyen-élevé	9,9	-1,9
	Économies à revenu élevé	1,5	2,1
	Total pour tous les pays contributeurs	1,8	2,5
Autres imprimés	Économies à faible revenu	10,3	18,3
	Économies à revenu faible-moyen	6,2	11,4
	Économies à revenu moyen-élevé	7,1	4,2
	Économies à revenu élevé	2,9	3,9
	Total pour tous les pays contributeurs	3,3	4,1
Médias enregistrés	Économies à faible revenu	10,3	37,6
	Économies à revenu faible-moyen	22,8	19,0
	Économies à revenu moyen-élevé	8,7	6,7
	Économies à revenu élevé	4,6	4,6
	Total pour tous les pays contributeurs	5,0	5,9
Arts visuels	Économies à faible revenu	8,4	9,2
	Économies à revenu faible-moyen	12,0	11,0
	Économies à revenu moyen-élevé	-5,9	7,2
	Économies à revenu élevé	3,4	5,2
	Total pour tous les pays contributeurs	4,8	5,3
Médias audiovisuels	Économies à faible revenu	7,4	17,1
	Économies à revenu faible-moyen	36,1	5,7
	Économies à revenu moyen-élevé	35,8	14,6
	Économies à revenu élevé	13,4	14,1
	Total pour tous les pays contributeurs	20,8	14,0
Total biens culturels de base	Économies à faible revenu	10,9	26,7
	Économies à revenu faible-moyen	17,8	12,4
	Économies à revenu moyen-élevé	12,1	4,9
	Économies à revenu élevé	3,9	5,4
	Total pour tous les pays contributeurs	5,3	5,8

¹ Le taux de croissance composé annuel se calcule comme suit : $\left[\sqrt[n]{\frac{V_n}{V_0}} - 1 \right] * 100$.

Tableau III-4 Taux de couverture du commerce² de biens culturels de base par catégorie, 1994-2002

	Total d'importations en millions \$ US	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Biens du patrimoine	Économies à faible revenu	512,1	1 1495,7	478,8	136,6	84,8	60,9	5 040,1	495,5	3 426,6
	Économies à revenu faible-moyen	364,1	112,3	147,2	361,0	278,6	205,5	24,1	25,2	166,9
	Économies à revenu moyen-élevé	394,3	105,0	193,7	551,7	151,9	49,0	65,4	73,9	30,0
	Économies à revenu élevé	74,9	82,7	73,1	61,2	61,3	62,0	69,3	31,5	67,7
Livres	Économies à faible revenu	27,6	17,8	21,5	13,6	16,0	18,2	20,5	24,0	23,8
	Économies à revenu faible-moyen	42,6	43,4	57,5	62,8	76,0	93,3	95,9	95,9	101,5
	Économies à revenu moyen-élevé	39,2	53,2	48,1	49,5	48,3	45,1	44,1	42,9	51,4
	Économies à revenu élevé	109,0	107,7	107,7	105,2	105,7	101,8	99,9	98,9	97,4
Journaux et périodiques	Économies à faible revenu	75,6	26,1	48,6	35,5	40,0	49,6	38,8	38,0	51,0
	Économies à revenu faible-moyen	52,3	33,9	10,8	12,0	12,5	19,2	17,9	19,8	21,1
	Économies à revenu moyen-élevé	34,4	53,7	67,6	79,4	72,1	67,2	78,7	78,9	84,9
	Économies à revenu élevé	106,5	112,3	112,5	105,8	101,6	94,4	94,7	99,2	101,5
Autres imprimés	Économies à faible revenu	88,6	79,8	35,2	39,1	24,4	43,8	37,5	62,7	50,6
	Économies à revenu faible-moyen	260,9	174,4	124,9	124,7	138,7	165,5	194,4	160,1	178,1
	Économies à revenu moyen-élevé	60,1	60,2	66,3	70,3	68,2	67,2	86,8	72,5	74,7
	Économies à revenu élevé	86,4	90,3	88,8	87,0	90,6	88,3	81,6	80,9	79,9
Médias enregistrés	Économies à faible revenu	153,3	79,3	124,2	94,3	90,9	65,8	81,2	37,9	26,1
	Économies à revenu faible-moyen	21,3	12,0	21,8	34,0	29,0	28,9	25,0	31,7	27,3
	Économies à revenu moyen-élevé	37,6	57,3	59,5	28,5	30,4	30,1	26,6	29,3	43,4
	Économies à revenu élevé	108,9	98,7	101,3	104,9	102,8	108,1	111,3	108,9	109,0
Arts visuels	Économies à faible revenu	265,3	613,1	351,4	478,9	375,0	784,1	254,6	145,1	248,9
	Économies à revenu faible-moyen	1 538,9	1 332,5	1 043,5	1 028,7	1 400,2	1 516,4	1 565,5	1 720,2	1 652,7
	Économies à revenu moyen-élevé	254,8	158,8	191,3	120,2	143,0	139,7	141,6	114,0	89,8
	Économies à revenu élevé	63,6	64,2	60,1	60,6	55,0	52,4	55,2	39,7	55,3
Médias audiovisuels	Économies à faible revenu	477,7	284,8	252,5	319,8	302,9	353,1	328,3	305,6	239,2
	Économies à revenu faible-moyen	261,2	368,6	248,9	132,2	164,2	240,8	408,9	594,3	1 976,7
	Économies à revenu moyen-élevé	159,1	310,1	278,8	113,5	173,7	111,4	57,5	365,2	618,7
	Économies à revenu élevé	38,9	67,8	69,8	54,9	55,5	76,0	53,0	39,6	36,8
Total biens culturels de base	Économies à faible revenu	95,2	59,7	77,5	64,8	63,3	61,7	65,6	39,6	32,8
	Économies à revenu faible-moyen	138,6	118,9	94,7	103,0	112,2	134,7	137,6	141,5	200,8
	Économies à revenu moyen-élevé	59,4	72,6	75,6	63,4	58,5	53,9	48,8	61,1	100,6
	Économies à revenu élevé	89,6	91,4	90,9	86,3	84,1	86,7	84,7	75,4	79,5

² Le taux de couverture (TC) se calcule comme suit : $TC = \frac{X}{M} * 100$, où X = exportations et M = importations.

Tableaux IV Analyse de pays partenaires

Tableau IV-1 Les 15 premiers pays partenaires commerciaux des États-Unis, 1994 et 2003

Exportations	Valeur 2003 en millions \$ US	Part
Monde	7 977,0	
Canada	3 210,4	40,2
Royaume-Uni	955,2	12,0
Suisse	448,8	5,6
Japon	417,2	5,2
Mexique	284,6	3,6
Allemagne	263,6	3,3
France	219,0	2,7
République de Corée	203,3	2,5
Australie	192,0	2,4
Pays-Bas	175,6	2,2
Espagne	125,1	1,6
Hong Kong, Chine	121,4	1,5
Inde	114,0	1,4
Chine	112,0	1,4
Singapour	94,2	1,2
<i>Reste des pays contributeurs</i>	<i>1 040,6</i>	<i>13,0</i>

Exportations	Valeur 1994 en millions \$ US	Part
Monde	8 222,8	
Canada	2 592,7	31,5
Royaume-Uni	848,6	10,3
Japon	782,9	9,5
Allemagne	472,6	5,7
Mexique	418,0	5,1
Australie	335,9	4,1
Suisse	323,7	3,9
France	261,6	3,2
Pays-Bas	207,9	2,5
République de Corée	174,6	2,1
Singapour	164,7	2,0
Hong Kong, Chine	138,0	1,7
Brésil	126,8	1,5
Autres pays d'Asie, n.d.a.	118,7	1,4
Union douan. d'Afrique austr.	91,2	1,1
<i>Reste des pays contributeurs</i>	<i>1 164,9</i>	<i>14,2</i>

Importations	Valeur 2003 en millions \$ US	Part
Monde	13 662,8	
Chine	4 209,1	30,8
Royaume-Uni	1 504,9	11,0
France	1 489,9	10,9
Canada	1 428,2	10,5
Allemagne	575,7	4,2
Italie	548,3	4,0
Japon	498,4	3,6
Hong Kong, Chine	456,0	3,3
Mexique	407,2	3,0
Suisse	288,0	2,1
Espagne	249,2	1,8
Autres pays d'Asie, n.d.a.	223,5	1,6
Pays-Bas	222,6	1,6
Singapour	157,3	1,2
République de Corée	151,9	1,1
<i>Reste des pays contributeurs</i>	<i>1 252,6</i>	<i>9,2</i>

Importations	Valeur 1994 en millions \$ US	Part
Monde	7 674,1	
Japon	1 396,8	18,2
Royaume-Uni	1 222,0	15,9
France	642,5	8,4
Chine	639,6	8,3
Canada	633,0	8,2
Suisse	304,1	4,0
Hong Kong, Chine	286,6	3,7
Autres pays d'Asie, n.d.a.	281,5	3,7
Allemagne	279,8	3,6
Italie	278,5	3,6
Mexique	234,1	3,1
Singapour	198,8	2,6
Espagne	153,4	2,0
Pays-Bas	148,0	1,9
Thaïlande	123,8	1,6
<i>Reste des pays contributeurs</i>	<i>851,6</i>	<i>11,1</i>

n.d.a. = Non déterminés ailleurs.

Tableau IV-2 Les 15 premiers pays partenaires commerciaux de la Chine, 1994 et 2003

Exportations	Valeur 2003 en millions \$ US	Part
Monde	5 821,3	
États-Unis	2 019,9	34,7
Hong Kong, Chine	1 040,5	17,9
Pays-Bas	843,3	14,5
Japon	385,9	6,6
Royaume-Uni	376,9	6,5
Canada	137,1	2,4
Allemagne	135,2	2,3
Australie	118,4	2,0
Italie	69,5	1,2
Autres pays d'Asie, n.d.a.	62,2	1,1
Espagne	55,1	0,9
France	47,1	0,8
Émirats arabes unis	38,8	0,7
République de Corée	36,5	0,6
Belgique	36,0	0,6
<i>Reste des pays contributeurs</i>	<i>418,8</i>	<i>7,2</i>

Exportations	Valeur 1994 en millions \$ US	Part
Monde	1 091,3	
États-Unis	341,2	31,3
Hong Kong, Chine	215,6	19,8
Japon	122,7	11,2
Allemagne	56,5	5,2
Royaume-Uni	52,5	4,8
Espagne	29,6	2,7
Pays-Bas	29,1	2,7
France	22,1	2,0
Canada	21,5	2,0
Singapour	20,7	1,9
Italie	18,7	1,7
Autres pays d'Asie, n.d.a.	17,3	1,6
Australie	12,9	1,2
Arabie saoudite	9,4	0,9
Fédération de Russie	7,9	0,7
<i>Reste des pays contributeurs</i>	<i>113,5</i>	<i>10,4</i>

Importations	Valeur 2003 en millions \$ US	Part
Monde	1 285,8	
États-Unis	285,5	22,2
Allemagne	189,2	14,7
Hong Kong, Chine	160,5	12,5
Singapour	131,4	10,2
Finlande	91,2	7,1
Japon	82,5	6,4
Autres pays d'Asie, n.d.a.	73,5	5,7
Irlande	60,8	4,7
Zones franches	40,7	3,2
Royaume-Uni	33,0	2,6
République de Corée	25,0	1,9
Australie	24,0	1,9
Danemark	15,7	1,2
France	13,3	1,0
Fédération de Russie	12,1	0,9
<i>Reste des pays contributeurs</i>	<i>47,4</i>	<i>3,7</i>

Importations	Valeur 1994 en millions \$ US	Part
Monde	141,1	
États-Unis	41,3	29,3
Hong Kong, Chine	35,0	24,8
Japon	26,5	18,8
Autres pays d'Asie, n.d.a.	15,7	11,2
Allemagne	4,34	3,1
République de Corée	4,16	3,0
France	2,27	1,6
Singapour	2,25	1,6
Italie	2,22	1,6
Royaume-Uni	2,19	1,6
Zones franches	1,52	1,1
Canada	0,48	0,3
Suisse	0,36	0,3
Australie	0,30	0,2
Macao, Chine	0,27	0,2
<i>Reste des pays contributeurs</i>	<i>2,13</i>	<i>1,5</i>

n.d.a. = Non déterminés ailleurs.

Tableau IV-3 Les 15 premiers pays partenaires commerciaux de l'Afrique du Sud, 2003

Exportations	Valeur 2003 en millions \$ US	Part
Monde	64,1	
États-Unis	12,8	19,9
Royaume-Uni	10,4	16,2
Zambie	6,6	10,4
Mozambique	2,9	4,5
Zimbabwe	2,9	4,5
Rép.-Unie de Tanzanie	2,5	3,9
Malawi	2,4	3,7
Allemagne	2,0	3,2
Angola	1,9	2,9
Nigeria	1,7	2,6
Maurice	1,7	2,6
Rép. Démocr. du Congo	1,6	2,5
Kenya	1,5	2,3
Australie	1,4	2,2
Pays-Bas	0,8	1,3
<i>Reste des pays contributeurs</i>	<i>11,1</i>	<i>17,3</i>

Importations	Valeur 2003 en millions \$ US	Part
Monde	322,6	
Royaume-Uni	87,8	27,2
États-Unis	68,8	21,3
Irlande	34,6	10,7
Allemagne	20,2	6,3
Zones, n.d.a.	19,1	5,9
Chine	16,7	5,2
Pays-Bas	8,3	2,6
France	6,6	2,1
Australie	5,8	1,8
Japon	5,2	1,6
Singapour	4,8	1,5
Italie	4,5	1,4
Autres pays d'Asie, n.d.a.	4,3	1,3
Suisse	4,0	1,2
Hong Kong, Chine	3,9	1,2
<i>Reste des pays contributeurs</i>	<i>27,9</i>	<i>8,7</i>

n.d.a. = Non déterminés ailleurs.

Tableau IV-4 Les 15 premiers pays partenaires commerciaux du Brésil, 1994 et 2003

Exportations	Valeur 2003 en millions \$ US	Part
Monde	54,4	
Portugal	15,7	28,9
États-Unis	14,1	25,9
Japon	6,5	11,9
Colombie	2,4	4,4
Chili	2,3	4,3
Argentine	2,2	4,0
Mexique	2,1	3,8
Espagne	1,8	3,3
France	1,1	1,9
Afrique du Sud	0,62	1,1
Angola	0,60	1,1
Italie	0,58	1,1
Allemagne	0,43	0,8
Royaume-Uni	0,42	0,8
Pérou	0,41	0,7
<i>Reste des pays contributeurs</i>	<i>3,2</i>	<i>5,9</i>

Exportations	Valeur 1994 en millions \$ US	Part
Monde	56,9	
Argentine	18,2	32,0
Japon	16,4	28,8
Portugal	7,1	12,4
États-Unis	5,2	9,1
Italie	1,7	2,9
Mexique	1,5	2,6
Chili	0,87	1,5
Uruguay	0,87	1,5
France	0,61	1,1
Espagne	0,46	0,8
Royaume-Uni	0,45	0,8
Union douan. d'Afrique austr.	0,42	0,7
Allemagne	0,37	0,6
Suisse	0,37	0,6
Colombie	0,30	0,5
<i>Reste des pays contributeurs</i>	<i>2,2</i>	<i>3,9</i>

Importations	Valeur 2003 en millions \$ US	Part
Monde	105,7	
États-Unis	30,4	28,8
Royaume-Uni	17,2	16,3
Espagne	8,7	8,2
Chine	5,5	5,2
Argentine	5,5	5,2
France	4,2	4,0
Allemagne	4,2	4,0
Japon	3,8	3,6
Pérou	3,4	3,3
Uruguay	3,4	3,2
Portugal	3,1	2,9
Hong Kong, Chine	3,1	2,9
Chili	2,6	2,5
Italie	2,6	2,4
Suède	1,1	1,0
<i>Reste des pays contributeurs</i>	<i>6,9</i>	<i>6,6</i>

Importations	Valeur 1994 en millions \$ US	Part
Monde	166,0	
États-Unis	68,5	41,3
Japon	18,1	10,9
Royaume-Uni	15,9	9,6
Chili	15,6	9,4
Allemagne	8,4	5,0
Portugal	5,3	3,2
Italie	5,1	3,1
Hong Kong, Chine	4,0	2,4
Espagne	3,9	2,3
France	3,6	2,2
Danemark	3,2	1,9
Argentine	2,8	1,7
Pays-Bas	1,5	0,9
Autres pays d'Asie, n.d.a.	1,5	0,9
Mexique	1,4	0,8
<i>Reste des pays contributeurs</i>	<i>7,2</i>	<i>4,3</i>

n.d.a. = Non déterminés ailleurs.

Tableau IV-5 Les 15 premiers pays partenaires commerciaux de l'Égypte, 1994 et 2002

Exportations	Valeur 2002 en millions \$ US	Part
Monde	10,72	
Arabie saoudite	1,66	15,5
États-Unis	0,87	8,1
Jamahiriya arabe libyenne	0,81	7,6
Yémen	0,72	6,7
Algérie	0,71	6,6
Émirats arabes unis	0,66	6,2
Liban	0,64	5,9
Royaume-Uni	0,39	3,7
Koweït	0,32	3,0
Maroc	0,30	2,8
France	0,28	2,6
Malaisie	0,27	2,5
Oman	0,23	2,1
Jordanie	0,23	2,1
Allemagne	0,22	2,1
<i>Reste des pays contributeurs</i>	2,42	22,6

Exportations	Valeur 1994 en millions \$ US	Part
Monde	15,48	
Arabie saoudite	3,96	25,6
États-Unis	1,31	8,5
Émirats arabes unis	1,29	8,3
Koweït	0,89	5,7
Allemagne	0,64	4,2
Maroc	0,63	4,1
Israël	0,54	3,5
France	0,51	3,3
Oman	0,48	3,1
Bahreïn	0,45	2,9
Qatar	0,43	2,8
Royaume-Uni	0,41	2,7
Grèce	0,37	2,4
Liban	0,36	2,4
Soudan	0,30	2,0
<i>Reste des pays contributeurs</i>	2,89	18,7

Importations	Valeur 2002 en millions \$ US	Part
Monde	33,21	
Royaume-Uni	7,23	21,8
Chine	6,37	19,2
États-Unis	2,93	8,8
Liban	2,91	8,8
Allemagne	1,90	5,7
Émirats arabes unis	1,57	4,7
France	1,36	4,1
Italie	1,25	3,8
Koweït	1,11	3,3
Arabie saoudite	0,89	2,7
République arabe syrienne	0,70	2,1
Qatar	0,39	1,2
Japon	0,36	1,1
Espagne	0,34	1,0
Grèce	0,32	1,0
<i>Reste des pays contributeurs</i>	3,57	10,8

Importations	Valeur 1994 en millions \$ US	Part
Monde	22,1	
Royaume-Uni	5,1	22,9
Liban	2,6	11,6
États-Unis	2,3	10,3
Chine	2,3	10,3
Allemagne	1,5	6,6
Italie	0,9	4,3
Koweït	0,9	4,2
France	0,8	3,6
Pays-Bas	0,8	3,6
Émirats arabes unis	0,8	3,5
Hong Kong, Chine	0,8	3,4
Espagne	0,5	2,3
Zones franches	0,3	1,4
Suisse	0,3	1,4
Autres pays d'Asie, n.d.a.	0,3	1,4
<i>Reste des pays contributeurs</i>	2,0	9,2

n.d.a. = Non déterminés ailleurs.

Tableaux V Les 20 plus grands importateurs et exportateurs dans les catégories principales de biens culturels de base

Tableau V-1 Biens du patrimoine

Biens du patrimoine					
EXPORTATIONS		Millions \$ US en 2002	Part	Variation en % de la valeur en \$ (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)
	<i>Tous les pays contributeurs</i>	1 807,4	100		
Rang	<i>Sous total pour cinq pays</i>	1 579,0	87,4		
1	Royaume-Uni	1 052,6	58,2	-6,3 ^(a)	5,2
2	France	189,2	10,5	-6,2	1,0
3	États-Unis	143,2	7,9	-31,4	8,3
4	Suisse	120,2	6,7	24,2	-5,9
5	Allemagne	73,9	4,1	-10,7	6,0
6	Belgique	35,4	2,0	-12,9	-3,4 ^(b)
7	Canada	27,5	1,5	-13,5	-9,7
8	Norvège	23,7	1,3	372,2	1,4
9	Zimbabwe	18,5	1,0	71,8	44,0 ^(c)
10	Danemark	16,7	0,9	-21,2	31,2
11	Pays-Bas	15,4	0,8	-16,0	-9,1
12	Autriche	13,8	0,8	-0,5	0,0
13	Italie	9,9	0,5	-7,7	1,7
14	Australie	9,7	0,5	-30,9	7,1
15	Afrique du Sud	9,3	0,5	87,8	4,8 ^(c)
16	Japon	8,1	0,4	-76,8	11,4
17	Suède	7,5	0,4	21,8	8,2
18	Irlande	5,4	0,3	-52,3	-8,1
19	Singapour	3,7	0,2	-42,7	25,0
20	Pologne	3,3	0,2	1,7	-1,0

Biens du patrimoine					
IMPORTATIONS		Millions \$ US en 2002	Part	Variation en % de la valeur en \$ (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)
	<i>Tous les pays contributeurs</i>	2 644,2	100		
Rang	<i>Sous total pour cinq pays</i>	2 322,1	60,04		
1	États-Unis	1 394,2	52,7	-3,7	8,0
2	Royaume-Uni	673,2	25,5	24,5	2,2
3	Suisse	99,0	3,7	-25,2	-5,1
4	Hong Kong, Chine	89,2	3,4	-30,4	8,7
5	France	66,5	2,5	14,2	5,4
6	Japon	50,7	1,9	0,5	-7,2
7	Allemagne	42,3	1,6	-25,7	-5,5
8	Canada	32,9	1,2	-94,3	7,2
9	Belgique	30,6	1,2 ^(b)	-4,0	-10,0 ^(b)
10	Australie	22,4	0,8	9,5	-5,1
11	Pays-Bas	20,5	0,8	-64,8	-0,3
12	République tchèque	19,7	0,7	97,8	57,4
13	Autriche	16,0	0,6	-6,2	6,5
14	Italie	10,8	0,4	-7,2	3,8
15	Espagne	9,1	0,3	7,7	2,8
16	Suède	8,7	0,3	27,0	22,1
17	République de Corée	6,5	0,2	8,0	-9,6
18	Danemark	5,2	0,2	-66,2	-4,1
19	Singapour	4,9	0,2	-4,6	-8,8
20	Pologne	4,9	0,2	43,0	15,6

(a) : Moyenne entre 2000 et 2002.

(b) : 1999-2002.

(c) : 1995-2002.

Tableau V-2 Livres

Livres					
EXPORTATIONS		Millions \$ US en 2002	Part	Variation en % de la valeur en \$ (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)
Rang	<i>Tous les pays contributeurs</i>	10 835,0	100		
	<i>Sous total pour cinq pays</i>	6 189,5	57,1		
1	États-Unis	1 921,4	17,7	-3,3	0,4
2	Royaume-Uni	1 805,7	16,7	7,0	2,5
3	Allemagne	1 257,8	11,6	8,8	4,8
4	Espagne	686,0	6,3	-3,7	5,0
5	France	518,5	4,8	-0,8	-0,6
6	Italie	510,3	4,7	-0,9	1,1
7	Chine	409,1	3,8	17,0	25,3
8	Canada	396,0	3,7	-1,5	10,6
9	Belgique	362,1	3,3	-1,5	-2,6 ^(a)
10	Singapour	349,9	3,2	-4,9	-0,1
11	Hong Kong, Chine	258,4	2,4	-3,9	-3,7
12	Pays-Bas	253,7	2,3	2,1	-2,2
13	Fédération de Russie	240,2	2,2	-5,8	-1,4 ^(b)
14	Suisse	147,2	1,4	10,6	-4,5
15	Mexique	119,6	1,1	-0,2	5,6
16	Danemark	110,7	1,0	8,2	-1,3
17	Japon	107,5	1,0	-5,7	-7,6
18	Suède	95,4	0,9	18,9	2,3
19	Irlande	93,8	0,9	-7,2	7,0
20	Malaisie	93,1	0,9	8,7	9,1

Livres					
IMPORTATIONS		Millions \$ US en 2002	Part	Variation en % de la valeur en \$ (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)
Rang	<i>Tous les pays contributeurs</i>	11 738,0	100		
	<i>Sous total pour cinq pays</i>	5 555,0	47,3		
1	États-Unis	2 090,0	17,8	2,2	8,0
2	Royaume-Uni	1 272,8	10,8	13,3	2,2
3	Canada	1 019,3	8,7	6,3	-5,1
4	Allemagne	631,6	5,4	-3,6	8,7
5	France	541,3	4,6	-4,4	5,4
6	Hong Kong, Chine	472,7	4,0	5,9	-7,2
7	Mexique	414,5	3,5	2,3	-5,5
8	Suisse	402,3	3,4	2,9	7,2
9	Japon	329,8	2,8	2,0	-10,0
10	Belgique	363,4	3,1	-0,1	-5,1 ^(a)
11	Australie	307,6	2,6	5,2	-0,3
12	Autriche	258,5	2,2	-17,0	57,4
13	Italie	231,5	2,0	9,4	6,5
14	Pays-Bas	230,7	2,0	-5,6	3,8
15	Singapour	199,2	1,7	-0,6	2,8
16	Espagne	196,4	1,7	17,4	22,1
17	Irlande	153,0	1,3	4,1	-9,6
18	Suède	148,8	1,3	0,3	-4,1
19	République de Corée	120,5	1,0	2,6	-8,8
20	Danemark	115,1	1,0	-1,0	15,6

(a) : 1999-2002.

(b) : 1996-2002.

Tableau V-3 Journaux et périodiques

Journaux et périodiques					
EXPORTATIONS		Millions \$ US en 2002	Part	Variation en % de la valeur en \$ (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)
	<i>Tous les pays contributeurs</i>	4 398,3	100		
Rang	<i>Sous total pour cinq pays</i>	2 954,0	66,9		
1	États-Unis	880,5	20,0	-5,3	0,8
2	Royaume-Uni	745,0	16,9	30,8	5,5
3	Allemagne	711,1	16,2	7,8	-2,5
4	France	368,7	8,4	-4,2	-0,6
5	Espagne	238,8	5,4	2,8	8,9
6	Italie	202,3	4,6	4,4	-0,2
7	Canada	160,9	3,7	10,4	2,1
8	Belgique	146,6	3,3	26,5	1,4 ^(a)
9	Pays-Bas	142,8	3,2	2,0	1,3
10	Finlande	126,1	2,9	5,1	5,3
11	Autriche	54,4	1,2	1,1	-5,0
12	Pologne	49,8	1,1	30,0	36,4
13	Danemark	48,2	1,1	-25,1	0,0
14	Slovaquie	42,5	1,0	4,2	13,6
15	Suisse	41,0	0,9	-20,7	-7,8
16	Singapour	35,9	0,8	5,2	0,8
17	Hong Kong, Chine	35,1	0,8	-20,1	-1,3
18	Japon	34,4	0,8	-2,8	-4,3
19	République tchèque	34,3	0,8	1,9	18,9
20	Mexique	32,9	0,7	-6,1	10,8

Journaux et périodiques					
IMPORTATIONS		Millions \$ US en 2002	Part	Variation en % de la valeur en \$ (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)
	<i>Tous les pays contributeurs</i>	4 675,1	100		
Rang	<i>Sous total pour cinq pays</i>	1 983,4	42,4		
1	Canada	646,7	13,8	-4,1	0,6
2	France	402,0	8,6	6,6	2,3
3	Allemagne	328,7	7,0	3,3	0,8
4	États-Unis	303,1	6,5	4,7	3,6
5	Suisse	303,0	6,5	12,4	0,0
6	Royaume-Uni	300,9	6,4	25,8	8,2
7	Belgique	259,2	5,5	0,5	-6,2 ^(a)
8	Italie	180,0	3,9	-3,6	6,6
9	Espagne	165,9	3,5	7,9	5,2
10	Autriche	164,4	3,5	16,8	-5,1
11	Fédération de Russie	164,3	3,5	16,5	-4,1 ^(b)
12	Australie	150,1	3,2	0,2	-1,0
13	Japon	127,1	2,7	-19,3	-2,6
14	Pays-Bas	92,1	2,0	-1,6	-3,1
15	Portugal	91,9	2,0	9,0	5,3
16	Irlande	87,6	1,9	5,1	1,5
17	Mexique	73,0	1,6	2,4	-3,1
18	Suède	57,6	1,2	19,1	-4,7
19	Nouvelle-Zélande	56,7	1,2	8,9	-0,8
20	Chine	52,7	1,1	32,6	26,0

(a) : 1999-2002.

(b) : 1996-2002.

Tableau V-4 Autres imprimés

Autres imprimés					
EXPORTATIONS		Millions \$ US en 2002	Part	Variation en % de la valeur en \$ (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)
	<i>Tous les pays contributeurs</i>	2 158,9	100		
Rang	<i>Sous total pour cinq pays</i>	1 315,5	60,9		
1	États-Unis	400,7	18,6	-1,1	3,7
2	Allemagne	274,8	12,7	16,7	-0,3
3	Royaume-Uni	274,6	12,7	34,9	3,6
4	Canada	252,8	11,7	23,8	12,4
5	Italie	112,6	5,2	27,5	0,4
6	France	104,7	4,8	27,9	5,1
7	Chine	92,4	4,3	42,4	15,9
8	Suisse	91,6	4,2	11,8	-2,9
9	Mexique	61,8	2,9	14,6	10,6
10	Belgique	51,3	2,4	18,9	-8,0 ^(a)
11	Pays-Bas	50,1	2,3	21,1	-1,0
12	Espagne	45,4	2,1	29,2	13,6
13	Suède	34,8	1,6	21,5	1,4
14	Danemark	32,0	1,5	-20	-0,3
15	République de Corée	24,9	1,2	-0,9	1,0
16	Autriche	22,7	1,1	-1,2	-0,8
17	Finlande	20,8	1,0	17,5	7,0
18	Australie	18,2	0,8	46,9	6,0
19	Hong Kong, Chine	18,1	0,8	-1,4	-6,2
20	Fédération de Russie	16,5	0,8	-20,1	7,1 ^(b)

Autres imprimés					
IMPORTATIONS		Millions \$ US en 2002	Part	Variation en % de la valeur en \$ (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)
	<i>Tous les pays contributeurs</i>	2 620,0	100		
Rang	<i>Sous total pour cinq pays</i>	1 445,2	55,2		
1	États-Unis	673,3	25,7	18,2	8,7
2	Canada	264,6	10,1	-7,6	6,9
3	Royaume-Uni	200,4	7,6	3,4	4,2
4	Allemagne	190,2	7,3	11,7	0,6
5	France	116,7	4,5	6,8	-0,7
6	Espagne	112,4	4,3	28,9	17,1
7	Pays-Bas	112,1	4,3	8,8	3,7
8	Suisse	105,0	4,0	5,7	0,1
9	Hong Kong, Chine	90,0	3,4	-0,3	6,3
10	Japon	70,1	2,7	4,8	-1,7
11	Mexique	65,3	2,5	38,3	3,1
12	Autriche	56,6	2,2	18,6	-2,5
13	Belgique	53,0	2,0	7,2	6,6 ^(a)
14	Australie	47,5	1,8	14,9	-5,6
15	République de Corée	40,6	1,5	52,2	25,0
16	Italie	36,5	1,4	8,5	1,3
17	Danemark	33,7	1,3	2,0	4,0
18	Norvège	32,7	1,2	3,1	0,9
19	Suède	28,5	1,1	-2,6	-3,4
20	Irlande	25,4	1,0	19,3	3,5

(a) : 1999-2002.

(b) : 1996-2002.

Tableau V-5 Médias enregistrés

Médias enregistrés					
EXPORTATIONS		Millions \$ US en 2002	Part	Variation en % de la valeur en \$ (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)
Rang	<i>Tous les pays contributeurs</i>	18 509,4	100		
	<i>Sous total pour cinq pays</i>	10 670,5	57,6		
1	États-Unis	3 068,8	16,6	-3,9	-2,4
2	Allemagne	2 281,0	12,3	72,1	7,9
3	Irlande	2 128,2	11,5	-28,9	-0,9
4	Royaume-Uni	1 640,2	8,9	15,3	4,6
5	Singapour	1 552,3	8,4	-9,5	18,5
6	Autriche	1 261,2	6,8	18,9	20,5
7	Pays-Bas	955,7	5,2	-20,4	-0,3
8	France	741,2	4,0	25,2	6,4
9	Suède	644,9	3,5	46,2	21,5
10	Japon	371,5	2,0	7,4	2,8
11	Canada	357,4	1,9	-4,2	3,3
12	Belgique	351,9	1,9	7,4	2,1 ^(a)
13	Espagne	258,7	1,4	43,5	24,7
14	Chine	254,9	1,4	40,0	29,9
15	Hong Kong, Chine	254,5	1,4	1,0	27,6
16	Suisse	254,2	1,4	5,6	-4,6
17	Danemark	194,5	1,1	-12,0	3,6
18	Inde	191,3	1,0	6,8	10,2
19	République de Corée	174,9	0,9	-10,9	27,4
20	Mexique	146,0	0,8	6,6	14,3

Médias enregistrés					
IMPORTATIONS		Millions \$ US en 2002	Part	Variation en % de la valeur en \$ (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)
Rang	<i>Tous les pays contributeurs</i>	19 394,7	100		
	<i>Sous total pour cinq pays</i>	7 369,2	38,0		
1	Royaume-Uni	1 953,9	10,1	14,3	6,2
2	Allemagne	1 487,8	7,7	2,2	-1,3
3	France	1 397,7	7,2	21,9	6,1
4	États-Unis	1 358,3	7,0	4,5	7,2
5	Canada	1 171,5	6,0	1,6	1,5
6	Italie	992,0	5,1	5,0	13,4
7	Chine	873,4	4,5	8,2	39,9
8	Suisse	821,1	4,2	-9,2	5,3
9	Japon	777,8	4,0	-14,2	0,2
10	Inde	708,0	3,7	60,7	37,7
11	Belgique	639,0	3,3	31,6	4,3 ^(a)
12	République de Corée	638,9	3,3	9,7	8,2
13	Pays-Bas	627,0	3,2	7,1	-0,4
14	Espagne	507,3	2,6	19,3	7,7
15	Autriche	435,8	2,2	10,2	3,8
16	Suède	425,4	2,2	8,3	4,7
17	Australie	378,4	2,0	10,2	-3,9
18	Autres pays d'Asie, n.d.a.	375,5	1,9	-27,5	1,1
19	Mexique	364,6	1,9	-21,3	4,5
20	Hong Kong, Chine	278,7	1,4	-18,4	1,6

(a) : 1999-2002.

n.d.a. : Non déterminé ailleurs.

Tableau V-6 Arts visuels

Arts visuels					
EXPORTATIONS		Millions \$ US en 2002	Part	Variation en % de la valeur en \$ (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)
Rang	Tous les pays contributeurs	9 741,0	100		
	Sous total pour cinq pays	7 090,3	72,8		
1	Royaume-Uni	2 700,2	27,7	36,4 ^(a)	9,4
2	Chine	2 229,6	22,9	39,6	14,1
3	États-Unis	889,1	9,1	-27,8	-2,2
4	Suisse	720,4	7,4	61,6	2,7
5	Allemagne	550,9	5,7	13,1	1,3
6	France	505,3	5,2	-13,8	2,2
7	Italie	273,5	2,8	-11,7	-4,0
8	Espagne	255,2	2,6	40,8	5,6
9	Canada	162,2	1,7	-23,0	11,8
10	Belgique	119,5	1,2	34,8	5,1 ^(b)
11	Mexique	111,7	1,1	11,8	6,7
12	Pays-Bas	108,7	1,1	-1,6	-5,9
13	Portugal	105,7	1,1	-14,5	-5,6
14	Philippines	98,3	1,0	35,5	-3,8
15	Indonésie	85,4	0,9	34,9	7,0
16	Danemark	75,9	0,8	-9,9	7,3
17	Autriche	71,6	0,7	-4,0	11,4
18	Maroc	70,9	0,7	1074,0	43,5
19	République de Corée	69,1	0,7	73,4	-2,6
20	Japon	60,4	0,6	-19,9	-0,6

Arts visuels					
IMPORTATIONS		Millions \$ US en 2002	Part	Variation en % de la valeur en \$ (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)
Rang	Tous les pays contributeurs	12 911,0	100		
	Sous total pour cinq pays	10 021,1	77,6		
1	États-Unis	5 425,7	42,0	-2,8	8,9
2	Royaume-Uni	2 759,6	21,4	9,5	6,9
3	Suisse	665,6	5,2	-23,5	4,3
4	Allemagne	592,7	4,6	-27,6	-1,1
5	Hong Kong, Chine	577,6	4,5	-2,2	5,3
6	Japon	397,7	3,1	-1,4	-6,5
7	France	355,3	2,8	7,6	1,3
8	Italie	305,5	2,4	52,1	11,7
9	Espagne	220,6	1,7	-35,6	-10,8
10	Canada	190,1	1,5	22,3	6,9
11	Pays-Bas	186,5	1,4	-4,6	3,8
12	Belgique	117,0	0,9	5,1	3,0 ^(b)
13	Autriche	94,8	0,7	6,5	3,6
14	Australie	89,3	0,7	12,2	3,6
15	République de Corée	73,2	0,6	72,5	1,9
16	Mexique	71,9	0,6	8,7	4,9
17	Suède	69,2	0,5	47,8	3,7
18	Danemark	61,9	0,5	-4,3	7,8
19	Singapour	42,0	0,3	-11,1	-6,4
20	Israël	41,4	0,3	-36,2	4,3

(a) : Variation annuelle entre 2000 et 2002.

(b) : 1999-2002.

Tableau V-7 Médias audiovisuels

Médias audiovisuels					
EXPORTATIONS		Millions \$ US en 2002	Part	Variation en % de la valeur en \$ (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)
Rang	<i>Tous les pays contributeurs</i>	7 216,4	100		
	<i>Sous total pour cinq pays</i>	5 548,5	76,9		
1	Chine	2 281,8	31,6	230,2	38,6
2	Japon	1 208,1	16,7	83,3	23,2
3	Mexique	771,9	10,7	351,9	38,3
4	Hongrie	647,2	9,0	89,1	90,9
5	Allemagne	639,5	8,9	299,4	27,4
6	États-Unis	344,8	4,8	16,1	3,5
7	Royaume-Uni	330,5	4,6	157,0	3,0
8	Canada	220,6	3,1	43,4	16,6
9	Italie	128,1	1,8	77,0	16,3
10	France	93,7	1,3	16,6	-1,1
11	Belgique	63,2	0,9	-9,0	4,4 ^(a)
12	Autriche	52,5	0,7	42,3	24,1
13	Espagne	47,4	0,7	-26,1	15,0
14	République de Corée	43,0	0,6	-16,0	-8,0
15	Australie	42,0	0,6	76,4	44,9
16	Singapour	41,4	0,6	17,6	9,5
17	Norvège	40,3	0,6	27,7	73,0
18	Malaisie	32,4	0,4	1650,3	-7,3
19	Suède	28,9	0,4	63,5	13,1
20	Finlande	23,7	0,3	59,0	37,2

Médias audiovisuels					
IMPORTATIONS		Millions \$ US en 2002	Part	Variation en % de la valeur en \$ (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)
Rang	<i>Tous les pays contributeurs</i>	9 685,5	100		
	<i>Sous total pour cinq pays</i>	6 878,0	71,0		
1	États-Unis	4 093,9	42,3	9,0	12,6
2	Allemagne	888,9	9,2	234,2	15,3
3	Royaume-Uni	711,2	7,3	128,6	23,1
4	Hong Kong, Chine	656,7	6,8	324,6	18,2
5	France	527,3	5,4	32,1	9,8
6	Canada	504,8	5,2	21,7	11,1
7	Espagne	273,0	2,8	9,9	15,1
8	Japon	261,1	2,7	-29,1	25,1
9	Australie	214,7	2,2	344,4	22,8
10	Singapour	177,5	1,8	42,6	21,3
11	Mexique	158,7	1,6	157,2	20,8
12	Pays-Bas	156,7	1,6	-79,6	18,3
13	République de Corée	119,2	1,2	28,2	5,4
14	Suède	92,0	1,0	70,0	15,5
15	Belgique	82,3	0,8	12,1	-18,4 ^(a)
16	Suisse	70,1	0,7	24,9	7,7
17	Norvège	69,4	0,7	142,7	25,3
18	Italie	63,2	0,7	-19,5	-2,1
19	Chine	57,8	0,6	-2,5	29,4
20	Portugal	52,8	0,5	111,8	15,4

(a) : 1999-2002.

Tableau VI Commerce détaillé de services culturels pour certains pays sélectionnés

EBOPS	CATÉGORIES EBOPS OU NATIONALES	EXPORTATIONS			IMPORTATIONS		
		Millions \$ US en 2002	Variation annuelle en % (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)	Millions \$ US en 2002	Variation annuelle en % (2001/2002)	Variation annuelle moyenne en % (1994/2002)
AUSTRALIE							
200	Montant total de services (milliards de \$ US)	17 887,5	7	2,9	18 071,1	7	1,99
264	Services d'information	12	34	4,5	25	-15	12,85
889	Services d'agence de presse	3	-43	..	5	-73	..
890	Autres services d'information	9	155	..	20	77	..
892	Autres redevances culturelles et de licence (a)	168	-16	-14,9	362	26	-2,97
	Musique (a)	35	20	-1,8	120	8	0,41
	Logiciels informatiques (a)	78	-30	-28,3	227	21	-5,19
	Autres (a)	55	-7	33,2	135	35	1,28
280	Services d'architecture (a)	12	93	27,2	1
288	Services audiovisuels et connexes	57	20	-2,5	399	22	2,10
289	Autres services personnels, culturels et récréatifs	126	19	7,7	442	24	3,41
897	Autres (2)	70	19	..	43	43	..
CANADA							
200	Montant total de services (milliards de \$ US)	37 165	-2	6	42 473	-2	3,4
266	Redevances et droits de licence	3 035	-5	28	4 379	0	10,1
892	Autres redevances et droits de licence	1 629	-3	25	3 077	1	10,7
	Droits d'auteur et droits connexes	210	-9	25	368	8	8,6
	Redevances d'utilisation de logiciel et autres redevances	1 197	-7	36	934	-3	8,9
288	Services audiovisuels et connexes	1 304	-2	13	1 541	10	9,1
RÉPUBLIQUE TCHÈQUE							
200	Montant total en services (milliards de \$ US)	6 975	-0,1	4	6 308	16	4
264	Services d'information	5	-8	..	8	66	..
889	Services d'agence de presse
890	Autres services d'information	5	-8	..	8	66	..
288	Services audiovisuels et connexes	26	14	- 9	22	21	- 29
289	Autres services personnels, culturels et récréatifs (b)	136	-1	27	155	25	4
897	Autres (c)	110	-4	- 13	133	25	4
NOUVELLE-ZÉLANDE							
200	Montant total de services (milliards de \$ US)	5 121	17	4	4726,2	11	2
266	Redevances et droits de licence	87	56	23	346	10	5
	Redevances d'utilisation de logiciel et droits de licence	25	26	..	85	69	..
	Autres	62	72	..	261	-1	..
ÉTATS-UNIS							
200	Montant total de services (milliards de \$ US)	288 723	1	5	227 380	4	7
266	Redevances et droits de licence	44 142	7	6	19 258	15	16
892	Autres redevances et droits de licence (3)	38 212	-3	5	18 522	13	16
	Livres, disques et bandes magnétiques (3)	523	0	8	346	13	13
	Diffusion et enregistrement d'événements en direct (3)	277	59	6	946	622	16
	Logiciels informatiques d'utilisation générale (3) (4) (b)	4 824	-4	12	481	6	0
	Autres (3) (4)	32 879	11	5	15 319	12	17
288	Services audiovisuels et connexes	6 919	5	15	149	48	1

Source : ISU, données de « Statistiques sur les échanges internationaux de services », Volume I, OCDE / Eurostat, 2004.

- (1) Cette catégorie comporte plus de catégories que celles qui sont affichées.
(2) Les crédits de services de soins de santé pour 2000 figurent dans les « Autres services personnels, culturels et récréatifs, Autres ».
(3) Les reçus et paiements de redevances et de droits de licence entre des entreprises affiliées figurent dans la rubrique « Autres redevances et droits de licence, Autres ».
(4) Avant 1997, les redevances et licence relatives aux logiciels informatiques d'utilisation générale figurent dans « Autres ».
(a) : 1999-2002. (b) : 1997-2002. (c) : 1998-2002.

Annexe II : Glossaire

Accord général sur le commerce des services (AGCS) : Ensemble de règles et de règlements ayant force obligatoire en droit négociés et ayant fait l'objet d'un accord au niveau mondial pour encadrer les échanges internationaux de services; il identifie quatre types de fournitures : transfrontalières, pour consommation à l'étranger, présence commerciale et présence de personnes physiques; des distinctions sont établies selon que le fournisseur de services ou le consommateur, ou ni l'un ni l'autre, se déplace d'un pays à un autre pour permettre que la transaction soit effectuée (ONU et al., 2002).

Autres redevances et droits de licence : Elles englobent les flux de paiements et de recettes qui sont liés à l'utilisation légale d'actifs incorporels non financiers, non produits et de droits de propriété (tels que les brevets, les droits d'auteur, les procédés de fabrication industrielle, le franchisage, etc.) et à l'exploitation, dans le cadre d'accords de licence, des oeuvres originales ou des prototypes créés (tels que les manuscrits, logiciels, films et enregistrements sonores) (ONU et al., 2002).

Balance des paiements : Énoncé statistique qui résume de façon systématique, pour une période de temps donnée, les transactions économiques qui ont cours entre une économie et le reste du monde. Comme telle, une transaction est définie comme étant un flux économique qui est le reflet d'une création, d'une transformation, d'un échange, d'un transfert ou d'une extinction d'une valeur économique et qui suppose des changements au niveau de la propriété de biens et/ou d'actifs financiers, la prestation de services ou une dotation en main-d'œuvre et en capital.

Biens culturels : Biens de consommation qui véhiculent des idées, des valeurs symboliques

et des modes de vie, qui informent ou distraient, contribuant à forger et à diffuser l'identité collective tout comme à influencer les pratiques culturelles. Ils résultent de la créativité individuelle ou collective.

Commerce international de services : Échanges entre résidents et non-résidents d'une économie. Il englobe aussi la valeur des services fournis par l'entremise de filiales établies à l'étranger, décrites comme le commerce des échanges de services pour les filiales à l'étranger (FATS). Des services sont également fournis par des particuliers oeuvrant à l'étranger, soit à titre de fournisseurs de services à leur propre compte ou d'employés de fournisseurs de services, y compris ceux du pays hôte (ONU et al., 2002).

Industries créatives : Industries qui englobent les industries culturelles auxquelles s'ajoutent toutes les activités de production culturelle ou artistique, qu'elles aient lieu en direct ou qu'elles soient produites à titre d'entité individuelle. Les industries créatives sont celles dont les produits ou les services contiennent une proportion substantielle d'entreprise artistique ou créatrice (OMPI, 2003).

Industries culturelles : Industries qui touchent à la fois la création, la production et la commercialisation de contenus créatifs dont la particularité réside dans les contenus à caractère culturel généralement protégés par des droits d'auteur et ils peuvent s'apparenter à un bien ou à un service. D'ordinaire, les industries culturelles incluent l'édition imprimée et le multimédia, la production cinématographique, audiovisuelle et phonographique, ainsi que l'artisanat et le design.

Produits culturels : Regroupement des biens et des services culturels.

Réexportations : Produits étrangers exportés de n'importe quelle partie du territoire économique d'un pays dans le même état que lors de leur importation antérieure (UNSD, 2004).

Services culturels : les services culturels se traduisent par des mesures d'appui à des pratiques culturelles que les états, les institutions publiques, les fondations, les entreprises privées ou mixtes mettent à la disposition de la communauté et qui incluent, entre autres, la promotion des spectacles ainsi que la conservation et l'information culturelles (bibliothèques, archives et musées). Ces services culturels peuvent être gratuits ou payants (Alonso Cano et al., 2000).

Services : Gamme hétéroclite de produits et d'activités intangibles définie par le Système de comptabilité nationale de 1993 comme étant : « un groupe d'industries, habituellement classé comme l'industrie des services, qui engendrent des produits s'apparentant de plusieurs façons à des biens, à savoir ceux qui ont trait à la fourniture, au stockage, à la communication et à la diffusion de l'information, de conseils et de divertissement, au sens le plus large de ces termes, à la production de renseignements généraux ou spécialisés, aux nouvelles, aux logiciels, aux films, à la musique » (ONU et al., 2002).

Services audiovisuels et connexes : Services, redevances et commissions y afférentes – ayant trait à la production de films cinématographiques (films ou bandes vidéo), d'émissions de radio et de télévision (en direct ou enregistrées) et d'enregistrements musicaux (ONU et al., 2002).

Autres services personnels, culturels et récréatifs : recouvrent les services tels que ceux qui sont associés aux musées, bibliothèques, archives et autres activités culturelles, sportives et récréatives (ONU et al., 2002).

Les services d'information englobent les :

Services d'agence de presse : incluent la fourniture de reportages ou chroniques, d'articles, et de photographies aux médias.

Autres services d'information : incluent les services de base de données; ils incluent aussi les abonnements individuels et directs à des journaux et à des revues, que ce soit par la poste, par transmission électronique ou par d'autres moyens (ONU et al., 2002).

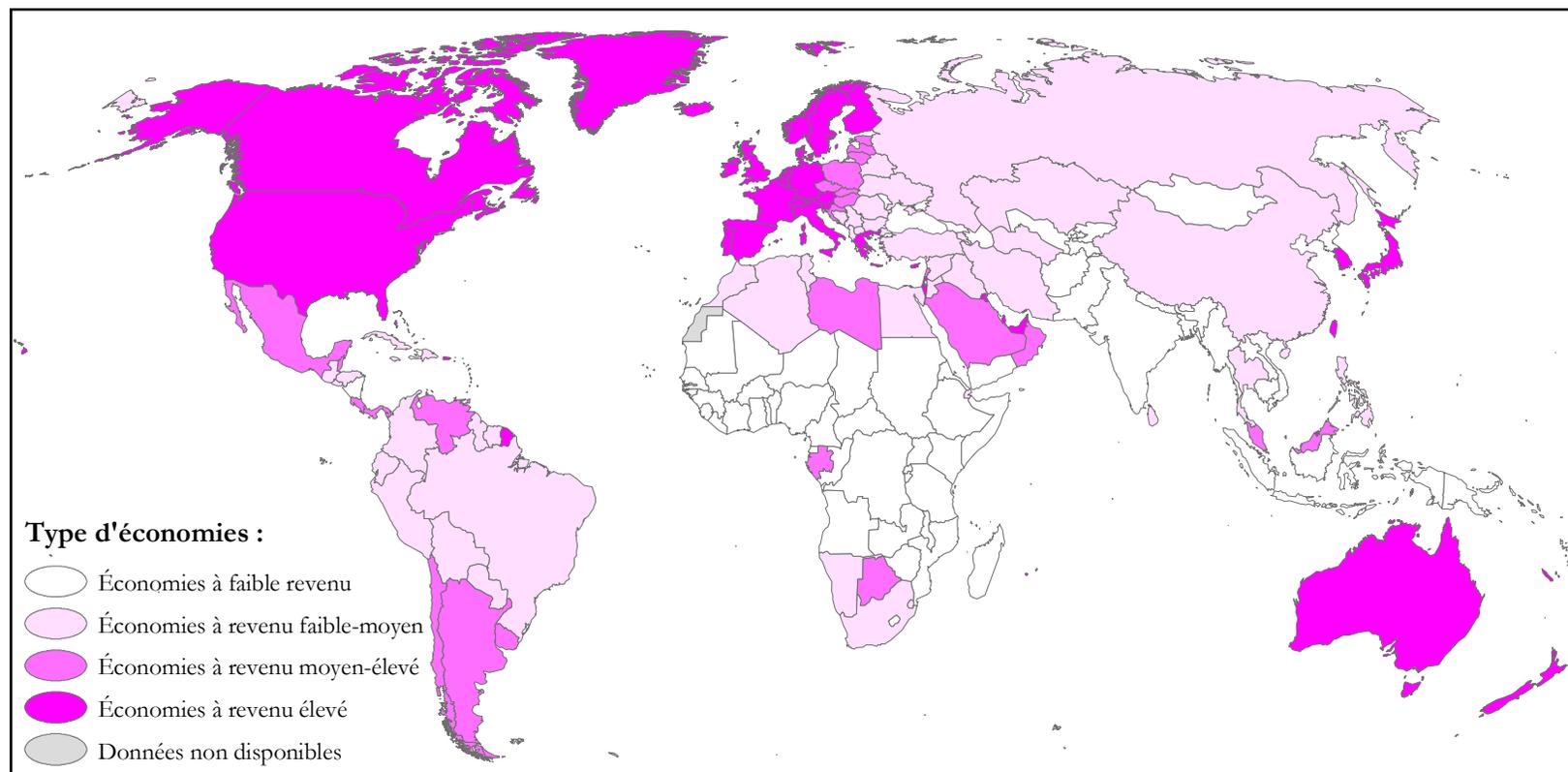
Services de publicité, d'étude de marché et de sondage d'opinion : englobent la conception, la création et la commercialisation de messages publicitaires par des agences de publicité, le placement des annonces auprès des médias, y compris l'achat et la vente d'espace publicitaire, les services d'exposition fournis par les foires commerciales et les salons, la promotion de produits à l'étranger, les études de marché, le télémarketing et les sondages d'opinion portant sur divers enjeux (ONU et al., 2002).

Services d'architecture, d'ingénierie et autres services techniques : correspondent aux transactions entre résidents et non-résidents qui ont trait aux aspects architecturaux des projets d'aménagement, notamment urbain ; à la planification de la construction d'ouvrages tels que barrages, ponts ou aéroports, tracé des projets et supervision des chantiers, livraison d'ouvrages clés en main, etc. ; à la topographie, la cartographie, l'essai et la certification des produits ainsi que les services d'inspection technique. Le génie minier est exclu et apparaît sous la rubrique des services miniers (ONU et al., 2002).

Annexe III: Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles

Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles (CSC)	
0	PATRIMOINE CULTUREL
0.1	Monuments historiques
0.2	Patrimoine archéologique
0.3	Patrimoine musical
0.4	Patrimoine d'archives
0.5	Autres formes de patrimoine culturel
1	IMPRIMES ET LITTÉRATURE
1.1	Livres et brochures
1.2	Journaux et périodiques
1.3	Services de bibliothèque
2 et 3	MUSIQUE ET ARTS DE LA SCÈNE
2.1	Musique en direct
2.2	Théâtre musical
3.1	Théâtre d'art dramatique
3.2	Danse
3.3	Autres arts de la scène (cirque, pantomime, etc.)
2/3	Questions communes dont Les disques audiophoniques et audiovisuels
4	ARTS VISUELS
	Groupe A
4.1	Peinture
4.2	Sculpture
4.3	Arts graphiques
4.4	Artisanat
4.5	Autres formes d'arts visuels
	Groupe B
4.6	Photographie
4.6.1	Photographie créative artistique
4.6.2	Autre photographie
5 et 6	MÉDIAS AUDIOPHONIQUES ET AUDIOVISUELS
5	CINÉMA ET PHOTOGRAPHIE
5.1	Cinéma
5.2	Photographie
6	RADIO ET TÉLÉVISION
6.1	Radio
6.2	Télévision
5/6	Vidéo
7	ACTIVITÉS SOCIOCULTURELLES
7.1	Activités associatives
7.2	Installations socioculturelles multi usages
7.3	Pratiques socioculturelles
7.3.1	Pratiques individuelles
7.3.2	Vie familiale
7.3.3	Vie communautaire
7.4	Données inter catégorielles Tourisme
8	SPORTS ET JEUX
9	ENVIRONNEMENT ET NATURE
9.1	Environnement naturel
9.2	Environnement urbain (qualité de vie dans un cadre urbain)

B. Pays selon le niveau de revenu



ISU, à partir des données provenant de Comtrade ONU, DAES/UNSD, 2004.

Annexe V : Liste des produits utilisés dans le rapport

A. Liste des codes utilisés pour les services culturels (EBOPS, CPC)

Services culturels de base

	EBOPS		CPC ³ , Version 1.1
288	Services audiovisuels et connexes	9	Services communautaires, sociaux et personnels
		96	Services récréatifs, culturels et sportifs
		961	Services audiovisuels et connexes
		96111	Services d'enregistrements sonores
		96112	Services de post-production audio
		96121	Services de productions de films, cassettes vidéo et programmes de télévision
		96122	Services de productions de programmes de radio
		96130	Services de matériels de production audiovisuelle
		96141	Services de distribution de films et de programmes de télévision
		96142	Services de post-production de film et vidéo
		96149	Autres services connexes à la production de films de programmes de télévision et de radio
		96151	Services de projection de films
		96152	Services de projection de cassettes vidéo
		96160	Services de radio et télédiffusion (programmation)
		73	Services de crédit bail ou location sans opérateur
		73210	Services de crédit bail ou location de télévisions, radios, et magnétoscopes, équipement connexes et accessoires
		73220	Services de crédit bail ou location de cassettes vidéo
266	Redevances et droits de licence		
	Redevances	733	Services de licence pour le droit d'utilisation d'actifs incorporels non financiers
		7331	<i>Services de licence pour le droit d'utilisation de logiciels d'ordinateurs</i>
		7332	Services de licence pour le droit d'utilisation d'œuvres originales littéraires, acoustiques et de divertissement
		7339	<i>Services de licence pour le droit d'utilisation d'autres actifs incorporels non financiers</i>

³ CPC: La classification centrale de produits a été utilisée pour décrire les composants de la balance des paiements des services recommandés dans la MBP5. Elle a servi de référence dans l'élaboration de cette classification dans des domaines particuliers de l'économie dont le commerce international de services.

897 Autres services récréatifs, culturels et sportifs *

	EBOPS	CPC, Version 1.1	
897	<i>Services culturels</i>		<i>Services récréatifs, culturels et sportifs</i>
		96210	Services de promotion et d'organisation des événements des arts du spectacle
		96220	Services de production et de présentation des événements des arts du spectacle
		96230	Services opérationnels de facilitation des arts du spectacle
		96290	Autres services d'arts du spectacles et spectacles sur scène
		96310	Services aux artistes
		96320	Services aux auteurs, compositeurs, sculpteurs et autres artistes à l'exception des artistes de scène
897	<i>Services personnels</i>		
			Services de bibliothèques et d'archives
		84510	Services de bibliothèques
		84520	Services d'archives
			<i>Services récréatifs, culturels et sportifs</i>
		96411	Services de musées à l'exception des sites historiques et des bâtiments
		96412	Services de préservation de sites historiques et de bâtiments

*Actuellement, il n'y a pas de données disponibles pour cette catégorie.

Services culturels connexes/apparentés

278	Publicité, études de marché et enquête publique d'opinion		
		83610	Planification, création et services de placements en publicité
		83690	Autres services publicitaires
		85970	Salons commerciaux et services d'organisation d'expositions
280	Services architecturaux, d'ingénierie, et autres services techniques		
		832	Services architecturaux et d'urbanisme et d'architecture paysagère
		83211	Conseils architecturaux et services de pre-design
		83212	Services de création architecturale et d'administration
		83219	<i>Autres services architecturaux</i>
889	Services d'agence de presse		Services d'agence de presse
		84410	Services d'agence de presse pour les journaux et périodiques
		84420	Services d'agence de presse aux médias audiovisuels

Note: les catégories en italique ne sont pas uniformément acceptées au sein de la communauté internationale comme faisant partie des services culturels.

B. Liste des codes utilisés pour les biens culturels avec le Système harmonisé (SH) et la Classification Type pour le Commerce International, Révision 3 (CTCI REV. 3)

BIENS CULTURELS DE BASE				
Catégories du CSC	CTCI 3	CTCI 3 libellé	SH 96	SH 96 libellé
0. Patrimoine culturel				
	8965*	Collections, spécimens de botanique, de zoologie, minéralogique, anatomique, historique, archéologique, paléontologique, ou d'intérêt ethnographique ou numismatique	9705	Pièces de collection ou collecteur
Antiquités	8966	Antiquités d'un âge excédant 100 ans	9706	Antiquités d'un âge excédant 100 ans
1. Imprimés				
	892	Imprimés	49	Livres imprimés, journaux, et autres produits imprimés
Livres	89215	Livres, brochures et imprimés similaires, feuillets	4901	Livres, brochures et imprimés similaires, feuillets
	89216	Dictionnaires et encyclopédies, sauf en feuillets		
	89219	Autres livres, brochures et imprimés similaires, sauf en feuillets		
	89212	Albums, livres d'images, albums à dessiner ou à colorier	4903	Albums, livres d'images, albums à dessiner ou à colorier
Journaux et publications périodiques imprimés	8922	Journaux et publications périodiques imprimés	4902	Journaux et publications périodiques imprimés, illustrés ou non contenant ou non de la publicité
Autres imprimés	89285	Musique manuscrite ou imprimée, illustrée ou non	4904	Musique manuscrite ou imprimée, illustrée ou non
	89213	Ouvrages cartographiques sous forme de livre ou brochure	4905	Ouvrages cartographiques de tous genres, hydrographiques ou graphes similaires, contenant des atlas, cartes murales
	89214	Ouvrages cartographiques de tous genres	4909	Cartes postales, cartes de vœux, faire-part, décalcomanies
	8924	Cartes postales, cartes de vœux, faire-part, décalcomanies		
	89284	Calendriers de tous genres, imprimés	4910	Calendriers de tous genres, imprimés
	89287	Images, gravures et photographies	491191	Images, gravures et photographies
	8964	Articles de philatélie sans cours légal	9704	Timbres usagés et non usagés
2 et 3. Musique et arts du spectacle				
Médias enregistrés	89871	Disques pour électrophones	852410	Disques pour électrophones
	89879*	Médias enregistrés, n.d.a.	852432	Disques enregistrés pour système de lecture optique par faisceau laser, pour reproduction du son
	89861	Bandes magnétiques enregistrées, largeur < 4 mm	852451	Bandes magnétiques pour la reproduction du son ou de l'image, enregistrées, largeur <= 4 mm
	89865	Bandes magnétiques enregistrées, 4mm < largeur < 6,5mm	852452	Bandes magnétiques pour la reproduction du son ou de l'image, enregistrées, largeur > 4 ; <= 6,5 mm
	89867	Bandes magnétiques enregistrées, largeur > 6,5 mm	852453	Bandes magnétiques pour la reproduction du son ou de l'image, enregistrées, largeur >6,5mm
	89879*	Medias enregistrés, n.d.a.	852499	Autres supports enregistrés pour la reproduction du son ou de l'image

4. Arts visuels				
Tableaux	8961	Tableaux et dessins, fait à la main autres que ceux du 892.82	9701	Tableaux et dessins, pastels et collages fait à la main, pastels, collages, etc.
Autres arts visuels	8962	Gravures, estampes et lithographies originales	9702	Gravures, estampes et lithographies originales
	8963	Productions originales, statues ou sculptures	9703	Productions originales d'articles statuaires/de sculpture, en toute matière
	89399*	Autres articles en matières plastiques	392640	Statuettes et autres objets d'ornementation, en matières plastiques
	63549*	Bois marquetés et incrustés; coffrets; ornements, articles similaires; statuettes et autres ornements; articles en bois autres que ceux de la division 82	442010	Statuettes et autres objets d'ornement, en bois
	6662	Objets d'ornementation en céramique	6913	Statuettes et autres objets d'ornementation en céramique
	69782*	Articles d'ornement intérieur, métaux communs, n.d.a.	830621 830629	Statuettes et autres objets d'ornement, argentés, dorés/platinés Statuettes et autres objets d'ornement, n.d.a.
	89911*	Matières animales à tailler, travaillées, ouvrages	9601	Ivoire, os et autres matières animales à tailler, travaillées et ouvrages en cette matière
5 et 6. Médias audiovisuels				
5. Cinéma et photographie				
Photographie	8826*	Plaques et pellicules, impressionnées et développées	370590	Autres plaques et pellicules photographiques, impressionnées, et développées
Cinéma	883	Films cinématographiques, impressionnés, développés	3706	Films cinématographiques, impressionnés et développés
Nouveaux médias	89431	Jeux électroniques, de type vidéo	950410	Jeux vidéo de type utilisables avec un récepteur de télévision

* : Certains biens de cette catégorie ne sont pas culturels. Seuls les biens culturels doivent être pris en compte.

n.d.a. = Non déterminé ailleurs.

PRODUITS CULTURELS CONNEXES				
MATERIELS				
Catégories du CSC	CTCI 3	CTCI 3 libellé	SH 96	SH 96 libellé
2. Musique				
Instruments de musique	8981	Pianos et autres instruments de musique à cordes	92	Instruments de musique; parties et accessoires de ces instruments
	8982	Autres instruments de musique (sauf à cordes)		
	8989	Parties et accessoires d'instruments de musique		
Appareils de reproduction du son	7633	Électrophones sans dispositif d'enregistrement du son	8519	Appareils de reproduction du son, n'incorporant pas de dispositifs enregistreurs
	7638	Appareils de reproduction du son ou vidéo phoniques	8520	Appareils de reproduction du son
Enregistrements audio <i>Non enregistrés</i>	8984	Bandes magnétiques pour enregistrements	8523	Appareils de reproduction vidéo phoniques
	8985	Autres supports pour enregistrements, non enregistrés		
5. Cinéma et photographie				
Appareils photographiques	881	Appareils et équipements photographiques, n.d.a.	9006	Appareils photographiques; appareils et dispositifs pour la production de la lumière
Appareils cinématographiques			9007	Caméras et projecteurs cinématographiques
			9008	Projecteur d'image fixes; appareils photographiques d'agrandissement/de réduction
			9010	Appareils et matériel pour laboratoire photo, n.d.a.; négatoscopes; écran projecteur
Fournitures cinématographiques et photographiques	882	Fournitures cinématographiques et photographiques	37	Produits photographiques ou cinématographiques
	8822	Plaques et films plans, photographiques, sensibilisés	3701	Plaques et films plans photographiques sensibilisés, non impressionnés
	8823	Pellicules photographiques, sensibilisées, en rouleaux	3702	Pellicules photographiques sensibilisées non impressionnées, en rouleaux, autres matières que le papier, le carton ou les textiles; pellicules photographiques à développement et tirages instantanés, en rouleaux, sensibilisées
	8824	Papiers, cartons et textiles, photographiques, sensibilisés	3703	Papier, carton et textile, photographique, sensibilisé, non impressionné
	8825	Pellicules, films, papiers et textiles, impressionnés	3704	Plaques, pellicules, films, papier, carton et textiles, photographiques, impressionnés, non développés
	8826*	Plaques et pellicules, impressionnées et développées	370510	Plaques et pellicules photographiques, impressionnées et développées, autres que les films cinématographiques pour la reproduction offset
			370520	Microfilms, impressionnés et développés

6. Télévision et radio				
Télévision	761	Téléviseurs, même combinés à d'autres appareils	8528	Appareils récepteurs de télévision y compris les moniteurs vidéo
Radio	762	Appareils de radiodiffusion, même combinés à d'autres appareils	8527	Appareils récepteurs pour radiotéléphonie, radiotélégraphique/radio, y compris combinés
AUTRES CATEGORIES CONNEXES				
Architecture et dessins	89282*	Plans et dessins industriels; textes et copies	4906	Plans et dessins d'architectes, plans, etc. obtenus à la main et leurs copies
Publicité	89286	Imprimés publicitaires, catalogues commerciaux	491110	Imprimés publicitaires, catalogues commerciaux et similaires
Nouveaux médias				
Logiciels	8986*	Bandes magnétiques enregistrées	852440	Bandes magnétiques enregistrées, pour la reproduction autres que le son ou l'image
	89879	Supports enregistrés, n.d.a.	852431	Disques enregistrés, pour système de lecture optique par faisceau laser, sauf reproduction de son et image
			852439	Autres disques enregistrés, pour système de lecture optique par faisceau laser
			852491	Disques enregistrés, pour système de lecture optique par faisceau laser, sauf reproduction de son et image, n.d.a.

* : Certains biens de cette catégorie ne sont pas culturels. Seuls les biens culturels doivent être pris en compte.
n.d.a. = Non déterminés ailleurs.

Annexe VI : Composition des régions et des regroupements économiques

A. ZONES GÉOGRAPHIQUES

Les différents regroupements géographiques ont été établis suivant le système de l'Organisation des Nations Unies. Certains changements ont été apportés afin de répondre aux besoins du rapport.

Regroupements régionaux

Amérique

Amérique du Nord

Bermudes; Canada; Groenland; Saint-Pierre-et-Miquelon; États-Unis d'Amérique (États-Unis)

Amérique latine et Caraïbes

Anguilla, Antigua-et-Barbuda, Antilles néerlandaises, Argentine, Aruba, Bahamas, Barbade, Belize, Bolivie, Brésil, Chili, Colombie, Costa Rica, Cuba, Dominique, El Salvador, Équateur, Guyane française, Grenade, Guadeloupe, Guatemala, Guyana, Haïti, Honduras, Îles Caïmans, Îles Malouines (Malvinas), Îles Turques et Caïques, Îles Vierges britanniques, Îles Vierges des États-Unis, Jamaïque, Martinique, Mexique, Montserrat, Nicaragua, Panama, Paraguay, Pérou, Puerto Rico, République dominicaine, Saint-Kitts-et-Nevis, Saint-Vincent-et-les-Grenadines, Sainte-Lucie, Suriname, Trinité-et-Tobago, Uruguay, Venezuela

Europe

15 pays de l'Union européenne (UE15)

Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grèce, Irlande, Italie, Luxembourg, Pays-Bas, Portugal, Suède, Royaume-Uni de Grande Bretagne et d'Irlande du Nord

Autres pays et territoires européens

Albanie, Andorre, Belarus, Bosnie-Herzégovine, Bulgarie, Chypre⁴, Croatie, Estonie, Ex-République yougoslave de Macédoine, Fédération de Russie, Îles Faeroe, Gibraltar, Saint-Siège, Hongrie, Îles Åland, Îles de la Manche, Île de Man, Îles Svalbard et Jan Mayen, Islande, Lettonie, Liechtenstein, Lituanie, Malte, Norvège, Pologne, République de Moldova, République tchèque, Roumanie, Saint-Marin, Serbie et Monténégro, Slovaquie, Slovénie, Suisse, Ukraine

Afrique

Union douanière d'Afrique australe (SACU)

Afrique du Sud, Botswana, Lesotho, Namibie, Swaziland

⁴ Aux fins de ce rapport, Chypre est comprise dans l'Europe.

Autres pays d'Afrique Sub-saharienne⁵

Angola, Bénin, Burkina Faso, Burundi, Cameroun, Cap-Vert, Comores, Congo, Côte d'Ivoire, Djibouti, Érythrée, Éthiopie, Gabon, Gambie, Ghana, Guinée, Guinée-Bissau, Guinée équatoriale, Kenya, Libéria, Madagascar, Malawi, Mali, Mauritanie, Île Maurice, Mayotte, Mozambique, Niger, Nigéria, Ouganda, République centrafricaine, République démocratique du Congo, République Unie de Tanzanie, Réunion, Rwanda, Sainte-Hélène, Sao-Tomé-et-Principe, Sénégal, Seychelles, Sierra Leone, Somalie, Tchad, Togo, Zambie, Zimbabwe

Afrique du Nord

Algérie, Égypte, Jamahiriya arabe libyenne, Maroc, Soudan, Tunisie, Sahara Occidental

Asie*Asie orientale*

Chine, Hong Kong, Région administrative spéciale de Chine (Hong Kong, Chine)⁶, Macao Région administrative spéciale de Chine de (Macao, Chine), République de Corée, République populaire démocratique de Corée, Japon, Mongolie

Asie centrale et méridionale

Afghanistan, Bangladesh, Bhoutan, Inde, Kazakhstan, Kirghizistan, Maldives, Népal, Ouzbékistan, Pakistan, République islamique d'Iran, Sri Lanka, Tadjikistan, Turkménistan

Asie du Sud-est

Brunéi Darussalam, Cambodge, Indonésie, Malaisie, Myanmar, Philippines, République démocratique populaire lao, Singapour, Thaïlande, Timor-Leste, VietNam

Asie occidentale

Arabie saoudite, Arménie, Azerbaïdjan, Bahreïn, Émirats arabes unis, Géorgie, Iraq, Israël, Jordanie, Koweït, Liban, Oman, Qatar, République arabe syrienne, Territoires palestiniens occupés, Turquie, Yémen

Océanie

Australie, États fédérés de Micronésie, Fidji, Guam, Îles Cook, Îles Mariannes du Nord, Îles Marshall, Îles Norfolk, Îles Salomon, Îles Wallis-et-Futuna, Kiribati, Nauru, Nouvelle-Calédonie, Nouvelle-Zélande, Niue, Palau, Papouasie-Nouvelle-Guinée, Polynésie française, Pitcairn, Samoa, Samoa américaines, Tokelau, Tonga, Tuvalu, Vanuatu

⁵ La désignation d'Afrique sub-saharienne sert d'ordinaire à indiquer toute l'Afrique, y compris le Soudan, à l'exception du Nord de l'Afrique.

⁶ Les données relatives à Hong Kong, Chine figurent séparément, car la rétrocession de Hong Kong à la Chine a eu lieu en 1997, alors que l'analyse des données commence en 1994.

B. ZONES ÉCONOMIQUES

Communauté des États indépendants

Arménie, Azerbaïdjan, Belarus, Fédération de Russie, Géorgie, Kazakhstan, Kirghizistan, Ouzbékistan, République de Moldavie, , Tadjikistan, Turkménistan, Ukraine

Marché commun de l'Afrique de l'Est et de l'Afrique australe (COMESA)

Angola, Burundi, Comores, Djibouti, Égypte, Erythrée, Éthiopie, Île Maurice, Kenya, Madagascar, Malawi, Namibie, Ouganda, République démocratique du Congo, Rwanda, Seychelles, Soudan, Swaziland, Tanzanie, Zambie, Zimbabwe

Marché commun du cône Sud (MERCOSUR et membres associés)

Argentine, Bolivie, Brésil, Chili, Paraguay, Uruguay

Accord de libre échange nord-américain (ALÉNA)

Canada, Mexique, États-Unis

CLASSIFICATION DE LA BANQUE MONDIALE PAR GROUPE DE REVENU

Les économies se subdivisent d'après les RIB par tête pour 2002, calculés selon la méthode du *World Bank Atlas*. Les économies à faible revenu et à revenu moyen sont parfois connues sous l'expression « pays en voie de développement et pays en transition ».

Économies à faible revenu – RIB par tête de 735 \$ US ou moins

Afghanistan, Angola, Azerbaïdjan, Bangladesh, Bénin, Bhoutan, Burkina Faso, Burundi, Cambodge, Cameroun, Comores, Côte d'Ivoire, , Erythrée, Éthiopie, Gambie, Géorgie, Ghana, Guinée, Guinée-Bissau, Guinée équatoriale, Haïti, Îles Salomon, Îles Wallis et Futuna, Inde, Indonésie, Kenya, Kirghizistan, Lesotho, Liberia, Madagascar, Malawi, Mali, Mauritanie, Mongolie, Montserrat, Mozambique, Myanmar, Népal, Nicaragua, Niger, Nigéria, Ouganda, Ouzbékistan, Pakistan, Papouasie-Nouvelle-Guinée, République centrafricaine, République du Congo, République démocratique du Congo, République de Corée, République démocratique populaire du Lao, République de Moldova, République unie de Tanzanie, Rwanda, Sao Tome et Principe, Sénégal, Sierra Leone, Somalie, Soudan, Tadjikistan, Tchad, Timor Leste, Togo, Tuvalu, Vietnam, Yémen, Zambie, Zimbabwe

Économies à revenu faible-moyen – RIB par tête de 736 \$ US à 2 935 \$ US

Afrique du Sud (Union douanière d'Afrique australe entre 1994 et 2000), Albanie, Algérie, Arménie, Azerbaïdjan, Bélarus, Bolivie, Bosnie-Herzégovine, Brésil, Bulgarie, Cap-Vert, Chine, Colombie, Cuba, Djibouti, Équateur, Égypte, El Salvador, États fédérés de Micronésie, Ex-République yougoslave de Macédoine, Fédération de Russie, Fidji, Guatemala, Guyana, Honduras, Îles Marshall, Iran, Iraq, Jamaïque, Jordanie, Kazakhstan, Kiribati, Maldives, Maroc, Namibie, Paraguay, Pérou, Philippines, Roumanie, Samoa, Saint-Vincent-et-les-Grenadines, Serbie et Monténégro, Sri Lanka, Suriname, Swaziland, République arabe syrienne, République dominicaine, Territoires palestiniens occupés, Thaïlande, Tonga, Tunisie, Turquie, Turkménistan, Ukraine, Vanuatu

Économies à revenu moyen-élevé – RIB par tête de 2 936 \$ US à 9 075 \$ US

Arabie saoudite; Argentine; Palau; Belize; Botswana; Chili; Costa Rica; Croatie; Dominique; Estonie; Gabon; Grenade; Hongrie; Îles Mariannes du Nord; Jamahiriya arabe libyenne; Lettonie; Liban; Lituanie; Malaisie; Maurice; Mayotte; Mexique; Oman; Panama; Pologne; République tchèque; Samoa américaines, Seychelles; Slovaquie; Saint-Kitts-et-Nevis; Sainte-Lucie; Trinité-et-Tobago; Uruguay; Venezuela

Économies à revenu élevé – RIB par tête de 9 076 \$ US ou plus

Allemagne; Andorre; Anguilla; Antigua-et-Barbuda; Antilles néerlandaises; Aruba; Australie; Autriche; Bahamas; Bahreïn; Barbade; Belgique (Belgique Luxembourg avant 1999); Bermudes; Brunéi Darussalam; Canada; Chypre; Danemark; Emirats arabes unis; Espagne; États-Unis; Finlande; France⁷; Grèce; Groenland; Guam; Hong Kong, Chine; Îles Caïmans; Îles de la Manche; Île de Man; Îles Faeroe; Îles Vierges britanniques; Irlande; Islande; Israël; Italie; Japon; Koweït; Liechtenstein; Luxembourg; Macao, Chine; Malte; Monaco; Norvège; Nouvelle-Calédonie; Nouvelle-Zélande; Pays-Bas; Polynésie française; Portugal; Puerto Rico; Qatar; République de Corée; Royaume-Uni de Grande Bretagne et d'Irlande ; Saint Marin; Sainte-Hélène; Singapour; Slovénie; Suède; Suisse; Îles Vierges américaines

⁷ Les données pour la Guadeloupe, la Martinique, la Réunion et la Guyane française sont comprises dans le commerce de la France.