

campagne afin de faire passer de 50 à 70 ans la durée de la protection des droits d'auteur sur leurs œuvres, ce au moment même où les droits en question sont sur le point d'expire<sup>29</sup>.

Mais des indications croissantes donnent à croire que les États-Unis commencent maintenant à réaliser que leur postulat de base n'est peut-être pas aussi évident et aussi partagé qu'ils pouvaient le croire. Deux phénomènes en particulier sont à noter à cet égard. Le premier réside dans l'expression d'opinions plus fréquentes aux États-Unis qui vont à l'encontre du discours gouvernemental sur la question, jugé trop insensible aux préoccupations légitimes des autres États. Ces opinions, on les retrouve depuis plusieurs années déjà dans les publications académiques<sup>30</sup>, mais aussi, plus récemment, dans les journaux et périodiques d'affaires publiques. C'est ainsi que dans le *Business Week* du 30 novembre 1998, Jeffrey Garten, doyen de la Yale School of Management écrivait : « America should be more sensitive to fears abroad that U.S. exports of movies, music, software, and broadcasting are harmful »<sup>31</sup>. Le second phénomène réside dans la timide reconnaissance par le gouvernement américain lui-même du fait qu'il existe véritablement un problème concernant le traitement des produits culturels dans les accords commerciaux internationaux, un problème suffisamment important pour justifier dans certains cas un traitement particulier de ceux-ci. Cette reconnaissance, on en trouve déjà la trace dans les clauses culturelles de l'ALE et de l'ALENA, et plus récemment dans le compromis réalisé avec le Canada dans l'affaire des périodiques<sup>32</sup>. Mais cela ne va pas sans un certain agacement<sup>33</sup> et exclue toute exemption générale des produits culturels.

<sup>29</sup> Voir D. Karjala, « Opposing Copyright Extension », <http://www.public.asu.edu/~dkarjala/commentary/ChicTrib10-17-98.html>. Un projet de loi en ce sens a effectivement été adopté en 1998 par le Congrès : voir *Sonny Bono Copyright Term Extension Act*, Public Law 105-298, 105th Congress.

<sup>30</sup> Voir par exemple Shao, Ming, "Is There no Business Like Show Business? Free Trade and Cultural Protectionism", 20 *Yale Journal of International Law*, 1995, p. 105, ou plus récemment Baker, Edwin C., "An Economic Critique of Free Trade in Media Products", 78 *North Carolina Law Review*, 2000, qui adoptent une position nettement plus nuancée sur la question..

<sup>31</sup> Jeffrey Garten, "Cultural Imperialism is no Joke", *Economic Viewpoint*, *Business Week*, 11-30-1998

<sup>32</sup> Voir Gouvernement du Canada, Patrimoine canadien, Communiqué, « « Ottawa et Washington s'entendent sur l'accès au marché publicitaire canadien », 28-07-99, <http://www.pch.gc.ca/bin/News.dll>

<sup>33</sup> Ainsi qu'en témoigne l'étude de l'International Trade Commission intitulée *Cultural Protectionism and the Multilateral Agreement on Investment*, *International Economic Review*, Juillet/Août 1998. Voir aussi Christopher Sands, « Why Washington is furious about the magazine issue », *The Globe and Mail*, 25-01-1999, p. B 3.