

Japon - Mesures affectant les pellicules et papiers
photographiques destinés aux consommateurs

Rapport du Groupe spécial

Le rapport du Groupe spécial "Japon - Mesures affectant les pellicules et papiers photographiques destinés aux consommateurs" est distribué à tous les Membres conformément au Mémoire d'accord sur le règlement des différends. Il est mis en distribution non restreinte le 20 mars 1998, en application des procédures de distribution et de mise en distribution générale des documents de l'OMC (WT/L/160/Rev.1). Il est rappelé aux Membres que, conformément au Mémoire d'accord sur le règlement des différends, seules les parties au différend pourront faire appel du rapport d'un groupe spécial, l'appel sera limité aux questions de droit couvertes par le rapport du groupe spécial et aux interprétations du droit données par celui-ci, et il n'y aura pas de communication ex parte avec le groupe spécial ou l'Organe d'appel en ce qui concerne les questions que l'un ou l'autre examine.

Note du Secrétariat: Le présent rapport sera adopté par l'Organe de règlement des différends dans les 60 jours suivant sa date de distribution, à moins qu'une partie au différend ne décide de faire appel ou que l'ORD ne décide par consensus de ne pas adopter le rapport. Si une partie a décidé de faire appel, le rapport ne sera pas examiné par l'ORD, en vue de son adoption, avant l'achèvement de la procédure d'appel. Les renseignements concernant la situation à cet égard peuvent être obtenus auprès du Secrétariat de l'OMC.

TABLE DES MATIERES

	Page
I. HISTORIQUE DE LA PROCEDURE	1
II. RESUME DES ELEMENTS FACTUELS.....	4
A. LE MARCHE DES PELLICULES ET PAPIERS PHOTOGRAPHIQUES AU JAPON	4
B. ENTITES JAPONAISES ET MESURES LIEES AUX ALLEGATIONS DES ETATS-UNIS	5
1. DECISION PRISE PAR LE CABINET EN 1967.....	6
2. LE MITI ET AUTRES QUESTIONS APPARENTEES.....	9
a) Comité de la distribution du Conseil des structures industrielles: Sixième et Septième Rapports intérimaires	9
i) Le Sixième Rapport intérimaire de 1968	10
ii) Le Septième Rapport intérimaire de 1969	11
b) Enquête de 1969 sur les conditions générales de vente	12
c) Lignes directrices de 1970 concernant la rationalisation des conditions générales de vente des pellicules photographiques	13
d) Plan de base de 1971 du Conseil pour la promotion de la systématisation de la distribution	16
e) Manuel de 1975 du Centre pour le développement de la systématisation de la distribution	17
f) Loi sur les grandes surfaces	19
g) Banque japonaise de développement et Agence des petites et moyennes entreprises	20
3. JFTC.....	20
a) Loi antimonopole	20
i) Règlement n° 1 de la JFTC au titre de l'article 6 de la Loi antimonopole.....	20
ii) Circulaire n° 34 de 1971 de la JFTC (loteries publicitaires).....	21
iii) Circulaire n° 15 de 1982 de la JFTC	22
b) Loi sur les primes	22
i) Circulaire de 1965 de la JFTC	24
ii) Circulaire n° 17 de 1967 de la JFTC	24
iii) Circulaire n° 34 de 1973 de la JFTC (origine)	25
iv) Circulaire n° 3 de 1977 de la JFTC	26
v) Circulaire n° 5 de 1977 de la JFTC	27
c) "Directives" de la JFTC	28
i) "Directives" de 1981 de la JFTC concernant le détachement de personnel	28
ii) "Directives" de 1983 de la JFTC concernant les règles à suivre en matière de publicité	28
4. CONSEILS ET ASSOCIATIONS.....	28
a) Conseil pour la promotion de pratiques commerciales loyales	28

	i)	Mesures d'autoréglementation de 1982 (détachement de personnel et contribution financière aux activités de promotion)	29
	ii)	Normes d'autoréglementation de 1984 (frais de développement)	30
	b)	Conseil des détaillants et Code des détaillants de 1987	31
	c)	Chambres de commerce et d'industrie	31
III.		RESUME DES ALLEGATIONS ET EXCEPTIONS DE PROCEDURE	32
A.		EVOLUTION DES ALLEGATIONS DES ETATS-UNIS	32
B.		EXCEPTIONS DE PROCEDURE	35
	1.	LA DEMANDE DE CONSULTATIONS ET LES CONSULTATIONS	36
	2.	LA DEMANDE D'ETABLISSEMENT D'UN GROUPE SPECIAL	41
	a)	Information suffisante	44
	b)	Mesures connexes	45
	c)	Nature des mesures	48
IV.		RESUME DES ARGUMENTS	49
A.		"CONTRE-MESURES" EN MATIERE DE DISTRIBUTION	49
B.		LOI SUR LES GRANDES SURFACES	52
C.		"CONTRE-MESURES" EN MATIERE DE PROMOTION	52
D.		EFFET CONJUGUE DES TROIS SERIES DE MESURES	53
V.		ARGUMENTS FACTUELS DES PARTIES	56
A.		"CONTRE-MESURES" EN MATIERE DE DISTRIBUTION	56
	1.	APERCU GENERAL	56
	2.	EVOLUTION DU MARCHÉ JAPONAIS DES PELLICULES	58
	3.	NECESSITE DES GROSSISTES PRIMAIRES SUR LE MARCHÉ JAPONAIS DES PELLICULES	64
	a)	Allégations des Etats-Unis concernant la situation du marché dans le secteur de la distribution des pellicules	64
	b)	Absence d'obstacles gouvernementaux pour l'utilisation et la création de grossistes primaires	66
	c)	Rôle de Nagase et de Kodak Japan	70
	d)	La distribution d'une seule marque ne restreint pas l'accès des importations	71
	e)	Marché des papiers	73
	f)	Marchés des autres pellicules	75
	4.	RESTRUCTURATION DU SECTEUR JAPONAIS DE LA DISTRIBUTION DES PELLICULES	76
	a)	Origine des politiques du MITI en matière de distribution au début des années 60	76
	b)	Décision de 1967 du Cabinet	79
	c)	Sixième Rapport intérimaire de 1968	81

	d)	Septième Rapport intérimaire de 1969 et Conseil pour la promotion de la systématisation de la distribution	83
	e)	Plan de base de 1971	85
	f)	Intégration verticale	86
	g)	Distribution d'une seule marque	87
5.		UNIFORMISATION DES CONDITIONS GENERALES DE VENTE	90
	a)	Introduction	90
	b)	Lignes directrices de 1970	93
		i) Impact des Lignes directrices	95
		ii) Chronologie	98
	c)	Lignes directrices de 1990	100
6.		AUTRES "CONTRE-MESURES" EN MATIERE DE DISTRIBUTION	103
	a)	Circulaire n° 17 de la JFTC	103
	b)	Notification des marchés internationaux	104
7.		SYSTEMATISATION: LIAISONS MATERIELLES ET LIENS EN MATIERE D'INFORMATION	106
	a)	Liaisons matérielles et Manuel de 1975	106
	b)	Liens en matière d'information	109
	c)	Soutien du MITI et de la SMEA en faveur de la systématisation	111
8.		EVOLUTION APRES 1975	113
B.		LOI SUR LES GRANDES SURFACES	115
	1.	INTRODUCTION	115
	2.	GRANDES SURFACES ET IMPORTATIONS	117
		a) Attitude favorable des grandes surfaces à l'égard des importations	117
		b) Grandes surfaces et ventes directes par les fabricants	120
		c) Grandes surfaces et pellicules d'importation	122
	3.	CONTEXTE ET OBJECTIF DE LA LOI SUR LES GRANDES SURFACES	125
	4.	PROCEDURES AU TITRE DE LA LOI SUR LES GRANDES SURFACES	130
	5.	EVOLUTION DE LA REGLEMENTATION DES GRANDES SURFACES	132
		a) Loi sur les grands magasins	133
		b) Adoption de la Loi sur les grandes surfaces	135
		c) Révisions de la Loi sur les grandes surfaces en 1979	136
		d) Mesures administratives de 1982 au titre de la Loi sur les grandes surfaces	138
		e) Restrictions en matière d'acquisitions	140
		f) Modifications de la loi depuis 1990	141
	6.	AJUSTEMENTS FORMELS ET INFORMELS	143
		a) Ajustements dans le cadre de procédures formelles	143
		b) Effet persistant des mesures au niveau local	146
		c) Procédures informelles au titre de la Loi sur les grandes surfaces	148
		i) "Explications préalables"	149
		ii) "Explications au niveau local"	149
		iii) Examen par le Conseil des grandes surfaces	150

7.	IMPACT DES AJUSTEMENTS DE SUPERFICIE ET DES RESTRICTIONS D'ACTIVITE SUR LA CROISSANCE DES GRANDES SURFACES.....	152
C.	"CONTRE-MESURES" EN MATIERE DE PROMOTION	156
1.	INTRODUCTION.....	156
2.	LES LOIS SUR LESQUELLES SE FONDENT LES "CONTRE-MESURES" EN MATIERE DE PROMOTION.....	157
a)	La Loi antimonopole	157
b)	La Loi sur les primes	161
i)	Historique et objectif	162
ii)	Dispositions de fond	164
iii)	Application de la loi	166
iv)	Exemptions de l'application de la Loi antimonopole	168
3.	MISE EN OEUVRE INITIALE DE LA LOI ANTIMONOPOLE ET DE LA LOI SUR LES PRIMES	169
4.	GENESE DES "CONTRE-MESURES" EN MATIERE DE PROMOTION.....	171
5.	LES "CONTRE-MESURES" EN MATIERE DE PROMOTION APRES LE KENNEDY ROUND	175
a)	Circulaire n° 17 de 1967 de la JFTC (primes aux entreprises)	175
b)	Décision de 1967 du Cabinet ("directive" concernant les codes de concurrence loyale)	177
c)	Circulaire n° 34 de 1971 de la JFTC (loteries sans obligation d'achat)	181
d)	Circulaire n° 34 de 1973 de la JFTC (pays d'origine des marchandises).....	181
e)	Circulaire n° 3 de 1977 de la JFTC (concours comportant une obligation d'achat)	183
f)	Circulaire n° 5 de 1977 de la JFTC (primes aux consommateurs)	184
6.	"CONTRE-MESURES" EN MATIERE DE PROMOTION APRES LE TOKYO ROUND.....	185
a)	"Directives" de la JFTC concernant le détachement de personnel	185
b)	Les mesures d'autoréglementation de 1982 (détachement de personnel) et le Conseil de la promotion	186
c)	"Directives" de la JFTC concernant le dumping et la publicité d'appel	190
d)	Normes d'autoréglementation de 1984 (frais de développement)	190
e)	Approbation par la JFTC du Code des détaillants de 1987 et du Conseil des détaillants	191
7.	APPLICATION ULTERIEURE	196
VI.	ARGUMENTS JURIDIQUES CONCERNANT LES ALLEGATIONS D'ANNULATION OU DE REDUCTION D'UN AVANTAGE EN SITUATION DE NON-VIOLATION.....	198

A.	PRESENTATION DE L'ARTICLE XXIII:1 b) DU GATT	198
1.	PRINCIPES GENERAUX.....	198
2.	LE CRITERE JURIDIQUE DE L'ARTICLE XXIII:1 b).....	200
3.	IMPLICATIONS POUR LE SYSTEME DE REGLEMENT DES DIFFERENDS DE L'OMC	204
4.	MESURES CORRECTIVES.....	210
B.	CONCESSIONS TARIFAIRES PERTINENTES	211
1.	CONSIDERATIONS GENERALES.....	211
2.	PRECEDENTS RAPPORTS DE GROUPES SPECIAUX DU GATT	214
3.	LES TYPES DE NEGOCIATIONS TARIFAIRES DANS LE CADRE DU GATT	216
a)	Article XXVIII	216
b)	Article XXIV:6.....	217
c)	Article XXVIIIbis	217
4.	LA CLAUSE D'INCORPORATION DU GATT DE 1994	221
5.	CERTIFICATION DES MODIFICATIONS ET RECTIFICATIONS.....	223
6.	CONCLUSIONS DES PARTIES.....	223
C.	MESURES GOUVERNEMENTALES	225
1.	LE CRITERE JURIDIQUE	225
a)	"Directives administratives"	226
b)	Précédents rapports de groupes spéciaux du GATT	229
c)	Imputabilité des mesures au gouvernement	232
d)	Mesures "appliquées" et mesures "en vigueur"	235
e)	Mesures et structure du marché	238
2.	"CONTRE-MESURES" EN MATIERE DE DISTRIBUTION	240
a)	Imputabilité au gouvernement	240
i)	Lignes directrices de 1970: historique, publication et suivi	243
ii)	Manuel de 1975	250
b)	Effectivité actuelle	250
i)	Rapports, enquêtes, plans et manuels	251
ii)	Aides financières de la JDB et de la SMEA et notification des marchés internationaux.....	251
iii)	La Circulaire n° 17 de 1967 de la JFTC	251
iv)	Décision de 1967 du Cabinet	252
v)	Lignes directrices de 1970 et Lignes directrices de 1990	252
vi)	Conclusions des parties	256
3.	"CONTRE-MESURES" EN MATIERE DE PROMOTION.....	258
a)	Les conseils et les codes	258
i)	Conseil des fabricants	260
ii)	Conseil des grossistes.....	260
iii)	Conseil de la promotion	260
iv)	Conseil des détaillants	262
v)	Fédération des Conseils des pratiques commerciales loyales	263
b)	Imputabilité au gouvernement	264
i)	Codes de concurrence loyale	264
ii)	Conseils des pratiques commerciales loyales	265

	iii)	Conclusions des parties	268
D.		BOULEVERSEMENT DE LA POSITION CONCURRENTIELLE DES PRODUITS IMPORTES	271
1.		LE CRITERE JURIDIQUE	271
	a)	Mesures, effets sur le commerce et structure du marché	273
	b)	Lien de causalité	279
	c)	Pertinence du moment de l'octroi de la concession tarifaire	281
2.		APERÇU GENERAL DE L'INCIDENCE DE MESURES SPECIFIQUES SUR LA POSITION CONCURRENTIELLE DES IMPORTATIONS	282
3.		"CONTRE-MESURES" EN MATIERE DE DISTRIBUTION	286
	a)	Evolution des politiques de systématisation, de rationalisation et de normalisation de la distribution	287
	b)	Objectifs fondamentaux de l'adoption de conditions générales de vente	290
	c)	Position concurrentielle des produits importés	294
	i)	Lignes directrices de 1970 et conditions générales de vente	294
	ii)	Lignes directrices de 1970 et ristournes progressives	297
	iii)	Lignes directrices de 1970 et distribution d'une seule marque	300
	iv)	Autres mesures en matière de distribution	301
	v)	Pellicules et papiers noir et blanc	302
	d)	Lien de causalité entre les mesures en matière de distribution et la position concurrentielle des importations	303
	i)	Adoption de conditions générales de vente	305
	ii)	Adoption de la pratique de la distribution d'une seule marque	306
	iii)	Adhésion du gouvernement à des actions privées	308
	iv)	Uniformisation en aval	308
	v)	Uniformité et uniformisation	309
	e)	Financement de la rationalisation, de la systématisation et de l'uniformisation	311
	i)	Financement par la JDB d'installations communes de distribution	311
	ii)	Prêts de la SMEA aux laboratoires de développement	312
	f)	Liaisons électroniques	315
	g)	Position concurrentielle actuelle des importations	319
	i)	Circuits primaires et circuits secondaires de vente en gros	320
	ii)	Structure actuelle du marché dans le système de distribution	321
	iii)	Système de distribution intégré verticalement	324
	iv)	Autres politiques de distribution	325
	h)	Modification des politiques de distribution	327
	i)	Lignes directrices de 1990	327
	ii)	Loi sur la réforme des entreprises	328
4.		RESTRICTIONS APPLICABLES AUX GRANDES SURFACES DE VENTE AU DETAIL	329
	a)	Aperçu général des allégations	329

b)	Conséquences de la Loi sur les grandes surfaces pour les produits importés	333
c)	Lien de causalité	336
d)	Evolution des politiques ou maintien des restrictions imposées aux grandes surfaces	340
e)	Conclusions des parties	342
5.	"CONTRE-MESURES" EN MATIERE DE PROMOTION	344
a)	Aperçu général	344
b)	Circulaires publiées par la JFTC au titre de la Loi sur les primes	345
i)	Position concurrentielle des importations	346
ii)	Objectifs fondamentaux des "contre-mesures" en matière de promotion	348
iii)	Lien de causalité	350
iv)	Modification des politiques	353
c)	Conseils pour la promotion de pratiques commerciales loyales et Codes de concurrence loyale	354
i)	Conseil de la promotion	354
ii)	Conseil des détaillants	356
iii)	Fournitures photographiques visées	357
d)	Conclusions des parties	358
E.	PREVISION RAISONNABLE	359
1.	LE CRITERE JURIDIQUE	359
2.	SERIES DE NEGOCIATIONS SPECIFIQUES SUR LES CONCESSIONS TARIFAIRES	367
a)	Aperçu général	367
b)	Kennedy Round	368
i)	"Contre-mesures" en matière de distribution	369
ii)	Restrictions touchant les grandes surfaces	371
iii)	"Contre-mesures" en matière de promotion	371
c)	Tokyo Round	372
i)	"Contre-mesures" en matière de distribution	373
ii)	Restrictions touchant les grandes surfaces	374
iii)	"Contre-mesures" en matière de promotion	377
d)	Cycle d'Uruguay	378
i)	"Contre-mesures" en matière de distribution	380
ii)	Restrictions touchant les grandes surfaces	381
iii)	"Contre-mesures" en matière de promotion	384
F.	EFFET CONJUGUE DES TROIS SERIES DE MESURES	386
VII.	ARGUMENTS JURIDIQUES CONCERNANT LES ALLEGATIONS DE VIOLATION	390
A.	ARTICLE III DU GATT	390
1.	INTRODUCTION	390
2.	ARTICLE III:1	392
3.	ARTICLE III:4	395
a)	"Lois, règlements ou prescriptions" au sens de l'article III:4	395

	i)	Le critère juridique	395
	ii)	Les "directives administratives" du Japon à la lumière des précédents établis dans le cadre du GATT	398
	iii)	Les mesures spécifiques en matière de distribution constituent-elles des "lois, règlements ou prescriptions"?	400
	iv)	Mesures "qui ne sont plus en vigueur"	402
	b)	"Traitement moins favorable" au sens de l'article III:4	403
	i)	Le critère juridique	403
	ii)	"Traitement moins favorable" en fonction de l'origine ou des caractéristiques des produits	406
	iii)	Incidence sur les conditions de concurrence pour les pellicules et papiers importés	409
	iv)	Lien de causalité	411
	c)	Structure du marché déterminée par des mesures gouvernementales ou des pratiques du secteur privé	413
	d)	Conclusion des parties	415
B.		ARTICLE X DU GATT	417
	1.	INTRODUCTION.....	417
	2.	LE CRITERE JURIDIQUE	418
	a)	"Les lois, règlements, décisions judiciaires ou administratives"	418
	3.	MESURES PRISES DANS LE CONTEXTE DE LA LOI SUR LES PRIMES.....	420
	a)	Actions dans le cadre de l'exécution de la Loi sur les primes	420
	b)	Actions au titre des "Codes de concurrence loyale"	423
	c)	Demandes de renseignements et divulgation de renseignements confidentiels	424
	4.	MESURES PRISES DANS LE CONTEXTE DE LA LOI SUR LES GRANDES SURFACES.....	425
	a)	Procédures du MITI en matière d'"explication préalable"	425
	b)	Procédures en matière d'"explication au niveau local"	426
	c)	Exemple concrets: Les études réalisées par la MCA et la JFTC	427
	d)	Décisions administratives "rendues exécutoires"	430
	e)	"Qui touchent la vente ou la distribution des produits importés"	430
	5.	CONCLUSIONS DES PARTIES	432
VIII.		ARGUMENTS DES TIERCES PARTIES.....	433
A.		LES COMMUNAUTES EUROPEENNES	433
	1.	ASPECTS FACTUELS	434
	2.	ASPECTS JURIDIQUES.....	436
	3.	ARGUMENTS PRESENTES EN REPONSE PAR LE JAPON.....	439
B.		MEXIQUE	441
IX.		REEXAMEN INTERIMAIRE	443

X.	CONSTATATIONS	450
A.	QUESTIONS PRELIMINAIRES	450
1.	SPECIFICITE DES "MESURES" INDIQUEES DANS LA DEMANDE D'ETABLISSEMENT DU GROUPE SPECIAL	451
a)	L'article 6:2 et la demande d'établissement du Groupe spécial	451
b)	Analyse de l'article 6:2	453
c)	Les huit "mesures" à la lumière de l'article 6:2	455
2.	RESUME	457
B.	ALLEGATIONS DES PARTIES	458
C.	ORDRE DANS LEQUEL LES ALLEGATIONS DOIVENT ETRE EXAMINEES	459
D.	CHARGE DE LA PREUVE	460
E.	ARTICLE XXIII:1 b) - ANNULATION OU REDUCTION D'AVANTAGES EN SITUATION DE NON-VIOLATION	462
1.	APERCU GENERAL DU RECOURS EN SITUATION DE NON-VIOLATION.....	462
2.	TROIS ELEMENTS PRESCRITS	465
a)	Application d'une mesure	465
i)	Considérations générales	465
ii)	Action gouvernementale ou action privée	468
iii)	Mesure ou maintien en vigueur	469
iv)	Résumé.....	471
b)	Avantage résultant du GATT	471
i)	Avantages issus des séries de négociations successives	472
ii)	Attente légitime d'un avantage	475
c)	Annulation ou réduction d'un avantage: causalité	479
3.	"MESURES" EN MATIERE DE DISTRIBUTION	481
a)	Généralités.....	481
b)	Décision de 1967 du Cabinet	483
c)	Circulaire n° 17 de 1967 de la JFTC concernant les primes aux entreprises.....	486
d)	Sixième Rapport intérimaire de 1968	490
e)	Septième Rapport intérimaire de 1969	495
f)	Rapport faisant suite à l'enquête de 1969 sur les conditions générales de vente	499
g)	Lignes directrices de 1970 concernant la rationalisation des conditions générales de vente des pellicules photographiques	501
h)	Plan de base concernant la systématisation de la distribution	508
i)	Manuel de 1975 concernant la systématisation de la distribution par secteur: appareils photo et pellicules	512
j)	Observations récapitulatives concernant les "mesures" en	

matière de distribution516

4.	RESTRICTIONS TOUCHANT LES GRANDES SURFACES DE VENTE AU DETAIL.....	517
5.	"MESURES" EN MATIERE DE PROMOTION.....	525
a)	Décision de 1967 du Cabinet	526
b)	Circulaire n° 17 de 1967 de la JFTC concernant les primes aux entreprises	530
c)	Circulaire n° 5 de 1977 de la JFTC concernant les primes offertes aux consommateurs	535
d)	"Directives" de 1981 de la JFTC concernant le détachement de personnel	538
e)	Mesures d'autoréglementation de 1982 concernant la loyau té dans les relations d'affaires et création du Conseil pour la promotion de pratiques commerciales loyales	542
f)	Normes d'autoréglementation de 1984	549
g)	Code de concurrence loyale des détaillants et Conseil des détaillants de 1987	552
h)	Observations récapitulatives concernant les "mesures" en matière de promotion	561
6.	EFFETS CONJUGUES.....	561
F.	ARTICLE III:4 - TRAITEMENT NATIONAL EN MATIERE DE LOIS, REGLEMENTS ET PRESCRIPTIONS	567
a)	Lois, règlements ou prescriptions	569
b)	Traitement non moins favorable	571
G.	ARTICLE X:1 - PUBLICATION DES DECISIONS ADMINISTRATIVES D'APPLICATION GENERALE	573
1.	CONSIDERATIONS GENERALES CONCERNANT LE CRITERE JURIDIQUE AU TITRE DE L'ARTICLE X:1	573
2.	"MESURES" PRISES DANS LE CONTEXTE DE LA LOI SUR LES PRIMES.....	575
a)	Actions dans le cadre de l'exécution de la Loi sur les primes	575
b)	Actions au titre des "Codes de concurrence loyale"	576
3.	"MESURES" PRISES DANS LE CONTEXTE DE LA LOI SUR LES GRANDES SURFACES.....	577
H.	CONCLUSIONS	579
XI.	ANNEXE SUR LES PROBLEMES DE TRADUCTION.....	580
A.	LISTE DES POINTS LITIGIEUX	580
1.	APPENDICE AU POINT LITIGIEUX N° 16.....	589
2.	APPENDICE AU POINT LITIGIEUX N° 19.....	597
B.	REPONSES DONNEES PAR LES EXPERTS EN TRADUCTION	597

