



Les participants ont formulé un certain nombre de remarques sur les questions de culture, de choix et d'emploi :

- l'industrie canadienne des télécommunications est un chef de file mondial et il conviendrait de la promouvoir. À cause de la réglementation gouvernementale de l'industrie des communications, le choix des consommateurs est limité et les entreprises canadiennes ne peuvent pas avoir pleinement accès aux marchés étrangers, ce qui étrangle l'économie intérieure et freine la création d'emplois;
- il serait possible de réaliser d'importants objectifs nationaux grâce à la réglementation gouvernementale sans forcément altérer les choix à la consommation;
- les Canadiens doivent cesser de vouloir le beurre et l'argent du beurre et ils doivent trancher entre des priorités parfois conflictuelles;
- il ne faut pas faire du « contenu canadien » pour l'art de la chose. Les « produits » culturels canadiens doivent tous être concurrentiels;
- il faut encourager les Canadiens à investir dans les entreprises et les productions culturelles reflétant nos objectifs et nos valeurs;
- le gouvernement doit envisager de nouvelles façons de parvenir à ses objectifs relativement au contenu canadien et à l'accès du public aux services (télécommunications, Internet). Les partenariats « Voie publique » entre le gouvernement et l'industrie sont un bon exemple de la façon dont on peut remplacer les formes de réglementation traditionnelles;
- la *Loi sur la radiodiffusion* est effectivement utile, mais elle pêche du côté de la réglementation du contenu, sans compter

qu'elle n'est pas adaptée à certains nouveaux médias de communication, particulièrement à Internet;

- le gouvernement doit trouver de nouvelles façons de protéger la propriété intellectuelle.

En ce qui concerne la compétitivité, les participants ont reconnu que l'industrie canadienne des télécommunications est un chef de file mondial et que, à ce titre, le gouvernement du Canada devrait la promouvoir plus activement. On a reconnu que les actuels systèmes de réglementation, mis sur pied pour promouvoir nos marchés et notre culture, ont donné lieu à une infrastructure qui fait l'envie de beaucoup et qu'il ne faudrait pas l'abandonner à la légèreté. Cependant, il y a lieu d'évaluer ce genre de mesures au regard de leurs conséquences sur deux des principaux objectifs du Canada (le développement économique et l'identité nationale), compte tenu des grands progrès réalisés dans les technologies des communications et des importants changements survenus dans le contexte socio-politique.

Pour les questions concernant le commerce extérieur et les politiques de développement, les participants se sont entendus sur le fait que les politiques de communication du Canada doivent principalement avoir pour objet de faciliter le développement des économies relativement faibles, afin de stimuler la croissance de futurs marchés et de stabiliser le marché international, en plus des raisons humanitaires bien sûr. Si, de l'avis des participants, la priorité du développement international doit être de répondre aux besoins fondamentaux, le Canada n'en doit pas moins faciliter la croissance de l'infrastructure, le développement social et économique par le biais du progrès technologique et la promotion de partenariats dans le cadre de la politique de développement. Nous devrions nous