

commercialiser, il s'agit en premier lieu de lancer un "ballon d'essai" pour déterminer le potentiel de ces marchés pour les produits et les artistes, et ensuite d'adopter les techniques de diffusion appropriées. Les États-Unis, la France, la Grande-Bretagne, la Suède, la Belgique, la République fédérale d'Allemagne et les Pays-bas sont tous des terrains d'essai propices à ce genre d'expérience. Même si le ministère des Affaires extérieures est l'un des pivots de ce genre d'initiative - surtout au moment du lancement des ballons d'essai et de la mise en place d'une infrastructure nécessaire au succès de l'entreprise de commercialisation -, en dernière analyse, le développement proprement dit de ce système ne relève pas véritablement de sa compétence. Il n'est en effet ni autorisé, ni équipé, ni qualifié pour le faire. La responsabilité incombe plutôt au ministère de l'Industrie et du Commerce, aux associations professionnelles et philanthropiques, aux particuliers et aux organismes concernés eux-mêmes. Conjugant leurs efforts avec ceux du ministère des Affaires extérieures, il appartient à ces derniers de nouer les liens et d'acquérir les connaissances voulues pour mettre sur pied, à l'étranger, un réseau de distribution efficace, puisqu'ils seraient, tant sur les plans économique, commercial que culturel, les principaux bénéficiaires d'une telle mesure. Nul ne peut le nier: si le Canada ne dispose pas d'un système et d'une stratégie de commercialisation efficaces pour ses produits culturels, il ne saura jamais atteindre son objectif ultime, c'est-à-dire s'affirmer à l'étranger.

Choix des pays partenaires

Même si, à long terme, la politique étrangère du Canada doit viser à répandre l'influence culturelle de notre pays à travers le monde, et, inversement, à sensibiliser les canadiens à d'autres cultures, nous devons dans l'immédiat prendre des décisions très graves à savoir, comment utiliser au mieux les ressources limitées que nous possédons. Dans cette optique, le choix des régions du globe et, en particulier, des pays partenaires où déployer nos efforts, doit nécessairement prendre en compte les objectifs fondamentaux de notre politique étrangère.

Traditionnellement, c'est avec l'Europe, et surtout avec la France et la Grande-Bretagne, ainsi qu'avec les États-Unis que le Canada entretient les liens les plus solides. L'histoire abonde en exemples d'échanges extrêmement fructueux entre ces pays et le nôtre. Pourtant, ces liens officiels ne constituent que la pointe de l'iceberg. En effet, il existe de nombreux autres liens - dans les domaines du commerce, du tourisme et des affaires culturelles - qui donnent lieu à des contacts quotidiens avec ces pays. Et ces régions sont si étroitement liées que l'avenir des échanges est assuré, quel que soit le nombre d'ententes officielles conclues.

Il existe malheureusement une faille dans le système, qui devrait être corrigée dans les plus brefs délais. Si les Canadiens subissent une forte influence culturelle des États-Unis et de l'Europe, l'inverse n'est pas nécessairement vrai. Cette remarque vaut surtout dans le cas des États-Unis, en raison de la libre circulation des personnes et des biens entre les deux pays. Quoi faire pour rétablir l'équilibre? Certains préconisent l'adoption de mesures protectrices diverses pour endiguer le flux, particulièrement, dans le sens États-Unis - Canada. Effectivement, l'introduction de telles mesures pourrait se justifier ou s'avérer nécessaire dans certains domaines, par exemple dans celui des médias, ne serait-ce que pour aider les producteurs canadiens à atteindre le seuil de compétitivité. Il existe cependant une autre solution beaucoup plus efficace et qui s'inscrit davantage dans la lignée de la politique et des principes idéologiques actuels du Canada. Elle