

tés bien définis. Il se propose d'assurer la plus grande efficacité possible dans la l'affectation des ressources en vue d'obtenir un rendement maximal à l'étranger en maintenant les dépenses de fonds publics au minimum.

Ce plan repose essentiellement sur un principe nouveau susceptible d'application rapide, celui de « bases opérationnelles » réunissant dans un lieu donné ressources physiques, humaines, techniques et financières aux fins de l'exécution des programmes de relations culturelles dans une région délimitée. Celle-ci peut inclure divers pays et diverses missions diplomatiques faisant appel à des ressources communes. Une base opérationnelle complète peut répondre aux besoins de programmes touchant à tous les aspects des relations culturelles: arts, lettres, sports, promotion des activités universitaires et culturelles. Le Centre culturel canadien à Paris en est le prototype. Les bases différeront selon le territoire desservi et nos intérêts sur ce territoire.

L'idée directrice est simple: renforcer la compétitivité du Canada, sur le plan tant quantitatif que qualitatif, dans les pays et régions qui ont une importance stratégique pour nos intérêts culturels. Les bases serviront aussi de postes d'observation permettant d'évaluer les milieux culturels de signaler les possibilités d'enrichissement culturel à la communauté culturelle canadienne.

Les bases opérationnelles, centres de foisonnement d'une multitude d'activités et de programmes, accroîtraient grandement l'aptitude du Canada à promouvoir ses intérêts culturels très divers à l'étranger sous le signe d'un « dialogue des cultures ». Elles seront dotées de ressources financières, administratives et humaines suffisantes pour répondre aux besoins des artistes, universitaires, artisans et organisations artistiques, ainsi que des agences et ministères du Canada.

Les installations et le matériel varieront selon les besoins internes et les conditions locales. Au minimum il faut sans doute une salle d'exposition, un atelier et une salle de projection. Idéalement, les installations comprendraient une petite galerie, une salle multi-usages pour la présentation de pièces de théâtre et de concerts, un centre de ressources audio-visuelles, une bibliothèque et une salle à musique. Le but ultime serait de constituer un réseau efficace de bases opérationnelles qui permettraient au Canada de promouvoir continuellement et énergiquement à l'étranger l'identité culturelle qui se forge au pays.

La promotion culturelle est un travail extrêmement exigeant. Comme toute activité du genre, son succès dépend du facteur humain et du recrutement de personnes possédant les compétences et la formation voulues. Ni la planification, ni l'élaboration de politiques, ni la coordination des programmes, ni la construction de locaux ne peuvent remplacer cet élément. La promotion culturelle exige non seulement une connaissance experte de la créativité artistique canadienne mais aussi une grande sensibilité à l'égard des milieux politiques et culturels étrangers. C'est en mariant les efforts et les talents de spécialistes recrutés parmi nos plus talentueux créateurs, administrateurs et entrepreneurs à ceux de « diplomates culturels » expérimentés que les bases opérationnelles de la culture canadienne à l'étranger atteindront leur épanouissement.

Pour soutenir la concurrence avec les Français, les Britanniques et les Allemands, notamment dans les pays où leur présence est bien établie et dont ils possèdent une longue expérience, la mise en place d'une présence canadienne requiert plus que de la simple réclame. Il faudra travailler ferme à ouvrir des marchés pour les produits culturels canadiens et tailler aux industries culturelles leur place sur la scène internationale. Les délicats problèmes que pose la conquête des marchés étrangers dans ce domaine sont encore trop mal connus au Canada. Une connaissance approfondie de situations qui, aux plans artistique, social et économique, diffèrent beaucoup de celle que nous connaissons au Canada, est indispensable au succès, particulièrement dans le domaine culturel. Les techniques de vente et les tactiques commerciales rentables ici sont souvent inefficaces à l'étranger; en outre, il y a un monde entre vendre du blé ou des générateurs et écouler des créations artistiques et culturelles. Les connaissances des spécialistes en poste dans les bases opérationnelles, soutenues par les connaissances générales et l'expérience du personnel des Ambassades et par la coordination avec les ministères des Communications et de l'Industrie et du Commerce, peuvent faire toute la différence entre une pénétration des marchés réussie et un désastre financier.

Dans l'esprit de son mandat, le Ministère des Affaires extérieures se préoccupe de ce que le Canada ait le personnel d'experts—attachés et conseillers culturels, animateurs, administrateurs, experts techniques et spécialistes dans les diverses disciplines—à la hauteur des obligations internationales du pays dans les an-