

de passation de marchés publics et les subventions à l'exportation restent le principal obstacle à l'expansion des exportations canadiennes.

Les *services*, qui comptent aussi bien les services bancaires et de communication que les services de consultants et l'éducation, comptent pour 65 pour cent du PNB canadien et pour plus de 12 pour cent des recettes d'exportation. Ce secteur est immensément diversifié et il n'existe aucune définition précise de ce qu'est le commerce des services. Il est important parce qu'il touche aussi bien la prestation des services proprement dits que les exportations de biens que ces services peuvent générer, aspect dont on devrait tenir bien plus compte lorsqu'on traite des exportations canadiennes. Les services de consultants en ingénierie, construction et domaines connexes tirent jusqu'à 20 pour cent de leurs recettes de l'exportation, dont 80 pour cent dans les pays en développement. Le commerce des services a fait l'objet d'une attention internationale, mais il est trop tôt pour voir si la question se prêtera à des négociations commerciales. L'intérêt qu'a montré le gouvernement américain pour la question pose le risque que ce pays n'en vienne à forcer ses partenaires commerciaux à joindre leurs efforts aux siens pour élaborer des règles internationales plus strictes sous risque de se voir imposer des mesures protectionnistes limitant leur accès au marché américain des services.

Les *industries culturelles* canadiennes, bien qu'elles n'aient jamais été considérées dans les politiques commerciales et industrielles, représentent un élément qui revêt une grande importance économique et englobe un fort coefficient de main-d'œuvre. L'exploration des possibilités de commercialisation de nos industries culturelles a jusqu'ici été entravée par l'incidence de l'emprise culturelle étrangère sur le marché canadien, ainsi que par l'absence d'une politique culturelle fédérale globale à l'intérieur de laquelle situer des initiatives commerciales. Le Comité d'étude de la politique culturelle fédérale, dans son rapport au gouvernement, a toutefois suggéré des moyens d'aider à renforcer l'infrastructure culturelle du pays. Ainsi, les politiques touchant le commerce des produits culturels peuvent être développées comme corollaires de toute initiative visant à accroître la part canadienne des marchés culturels du Canada et de l'étranger.

La poursuite des intérêts culturels du Canada à l'étranger vise un double objectif. Nos industries culturelles génèrent chaque année des investissements évalués à \$8 milliards et leur avenir dépend fortement de la capacité qu'elles auront de pénétrer et de développer les marchés de nos partenaires traditionnels. De plus, la présence culturelle du Canada est utilisée, et devrait l'être encore davantage, comme un instrument destiné à appuyer le renforcement des relations bilatérales avec des pays clés auxquels le Canada s'intéresse à long terme. Dans un certain nombre de cas, les instruments culturels peuvent être utilisés efficacement pour renforcer certaines relations non traditionnelles qui doivent être construites «à partir de zéro».

Conclusions:

- Dans l'ensemble, nos industries axées sur l'exportation continueront d'être bien placées pour participer aux marchés internationaux. Le défi des années 80 consistera à élargir les marchés et le nombre des industries qui exportent,