

**Télidon
et le marché
américain**

réseaux satellisés et terrestres. L'exploitation de la technologie des satellites pour véhiculer l'information soulève par ailleurs la question du contenu. Plus précisément, comment pouvons-nous nous assurer de la viabilité à long terme du système canadien de radiodiffusion face à la séduction qu'exerce la masse des émissions populaires américaines? C'est là un problème aussi vieux que la radiodiffusion. Il est toujours aussi menaçant, quels que soient les progrès de la technologie. Il se pose de nouveau avec l'utilisation des satellites domestiques pour les télécommunications entre le Canada et les États-Unis. Plus que jamais, il exige des solutions imaginatives répondant à la fois aux attentes du public qui veut avoir accès à la vaste gamme d'émissions disponibles, et aux objectifs légitimes de la politique culturelle pour le renforcement de notre identité nationale.

Enfin, la question des "gros sous" n'est pas à négliger dans les relations canado-américaines en matière de communications, quand il s'agit d'assurer aux fabricants et entrepreneurs canadiens une "juste part" du marché nord-américain. C'est ainsi que l'industrie canadienne travaille avec un certain nombre de ses homologues américains afin que le système canadien de télévision interactive, Télidon, s'assure la part du lion dans le marché américain.

Même dans les diverses rencontres multilatérales sur les communications, on découvre ordinairement que la question la plus cruciale pour le Canada n'est pas sans comporter un élément important pour les États-Unis. On s'en rend compte, par exemple, aux conférences de l'UIT, où les besoins nationaux de demain sont en jeu à propos des positions géostationnaires et des fréquences spatiales, ou bien encore à l'OCDE, où l'on discute de la circulation transfrontière des données.

Compte tenu de l'interaction de tous ces éléments nationaux et internationaux, dont certains sont actuellement davantage devinés que réellement compris, il n'est pas étonnant que les exigences et les lignes de conduite en matière de communications soient uniques pour chaque pays. On pourrait même dire que, au Canada, elles sont "plus uniques encore que celles des autres pays". Les Canadiens veulent profiter immédiatement de toute innovation qui voit le jour aux États-Unis. Bien que les systèmes politiques de nos deux pays soient fondés sur les mêmes principes démocratiques, le modèle américain n'est pas toujours, dans le domaine des communications, le meilleur pour le Canada. Ainsi, basée sur un marché considérablement plus réduit, notre économie ne peut pas supporter le même degré de concurrence, comme cela peut se faire dans l'immense marché américain. Par exemple, il semblerait qu'aux États-Unis, la radiodiffusion directe par satellite pourra en toute liberté chercher à conquérir la plus grosse part possible du marché. Au Canada, je pense qu'elle s'ajoutera convenablement aux autres éléments d'un système intégré de radiodiffusion.

Sur la même lancée, j'admettrais que le modèle canadien n'est pas nécessairement le meilleur pour répondre aux besoins particuliers des autres pays. On doit reconnaître cependant que bien des pays ont tiré parti de notre savoir-faire, l'expérience canadienne étant un microcosme de bon nombre de questions qui se posent ailleurs. Ainsi, nous savons qu'un système de communications intégré est encore nécessaire à notre développement. Nous commençons à nous rendre compte que le contenu de ce