

serait vraiment trop facile de passer outre aux intérêts des pays en voie de développement qui, peut-être, ont le plus à gagner, ou à perdre, dans ces négociations: il faudra prendre des mesures afin de s'assurer que les pays défavorisés sortent des négociations avec de meilleures possibilités en vue d'une participation pleine et avantageuse à la croissance du commerce mondial.

Les problèmes dont je vous ai entretenus sont plus aigus maintenant en raison de l'évolution rapide et de la complexité du climat économique international. Nous estimons que le récent budget canadien a fait un apport modeste mais appréciable vers l'amélioration de ce climat. Bien que, fondamentalement, notre budget ait pour objet de régler la situation économique du Canada, il devrait se révéler utile dans l'actuelle situation internationale. Il prévoit un certain nombre de réductions tarifaires fort appréciables qui touchent un volume d'importations canadiennes dont la valeur est estimée à 1.3 milliards de dollars. C'est là un chiffre impressionnant, lequel s'élève à pres de la moitié des réductions que nous avons consenties au cours de la Ronde Kennedy. Les Etats-Unis sont le principal bénéficiaire de ces réductions.

Un élément, la culture, a une dimension qui lui est propre. Les Canadiens sont, il va sans dire, des Nord-américains, et une grande partie de notre héritage culturelle puise à la même source que le vôtre. Notre perception de nous-mêmes, les valeurs et les traditions nettement canadiennes jouent un rôle de plus en plus grand dans la qualité et la saveur de notre société.

Nos traditions sont jeunes. A l'exception de celles du Canada français, nos traditions semblent être d'un cru plus récent que les vôtres. Leurs racines ne sont pas aussi robustes que les vôtres non plus. Elles sont plus vouées à la dilution et peut-être même à l'extinction si l'on tient compte de l'énorme influence de votre mode de vie, de vos valeurs et de votre culture.

Nous nourrions, si nous le voulions, interdire la vente de la marque "X" d'un produit fabriqué aux Etats-Unis, mais nous ne pourrions empêcher les émissions radiophoniques et télévisées de pénétrer dans les foyers de la population canadienne. En d'autres termes, nous pourrions éliminer le produit, mais nous serions toujours soumis à la publicité.

Ce n'est pas mon intention de dénigrer la culture américaine qui a apporté de grandes contributions au monde entier. Je ne crois pas pécher par chauvinisme intellectuel en exprimant ces opinions. Nous ne voulons pas isoler la culture canadienne de tout contact avec ses voisins: nous n'aurions pas de normes propres si notre esprit de créativité n'était pas mis à l'épreuve à l'échelle internationale. Je ne voudrais pas toutefois que notre sentiment d'identité et nos traditions distinctes soient tués dans l'oeuf par le dynamisme de la culture américaine.

Ainsi, si nous attachons une certaine importance aux qualités canadiennes distinctives, il nous faut prendre les mesures nécessaires à leur maintien et à leur protection. Nous devons nous assurer que, là où la qualité d'un produit est la même dans les deux pays, l'offre canadienne ne soit pas écartée par une concurrence inégale.