

promotion de l'investissement dans le programme général de publications de la direction, dont l'un des principaux objectifs est de transmettre une image d'ensemble positive du Canada et de sa politique étrangère et domestique. Certaines publications ont été abandonnées et l'orientation d'autres publications a été modifiée; 607 titres ont été publiés, dont certains dans dix langues.

Ce chiffre comprend 46 numéros d'*Hebdo Canada* et de *Canada Weekly* (30 000 exemplaires distribués hebdomadairement à l'étranger) et 20 numéros des versions espagnoles et portugaises (5 000 exemplaires distribués dans les pays concernés toutes les deux semaines). Parmi les publications générales, citons également six nouvelles *Feuilles documentaires* (documents destinés à être distribués en grand nombre, conçus pour répondre aux questions les plus fréquentes sur le Canada) en dix langues. Plusieurs brochures de la *Série Documents* ont été mises à jour et des nouveaux titres ont été ajoutés en plusieurs langues. Cette série, qui fournit des renseignements sur divers sujets, est distribuée à des publics choisis, principalement des journalistes, des bibliothèques et des institutions universitaires. Le ministère a publié une nouvelle brochure intéressante *Les Canadiens français*, illustrée en noir et blanc, à laquelle viendra s'ajouter au début de la prochaine année financière *Le fait français au Canada*, qui rend compte de l'actualité.

Il convient de souligner la parution d'une nouvelle série sur la science et la technologie, sur papier glacé et en quatre couleurs, intitulée *Les communications : l'expérience canadienne*. La brochure *Le Canada : un monde à découvrir* a remplacé *Le Canada à l'heure du monde* comme principale publication générale sur le Canada que le ministère distribue à l'étranger à des publics choisis.

Pendant 1984-1985, le programme du film, de la télévision et de la photo a entrepris trois études visant à évaluer la participation aux festivals et aux semaines canadiennes, à assurer que les cinémathèques du monde entier soient tenues au courant des questions des années 80 et à étudier les besoins du ministère en ce qui concerne l'accès à la télévision à l'extérieur du Canada.

Quelque 2 000 films de l'Office national du film et du secteur privé, 2 500 vidéocassettes et 40 000 photos et diapositives ont été envoyés aux missions à l'étranger pour des raisons d'information.

Pour les Jeux olympiques d'été de Los Angeles, la Direction a produit, dans les deux langues officielles, un film, *Les héros de l'été*, et 24 vignettes pour mettre en valeur les athlètes canadiens. Pour la première fois, la Direction, en collaboration avec la télévision française FR-3, a présenté aux heures de grande écoute sur les Antennes de FR-3 un reportage d'une heure sur le Canada. En plus, le ministère a collaboré à la production d'un film sur la tournée des Grands Ballets canadiens en Orient.

Un nouveau programme audio-visuel, mini-doc/vidéo-disque, a été créé au cours de l'année 1984-1985. Dans ce programme, dont le but principal est la promotion du commerce, il s'agit de la co-production avec le secteur privé de capsules vidéo sur les secteurs prioritaires de l'industrie canadienne. Ces capsules sont ensuite distribuées aux télévisions étrangères et présentées lors de foires commerciales ou de conférences à l'étranger.

Au cours de l'année, la Direction a entrepris un certain nombre d'activités afin de tenir les missions diplomatiques canadiennes au courant de l'actualité politique, économique

et sociale du Canada. Des exemplaires du budget fédéral, 160 bulletins de nouvelles économiques, 135 discours importants de dirigeants politiques et de hauts fonctionnaires et des transcriptions intégrales d'échanges durant la « période des questions » à la Chambre des communes ont été envoyés aux missions à l'étranger.

Quelque 3 500 demandes de renseignements ont été reçues des missions à l'étranger au cours de l'année; elles provenaient principalement de journalistes, de gens d'affaires, de personnalités politiques et de fonctionnaires étrangers; les recherches ont été faites et les renseignements leur ont été envoyés.

Le personnel chargé des affaires publiques et commerciales à l'étranger a reçu 18 photos-reportages et dossiers de presse soulignant le rôle du Canada en tant que nation commerciale et exportatrice au plan mondial. Des dossiers de presse ont été préparés pour les journalistes canadiens et étrangers lors des visites officielles au Canada des chefs d'État ou des chefs de gouvernement étrangers, ainsi que pour les visites des dirigeants canadiens à l'étranger. La Direction a parrainé ou facilité les visites de travail au Canada de quelque 370 « faiseurs d'opinion » choisis, dont des journalistes et des éditorialistes.

Programmes d'information au Canada

À la suite d'une décision du Comité exécutif d'accorder, au public canadien, plus de priorité à la diffusion d'information, la Direction des services d'information au Canada a assumé de plus en plus de responsabilités, au cours de l'année à l'étude. En conséquence, la Direction a renforcé son programme de conférenciers et d'expositions et a également été chargée de promouvoir le commerce et de gérer la production de publications commerciales à l'intention du public canadien.

En conjonction avec la Direction de la politique d'information à l'étranger et des services créatifs, qui s'occupe des aspects techniques de la production, la Direction a réalisé, au cours de l'année, de nombreux documents de promotion relatifs à l'exportation et au commerce. On a complété environ 75 projets de publications spécialisées, destinés au public canadien. Il s'agissait de guides aux exportateurs canadiens, de brochures pour le PDME et le PPP, d'études de marchés, du *Répertoire des délégations canadiennes à l'étranger destiné aux gens d'affaires* (publication semestrielle), de plans et de rapports relatifs au développement des exportations ainsi que de guides à l'intention des producteurs de produits de défense canadiens.

La responsabilité du bulletin bimensuel *CanadExport*, qui donne des informations et des conseils aux exportateurs, a été transféré à la Direction. Son tirage est passé de 16 000 à environ 20 000 exemplaires au cours de la période à l'étude. Selon un sondage mené au cours de l'année, le bulletin a non seulement été bien accueilli par le monde des affaires, mais a été considéré comme une des meilleures publications de ce genre jamais produite par le gouvernement fédéral.

Pour le Mois de l'exportation, la Direction a produit des outils de communication destinés à sensibiliser davantage le public aux débouchés d'exportation. À ce chapitre, mentionnons plusieurs émissions radiophoniques, le court métrage *Fabriqué au Canada*, des articles pour des hebdomadaires, un supplément de huit pages au *Globe and Mail* consacré à l'exportation, ainsi que des articles pour la revue en langue française *Commerce* et pour les grands journaux.