

reprendre la part de marché qu'ils ont perdue depuis l'entrée en vigueur du règlement exigeant que le bois résineux importé du Canada soit séché au four ou traité à la chaleur. Le Canada tentera aussi de conclure un accord avec la Commission européenne qui permettrait d'exporter tous les produits de la fourrure vers l'UE sans qu'il soit nécessaire d'obtenir des certificats onéreux. Si ces négociations bilatérales devaient échouer, le Canada continuera de défendre l'accès des fourrures aux marchés de l'UE en soumettant la question à l'OMC. Le Canada appuie l'initiative de l'industrie de l'aluminium visant à ramener les tarifs qui frappent ce métal à un niveau équivalant à celui dont bénéficient les autres pays fournisseurs. Désireux d'aller au-delà des engagements actuels pris dans le cadre des négociations de l'Uruguay Round, le Canada cherche à obtenir un engagement de la part des membres de l'OMC à supprimer les droits visant le bois et les produits du bois, les métaux non ferreux, ainsi que les oléagineux et leurs dérivés. Les négociateurs canadiens sont en pourparlers avec la Commission européenne concernant les problèmes d'accès auxquels font face plusieurs produits agricoles canadiens (subventions européennes aux céréales, droits imposés sur le blé canadien, accès garanti des vins canadiens) susceptibles de trouver des débouchés importants en Grande-Bretagne. Le Canada tentera également d'obtenir l'accès au marché du bœuf en contestant l'interdiction de l'UE concernant les hormones dans le cadre de l'OMC.

**Promotion des exportations** – En 1997-1998, le haut-commissariat organisera et fera la promotion de la participation des exportateurs canadiens à Helitech en septembre, à l'exposition sur les produits de défense maritime (IMDEX) et à Voice Europe en octobre, à l'exposition IWEX (sur les technologies liées aux eaux usées) et à Interbuild en novembre, ainsi qu'à Oceanology et à Pakex (conditionnement) en mars 1998. De concert avec Agriculture et Agroalimentaire Canada, le haut-commissariat organisera des promotions sur les produits alimentaires un peu partout au Royaume-Uni. Les installations dont il dispose dans le centre-ville de Londres conviennent parfaitement au lancement de nouveaux produits sur le marché britannique; elles sont déjà largement utilisées par les exportateurs canadiens d'aliments et de boissons, de produits de défense et d'aérospatiale, de technologies de l'information et de télécommunications et de produits médicaux. Dans le domaine des services commerciaux et professionnels, le haut-commissariat travaillera de concert avec le ministère britannique du commerce et de l'industrie à promouvoir des alliances entre les entreprises canadiennes et britanniques.

**Renseignements commerciaux** – Le haut-commissariat continuera de conseiller les firmes canadiennes prêtes à exporter quant à divers aspects du marché britannique, y compris sa structure, les grandes tendances, les compétences locales, l'état de la concurrence, la distribution, les débouchés, l'accès au marché, les normes et règlements en place, les foires commerciales et autres sources de données commerciales et de renseignements sur les marchés. Au moyen du service Faxlink de l'InfoCentre, du babillard électronique et des sites Web du MAECI, le haut-commissariat diffusera des données plus nombreuses et plus actuelles sur les marchés à un plus grand nombre d'exportateurs canadiens.

**Formation des exportateurs** – Les provinces, de concert avec les Centres du commerce international du Canada, s'efforcent de préparer les novices de l'exportation, surtout dans le secteur des produits de consommation courante, à se lancer sur le marché britannique. Le Programme des agents de liaison a été mis sur pied dans plusieurs ministères afin d'identifier et d'aider ces nouveaux exportateurs. Le haut-commissariat travaillera de concert avec le personnel affecté au Programme des agents de liaison pour les familiariser avec le marché européen.

**Exportation de produits culturels** – Le haut-commissariat à Londres peut fournir des conseils sur l'industrie culturelle britannique et il peut notamment chercher les débouchés commerciaux dans ce domaine et même servir d'intermédiaire entre les artistes canadiens et les présentateurs britanniques. La réouverture de la Maison du Canada, prévue pour l'automne 1997, permettra au haut-commissariat d'offrir une vitrine aux artistes canadiens. Une commission Canada-Royaume-Uni discutera de la possibilité de conclure un traité bilatéral purement financier qui faciliterait la co-production de films. De concert avec le British Museum, le haut-commissariat tentera de faire connaître l'art autochtone du Canada et de créer un organisme de bienfaisance enregistré pour promouvoir la créativité des Inuit. Il continuera également de collaborer avec plusieurs grandes galeries commerciales en offrant de l'aide financière à celles qui accepteront de faire la promotion des arts visuels canadiens.

**Tourisme** – Dans le cadre de la réorganisation du programme de promotion du tourisme à l'étranger, le mandat de la Commission canadienne du tourisme (CCT) sera élargi de manière à lui permettre d'attirer une part importante du nombre sans cesse croissant de touristes britanniques qui se dirigent vers l'Amérique du Nord. La stratégie établie pour 1997 veut cibler la clientèle existante pour l'inciter à voyager en basse saison et en saison intermédiaire,

