

Ce symbole se retrouve désormais sur la couverture de toutes les publications du Ministère diffusées au pays et à l'étranger.

Un bon nombre de programmes de communications ont été élaborés sur des questions touchant l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis et les Négociations commerciales multilatérales qui se déroulent dans le cadre du GATT.

Communications destinées au Canada

La Direction a produit plusieurs publications au cours de l'année, dont : *Le défi de la concurrence mondiale*; une pochette intitulée *Programmes et services à l'expansion des exportations offerts par AECEC*; l'édition de 1990 du *Répertoire du Service des délégués*

commerciaux du Canada; et *Le Japon et le Canada : partenaires pour la prospérité*.

Elle a également orchestré une campagne de publicité, produit divers dossiers d'information et fourni un support médiatique relativement au Mois canadien de l'exportation, à Carrefour Export 1989 et à la cérémonie annuelle de remise des Prix d'excellence à l'exportation.

Depuis que sa présentation a été modifiée de manière à refléter la nouvelle image de marque du Ministère, le bulletin *CanadExport* a vu son tirage passer de 40 000 à 56 000 exemplaires.

Info-Export, le centre d'information du Ministère sur le commerce d'exportation, a traité 650 demandes de renseignements par semaine en 1989, comparativement à 450 l'année précédente.

D. COMMUNICATIONS SUR LE COMMERCE À L'ÉTRANGER

La Direction des services de communication sur le commerce à l'étranger a produit de la documentation et des messages publicitaires relativement à la stratégie commerciale « Horizon Le Monde », notamment des annonces, des suppléments et des articles destinés à être publiés dans les journaux et magazines.

La Direction a organisé une campagne d'information dans le but de susciter un appui populaire à la prise de position du Canada concernant la surpêche dans la région placée sous la responsabilité de l'Organisation des pêches de l'Atlantique Nord-Ouest (OPANO). Elle a également mis sur pied et lancé une campagne publicitaire dans les pays de la Communauté