

Du côté commercial, la Direction a participé à huit expositions industrielles au Canada. Il s'agissait généralement d'activités entreprises conjointement par la Direction des services d'information au Canada, d'autres directions du Ministère et le MEIR. Cette année, on estime que 66 000 visiteurs ont fréquenté ces expositions.

Sur le plan promotionnel, la Direction a publié des annonces ou entrefilets, sur une base hebdomadaire, dans les principaux magazines et journaux canadiens, pour conseiller les gens d'affaires canadiens et encourager l'exportation. Elle a aussi entrepris une campagne publicitaire dans les media dans le cadre des programmes « Défi du commerce » et « Maison de commerce ». De plus, comme ce fut le cas l'an dernier, la Direc-

tion a conçu et produit en octobre un feuillet de huit pages sur le commerce et l'exportation, qui a été tiré à quelque 650 000 exemplaires; ce supplément a entre autres été inséré dans des journaux ou magazines majeurs au Canada : *La Presse*, *Les Affaires*, *The Globe and Mail* et *The Financial Post*.

Enfin, tout au long de l'année, la Direction a aussi produit plusieurs documents destinés aux media ou aux présentations ministérielles : 12 enregistrements pour la radio, un pour la télévision, (l'aide canadienne pour combattre la famine en Éthiopie), trois séries de diapositives pour des réunions d'information et 115 articles pour les journaux.