

SEPTEMBRE 1968

COMMERCE EXTÉRIEUR

MINISTÈRE DU COMMERCE, OTTAWA



**Entreprise
"dans l'vent"**

L'Inde, jusqu'à dernièrement en proie à la famine, vient d'obtenir une récolte record de céréales. M. Worden Evans, notre conseiller commercial à New Delhi, expose dans un article de fond ce que cela signifie pour ce pays et quels seront les effets sur la planification économique et la situation commerciale.

Ce compte rendu des progrès réalisés au Pakistan et l'appréciation du Troisième plan aideront le fabricant canadien à formuler ses projets d'exportation vers ce marché. Le barrage de Tarbela, dont le contrat principal a été adjugé au consortium italien Impregilo, offre des débouchés aux Canadiens, selon le chef de la Division de l'outillage mécanique et du génie.

Une journée mouvementée à Valcourt a fourni la matière de notre article sur les fabricants du Ski-Doo. Nous avons visité l'usine, effectué plusieurs entrevues, et constaté le dynamisme et l'efficacité de la société Bombardier. Le soir venu, le Jet Commander de la société nous a gracieusement déposés à Ottawa avant de continuer son vol aux États-Unis, destination de 60 p. 100 de la production d'autos-neige Ski-Doo.

Voici l'un des produits Bombardier—un Ski-Doo canadien fabriqué à Valcourt, Québec. Un groupe de distributeurs américains admirent le nouveau TNT 640 lors d'une rencontre de distributeurs à West Yellowstone, Montana.

Les exportateurs de denrées alimentaires et les exportateurs de vêtements trouveront aux pages 36 et 38 des renseignements sur certains marchés qui pourraient leur aider à y obtenir des commandes. De brefs articles de ce genre sur certains produits forment une rubrique courante de «Commerce extérieur» et ont permis à un grand nombre de fabricants de se lancer dans l'exportation.

COMMERCE EXTERIEUR

Fondé en 1904. Publié tous les mois par le ministère du Commerce.

L'hon. JEAN-LUC PEPIN, ministre; M. J. H. WARREN, sous-ministre.

Tous droits réservés. Tout extrait peut être reproduit librement, en indiquant la source: "Commerce extérieur".

O. MARY HILL, rédactrice
MICHAEL A. JOHNSTON, rédacteur adjoint

Prière d'adresser toute la correspondance à: l'Éditeur,
"Commerce extérieur", Ministère du Commerce, Ottawa, Canada.

SEPTEMBRE 1968

ARTICLES

Coup d'oeil sur l'Inde	2
L'Inde: Une récolte record ranime les affaires	3
Possibilités d'affaires en Inde	4
Le progrès reprend au Pakistan	7
Tarbela offre des débouchés aux Canadiens	8
Les difficultés persistent à Ceylan	10
Formation du personnel d'exportation	12
Les missions commerciales vont et viennent	13
Qu'est le Répertoire des exportateurs?	25
La JGDFC installe un bureau au Canada	26
Entreprise "dans l'vent"	27
Bois canadien pour une université australienne	31
Le FMI aide le commerce international	32
Quelle est la situation en fait des denrées alimentaires aux Petites Antilles	36
vêtements pour dames et enfants dans les États du Sud	38
Travaux au Sahara	40

ABONNEMENTS

\$2 par année au Canada, \$5 à l'étranger,
25¢ l'unité. Prière d'envoyer toutes les
commandes, accompagnées d'un chèque
ou d'un mandat-poste, au nom du
Receveur général du Canada, à
l'Imprimeur de la Reine, Imprimerie
du gouvernement, Ottawa, Canada.

RUBRIQUES

Service du commerce extérieur à l'étranger	17
Règlements douaniers et commerciaux à l'étranger	30

Coup d'œil sur l'Inde

Superficie: 1.26 million de milles carrés.

Population: 511 millions d'habitants en 1967, 82 p. 100 rurale, 18 p. 100 urbaine; le taux d'augmentation annuelle est de 10 à 12 millions.

Climat: tropical avec moussons; au Sud, chaud à torride toute l'année; au Nord, étés chauds et secs, hivers frais (de novembre à février).

Langue: l'anglais est toujours la langue de l'administration et des affaires.

Monnaie: la roupie; une roupie vaut approximativement 0.143 dollar canadien.

Réserves en devises: forte pénurie et contrôle sévère des opérations de changes.

Poids et mesures: le système métrique est en usage.

Capitale: New Delhi.

Principales villes: Calcutta (population exprimée en millions, pour l'année 1961) 5.51; Bombay, 4.15; Delhi, 2.36; Madras 1.73; Hyderabad, 1.25; Ahmedabad 1.21; Bangalore 1.21.

Principaux ports: côte orientale; Calcutta, Madras, Vishakhapatnam; côte occidentale: Bombay, Marmagao, Cochin.

Économie: en 1966-1967 le revenu national s'est élevé à 33.74 milliards de dollars canadiens; le revenu individuel était de 67.34 dollars canadiens. Économie à direction centralisée, à caractère essentiellement agricole. La population tire sa subsistance des produits de l'agriculture; la structure industrielle se développe rapidement et dépasse largement les possibilités d'assurer des devises pour l'importation de biens d'équipement, de pièces et de matières premières industrielles.

Total des importations: 1967—2,760 millions de dollars des É.-U.

Principales importations: (en p. 100) 1966—machines 25, blé 20, riz 4, métaux non ferreux 4, engrais 4, pétrole 3, matériel de transport 3, coton brut 3.

Principaux fournisseurs: (en p. 100)—États-Unis 32, Grande-Bretagne 8, Allemagne de l'Ouest 8, U.R.S.S. 6, Japon 5, Canada 5.

Valeur des importations en provenance du Canada: —1967: 140.23 millions de dollars canadiens—1966: 107.74 millions de dollars canadiens.

Principales importations en provenance du Canada: (en millions de dollars canadiens) 1967, blé, 72.76, souffre 12.6, alumi-

nium 7.9 engrais chimiques 5.5, matériel électrique 5.0, locomotives et pièces 4.2, papier journal 4.2, cuivre 3.0, zinc 2.4, nickel 2.1.

Total des exportations: 1967—1,630 millions de dollars des É.-U.; 1966—1,558 millions de dollars des États-Unis.

Principales exportations: (en p. 100) 1966—textiles de jute 24, thé 14, textiles de coton 7, minerai de fer 7, cuir 6, nourriture pour animaux 5, fibres textiles 4.

Principaux marchés: (en p. 100) 1966—États-Unis 20, Grande-Bretagne 19, U.R.S.S. 12, Japon 10, Canada 3, Australie 2.

Valeur des achats du Canada: 1967—42.77 millions de dollars canadiens ; 1966—35.30 millions de dollars canadiens.

Principaux achats du Canada: (en millions de dollars du Canada) 1967—textiles de jute 20.6, thé 5.1, textiles de coton 3.8, sucre brut 3.3, noix d'acajou 2.3, tapis de laine 1.9.

Réglementation des importations: les règlements régissant les importations sont sévères. Il faut obtenir une licence pour tous les produits importés. Aucune perspective pour l'importation de biens de consommation ou d'articles non essentiels. On accorde des licences d'importation seulement pour les biens d'équipement essentiels, les composants et les matières industrielles brutes et pour les céréales de consommation importées par le gouvernement. On peut consulter la Direction générale des relations commerciales, ministère du Commerce, à Ottawa, pour obtenir de plus amples informations à ce sujet.

Aide extérieure: Le déficit de la balance commerciale est financé grâce à l'aide et aux prêts de la Banque Mondiale, des États-Unis, du Canada et d'autres pays ou organismes internationaux.

Relations commerciales: le gouvernement de l'Inde accorde des tarifs préférentiels pour une vaste gamme de produits importés de Grande-Bretagne et de ses colonies et de Birmanie; tous les produits importés des autres pays, y compris le Canada, sont frappés des mêmes droits de douane.

Prix: les offres doivent être présentées en dollars américains ou canadiens. Les soumissions présentées en réponse aux appels d'offres du gouvernement doivent indiquer séparément les prix f.o.b. et la commission réservée aux agents (s'il y a lieu).

Conditions de crédit: elles dépendent de différents facteurs.

Échantillons: leur importation est limitée s'ils ont une valeur commerciale.

Visa: n'est pas exigé.

Inoculations: variole, choléra, fièvre jaune.

Correspondance: Courrier aérien seulement; les lettres doivent être affranchies à raison de 25 cents la demi-once.

Renseignements détaillés: pour obtenir des renseignements détaillés, s'adresser par écrit à:

La Division du Commonwealth
Direction générale des relations commerciales
Ministère du Commerce
Ottawa

ou au:

Conseiller commercial
Bureau du Haut-commissaire du Canada
Boîte postale 11
New Delhi 1, Inde.



Des femmes indiennes lavent leurs vêtements alors qu'à l'arrière-plan se dresse la puissante centrale thermique de Bokaro dans la vallée de Damodar.

L'Inde:

Une récolte record ranime les affaires

L'importance accrue accordée à l'agriculture et une récolte record ont contribué à faire sortir l'Inde d'une récession. Le besoin de conserver des devises a réduit les importations au strict nécessaire; les exportations canadiennes se limitent principalement aux produits fournis aux termes de prêts ou de subventions.

M. A. WORDEN EVANS, *conseiller commercial, New Delhi*

■ Une activité économique accrue a suivi la récolte inégalée de céréales alimentaires au cours de la campagne agricole 1967-1968. On a récolté en effet environ 97 millions de tonnes métriques ce qui constitue une augmentation d'au moins 10 millions de tonnes au regard du record précédent. Bien qu'il faille encore surmonter le marasme causé par deux années consécutives de sécheresse, la continuation de ce rythme de production alimentaire, combinée avec les effets du récent budget qui vise surtout à sti-

muler l'économie, devrait mener à une hausse des indices de production vers la fin de cette année.

Il y a pourtant encore beaucoup de problèmes très importants à résoudre avant qu'on ne puisse constater un réel progrès dans le relèvement du niveau de vie de l'Indien moyen. Un problème capital est l'augmentation très rapide de la population qui s'élève maintenant à bien au-delà de 500 millions et s'accroît à un rythme d'environ 12 millions de personnes ou plus par année. Le gouvernement

indien a donné une priorité absolue à son programme de contrôle des naissances et a obtenu un certain succès. La pénurie de devises constitue un autre point critique; elle continuera d'être un facteur restrictif surtout parce que l'aide étrangère pourrait être bien inférieure à ce qu'elle doit être pour assurer une croissance économique maximale. En plus, il y a un manque de personnel de direction dans les industries du secteur public où justement les investissements ont été considérables. L'homme d'affaires canadien trouvera ses possibilités limitées à des produits de base et à des biens capitaux, surtout ceux qui sont importés au titre du Programme d'aide au développement du Canada. Les importations de biens de consommation continueront d'être interdites.

L'agriculture marque des progrès

Il semble que la nouvelle tactique de l'Inde d'accorder à l'agriculture la priorité dans le domaine des investissements ait porté des fruits. Bien que le temps favorable ait joué un rôle prépondérant dans la récolte record, il n'y a pas de doute que l'agriculteur, stimulé par les prix attrayants offerts pour ses produits, s'est empressé d'utiliser des variétés de semences à haut rendement ainsi que des engrais et des parasitocides là où l'approvisionnement en eau était suffisant et même parfois là où il faisait défaut. Le gouvernement est en train d'agrandir rapidement les installations d'irrigation et de construire des usines d'engrais afin d'essayer de remplacer les importations assez considérables d'engrais et d'épargner ainsi des devises. Mais étant donné la demande en progression rapide, les importations ne commenceront pas à diminuer avant au moins 1972. En outre, on n'a pas encore réussi à trouver dans l'Inde des gisements de potasse commercialement exploitables. On est en train d'effectuer des recherches sur d'autres variétés de semences à rendement élevé afin de les adapter aux exigences de l'Inde et on s'occupe également de la mise au point de qualités leur permettant de résister aux maladies. On est également en voie d'agrandir les installations de fabrication de parasitocides.

Les prix offerts par le gouvernement aux agriculteurs pour les grandes

Possibilités d'affaires en Inde

■ Chaque année le gouvernement de l'Inde établit sa politique en matière d'importation et la publie (généralement en avril) sous forme d'un Livre rouge ainsi appelé à cause de sa couverture rouge.

En raison de la croissance de la capacité de production nationale et parfois pour des motifs d'ordre financier, la liste des articles pouvant être importés publiée dans le Livre rouge diminue d'une année à l'autre. Il n'est pas nécessaire de la consulter pour savoir si vos marchandises peuvent être importées en Inde; vous pouvez obtenir ce renseignement en vous adressant à la Division du Commonwealth du ministère du Commerce à Ottawa ou auprès du conseiller commercial à New Delhi.

En règle générale, l'Inde ne permet l'importation d'aucun bien de consommation ou d'article de luxe ou «non essentiel». Les produits qui peuvent être importés d'une façon générale sont les céréales alimentaires et les engrais, les machines et les pièces de machines et les matières premières nécessaires à la production des industries indiennes. Cette politique a été suivie par l'Inde au cours des dernières années et la valeur des importations se situe d'une façon assez constante à environ 3 milliards de dollars par an. Mais les exportations de l'Inde sont loin d'équilibrer les importations et chaque année on constate un déficit dans la balance commerciale. Pour combler ce déficit, le gouvernement a recours à des prêts et à l'aide accordés par les pays fournisseurs comme les États-Unis, la Grande-Bretagne et le Canada. L'Inde reçoit aussi l'aide de la Banque Mondiale et conclut des transactions bilatérales comportant des paiements en roupies avec les pays qui comme l'Union soviétique veulent bien accepter la monnaie indienne. Les États-Unis et la Grande-Bretagne restent les plus importants partenaires commerciaux de l'Inde; le Canada, le Japon et l'U.R.S.S. sont parmi les dix premiers.

Les ventes du Canada à l'Inde sont passées de 37 millions de dollars en 1960 à 140 millions l'an dernier. Cependant, cette augmentation ne représente pas réellement des opérations purement commerciales mais plutôt l'aide croissante que l'Inde reçoit chaque année. Les produits les plus importants sont le blé, les machines et les pièces de rechange, les matières premières industrielles et les engrais chimiques.

La politique d'importation de l'Inde prescrit aussi que certains produits ne peuvent être importés que par certains genres d'organismes. Ainsi, l'importation de céréales alimentaires et d'engrais est

un monopole de l'État et des produits comme le mercure, la laine brute, etc., ne peuvent être importés que par les entreprises commerciales dirigées par l'État. Les machines et la plupart des pièces et des matières premières ne peuvent être importées que par des «usagers véritables» qui reçoivent des licences d'importation pour couvrir strictement leurs besoins établis. Les commerçants ne peuvent importer que certains produits, dont le nombre diminue graduellement.

L'État et les organismes gérés par lui sont les plus importants acheteurs en Inde. Les achats sont généralement conclus sur la base d'appels d'offres avec admissibilité ouverte ou restreinte. La concurrence est illimitée ou ouverte lorsque les achats sont faits avec les fonds propres de l'Inde ou avec des fonds provenant d'organismes internationaux de prêt tels que la Banque Mondiale. La concurrence restreinte limite les appels d'offres aux entreprises des pays qui fournissent de l'aide ou des prêts pour des achats déterminés. Ainsi, les appels d'offres pour des achats en vertu d'une aide du Canada sont limités à des sources d'approvisionnement canadiennes. Notre bureau surveille constamment les appels d'offres qui permettent une participation canadienne et aussitôt qu'ils sont lancés, le ministère du Commerce à Ottawa en est immédiatement informé. Ce dernier avertit à son tour les fournisseurs canadiens intéressés.

Le nombre d'entreprises indiennes autorisées à importer des marchandises augmente rapidement mais étant donné qu'elles sont dispersées sur tout le territoire de l'Inde, il est difficile de connaître leurs besoins actuels ou futurs. Les entreprises canadiennes constateront que les services d'un bon représentant indien sont inestimables car il se chargera de se tenir constamment en contact avec les clients éventuels et de solliciter leurs commandes. En fait, on ne saurait surestimer la valeur d'un agent car non seulement il se met en rapport avec les acheteurs éventuels mais il surveille aussi les appels d'offres et connaît généralement la façon de présenter des offres acceptables. Il est rare en effet de voir un contrat adjugé à un fournisseur canadien sans l'aide d'un représentant indien énergique. Les entreprises canadiennes qui désirent vendre sur ce marché doivent dès lors prendre les mesures nécessaires pour se faire représenter dans ce pays.

Le représentant reçoit une commission sur toutes les affaires conclues et ce n'est que rarement qu'il touche une rémunération mensuelle. Le taux de la commission n'est jamais divulgué au client sauf quand il s'agit de soumissions d'offres au

gouvernement. Ce dernier exige généralement qu'on lui révèle cette commission afin de payer l'agent en roupies indiennes et d'économiser sur la sortie nette de devises pour chaque commande.

D'après notre expérience, voici par ordre de probabilité les genres d'appels d'offres qui assurent aux entreprises canadiennes des possibilités de vente sur ce marché: (1) les appels d'offres en vertu de prêts canadiens; (2) les appels d'offres pour des opérations financées par la Banque Mondiale ou sa filiale, l'Association internationale de développement; (3) les appels d'offres financés par les fonds propres de l'Inde.

En indiquant vos prix, assurez-vous de donner les prix f.o.b. ou f.a.s. ainsi que c.a.f. L'Inde a sa propre marine marchande et son service d'assurance et elle préfère s'en servir afin d'aider l'industrie locale et d'économiser sur ses dépenses en devises qui sont assez rares. Les prix peuvent être indiqués en dollars canadiens ou américains ou en livres sterling.

Les conditions de paiements varient d'un acheteur à l'autre. Lorsqu'il s'agit de fournitures au gouvernement, l'exportateur doit accepter les conditions normales, soit 95 p. 100 contre remise des documents d'expédition et le reste à la réception de la marchandise en bon état par le destinataire. Avec les autres clients il est possible de négocier les conditions et même d'insister sur des lettres de crédit surtout quand on traite avec des acheteurs inconnus ou en vue de s'assurer que le client possède la licence d'importation nécessaire pour la marchandise qu'il a commandée. Lorsque vous soumettez une offre visant des achats financés par l'aide canadienne à l'Inde, indiquez vos prix f.a.s. et n'expédiez la marchandise que sur instruction du Bureau de l'aide extérieure à Ottawa qui réglera directement vos factures. Rappelez-vous que l'Inde fait usage du système métrique dans tous les domaines et que la tension électrique normale est de 440 volts, 50 cycles, courant alternatif triphasé pour l'industrie et de 220 volts, 50 cycles, courant alternatif monophasé pour l'usage domestique. Vos marchandises doivent être conformes à ces normes.

Vous pouvez indiquer vos prix en dollars canadiens ou américains à votre convenance. N'oubliez pas d'envoyer toujours vos lettres à l'Inde par courrier aérien; le tarif d'affranchissement est de 25 cents par demi-once. Le courrier par voie de surface met plusieurs semaines à arriver du Canada et ce délai peut entraîner un retard dans la présentation d'une soumission ou la perte d'un contrat.



Voici l'hôtel Ashoka à New Delhi, construit et exploité par le gouvernement. Il offre aux touristes de plus en plus nombreux qui visitent l'Inde hébergement et service de toute première qualité.

quantités de céréales nécessaires à l'établissement d'un stock de stabilisation ont été fixés à des niveaux généreux afin qu'ils soient constamment intéressés à obtenir des rendements élevés. Enfin l'absence totale ou presque totale de taxes sur les revenus agricoles favorise les investissements par les exploitants individuels. A l'heure actuelle, les agriculteurs ne paient aucun impôt sur le revenu quelle que soit l'importance de leurs recettes. Si le gouvernement poursuit cette politique et que le programme de contrôle des naissances ait un effet plus positif sur la croissance de la population, l'Inde pourra se suffire à elle-même en denrées alimentaires d'ici quatre à cinq ans.

L'industrie a des assises plus solides

Le monde des affaires se remet lentement d'une récession qui, en plus de causer un ralentissement du taux de croissance des ventes au détail, a particulièrement affecté les secteurs de l'industrie lourde, les textiles et l'industrie alimentaire. Dans d'autres domaines de la fabrication, comme les bicyclettes, les voitures, les radios, etc., la demande a été croissante et les produits intermédiaires, particulièrement favorisés parce que les industries répondent aux besoins du secteur agricole, se sont comportés d'une façon très satisfaisante. L'indice général de

la production industrielle en 1967-1968 ne s'est accru que de 1 à 2 p. 100. Cet aperçu assez favorable est pourtant assombri par les stocks exceptionnellement importants que possèdent de nombreuses entreprises étant donné que les grossistes et les détaillants gardent habituellement des stocks réduits au strict minimum.

Cette récession a eu pourtant des résultats avantageux parce que les producteurs ont élagué en quelque sorte leur personnel afin d'augmenter le rendement. Ayant pour la première fois à faire face à la concurrence, les entreprises ont eu tendance à devenir plus conscientes du marché. Dans quelques rares cas, les fabricants de biens de consommation ont envoyé des agents de vente dans les villages qui offrent un grand réservoir de possibilités relativement inexploitées. Ceux qui ont procédé de cette manière ont récolté des avantages énormes. Beaucoup d'autres fabricants étudient maintenant la façon dont ils pourront atteindre les consommateurs dans les 540,000 villages qui se trouvent parsemés sur tout le territoire de l'Inde. Le secteur public, qui absorbe environ la moitié des investissements totaux du pays, a rencontré des difficultés dans le recrutement d'administrateurs. On a effectué une série d'études sur la façon dont les entreprises publiques devraient fonctionner et le gouvernement est en train d'étudier

les moyens de donner suite aux recommandations indiquées dans les rapports. Il s'agit là d'un domaine très accessible aux améliorations et si celles-ci s'effectuent, l'économie ne pourra qu'en bénéficier. On ne peut s'attendre à aucune solution rapide car les problèmes sont véritablement gigantesques.

Une politique d'importation restrictive

On attache une attention beaucoup plus grande aux possibilités de fabrication à l'intérieur du pays même et les demandes de licences d'importation sont examinées soigneusement étant donné que les capacités de production nationale s'accroissent de mois en mois. Dans les cas douteux, le demandeur d'une licence est obligé de chercher par voie d'annonce et de prouver qu'il ne peut pas obtenir le produit voulu auprès d'une source d'approvisionnement indienne. Le prix qu'il faut payer et même les délais de livraison n'ont aucune importance à moins qu'on ne puisse démontrer que la livraison retardée de l'équipement peut avoir des conséquences économiques plus grandes que la dépense de devises,—par exemple dans le cas d'une industrie d'exportation ou d'une entreprise fabriquant des produits destinés à remplacer les importations.

Le monde des affaires doit certainement tirer avantage du meilleur climat causé par la récolte record et par le nouveau budget dans lequel les nouvelles charges fiscales étaient légères et dans lequel aussi on a pratiqué des réductions importantes afin d'essayer de ranimer le marché des capitaux et d'encourager de plus grandes exportations. Les investissements du gouvernement ne se sont pourtant accrus

que faiblement et cela ne contribuera certainement pas à résoudre le problème de la capacité inutilisée dans les industries des biens capitaux qui dépendent des commandes du secteur public pour une grande partie de leurs activités. Un autre facteur est le fardeau des contrôles. Bien qu'on ait mis en œuvre tous les efforts possibles afin de supprimer ou de réduire les effets de ce régime sur l'industrie, on ne peut guère manœuvrer. En outre, le manque de devises va devenir plus critique lorsque la récession disparaîtra et que les besoins en importations iront en croissant. Cette situation exercera une contrainte accrue sur l'économie à défaut d'une aide suffisante au développement venant de l'extérieur.

Le commerce d'exportation est stimulé

Les exportations de l'Inde ont augmenté faiblement en 1967-1968 mais elles étaient loin d'atteindre le chiffre des importations qui se situe à 2.76 milliards de dollars. En fait, elles se sont élevées à 1.6 milliard de dollars, montant légèrement inférieur à celui pour 1963-1964.

Des mesures supplémentaires en vue de stimuler les exportations ont été prises au mois de février de cette année. On a fait une révision générale des droits d'exportation ce qui a donné lieu à une légère réduction des impositions sur le thé et à une réduction considérable dans le cas des marchandises en jute (un élément important, des dos des tapis, a été exclu). Le droit de douane sur les fibres de coco a été réduit et celui qui frappe les marchandises en fibres de coco et les peaux et cuirs a été supprimé. Le droit sur les peaux de serpents a été porté de 10 à 25 p. 100. Des devises sont maintenant disponibles pour des voyages d'affaires à l'étranger ainsi que pour d'autres dépenses inhérentes au développement du commerce extérieur effectuées par des exportateurs reconnus. En plus, 133 p. 100 des dépenses de commercialisation peuvent être ajoutées aux frais à réduire du revenu impossible. Encore plus importante à longue échéance est une mesure analogue qui permettra un dégrèvement de 120 p. 100 pour les industries qui font des dépenses en vue d'accroître leurs

	1963	1964	1965	1966	1967
	(en milliers de dollars canadiens)				
Blé ⁽¹⁾	1,500	8,500	15,357	67,344	72,763 ⁽²⁾
Amiante ⁽¹⁾	4,185	2,939	2,229	2,954	3,054
Soufre, brut ⁽¹⁾	583	102	1,389	2,623	12,633
Pâte de bois (surtout soluble) ⁽¹⁾	3,046	3,461	1,222	1,413	239
Papier journal ⁽¹⁾	3,907	3,727	3,731	5,579	4,186
Caoutchouc plastique et synthétique non façonné n.d.a.	930	1,065	868	502	723
Fer et acier ⁽¹⁾	646	1,274	527	424	1,556
Rails en acier ⁽²⁾	7,824				
Aluminium ⁽¹⁾	3,673	4,698	6,144	5,216	7,940
Cuivre ⁽¹⁾	8,503	260	19		3,030
Plomb ⁽¹⁾	769	1,941	3,258	1,850	1,636
Nickel ⁽¹⁾	1,834	1,021	1,510	432	2,164
Zinc ⁽¹⁾	3,835	3,911	6,378	2,107	2,429
Locomotives et pièces ⁽¹⁾	2	6,684	9	18	4,231
Machines électriques et pièces ⁽¹⁾	5,045	4,540	5,273	7,339	5,076
Engrais chimiques ⁽¹⁾			1,286	1,482	5,505
Avions et pièces ⁽¹⁾	2,564	9,748	857	1,234	1,068
Éléments de construction préfabriqués	1,702	1,295	726	746	9
Total de ce qui précède	50,548	55,166	50,783	101,263	128,242
Total de tous les articles	53,900	64,042	58,453	107,738	140,226

⁽¹⁾ Livraisons effectuées entièrement ou en partie en vertu de l'aide canadienne

⁽²⁾ Contrats obtenus par des entreprises canadiennes par suite d'appels d'offres à l'échelle internationale

⁽³⁾ Comprend la farine de blé

	1963	1964	1965	1966	1967
	(en milliers de dollars canadiens)				
Noix, généralement écalées	365	475	400	244	214
Cacahuètes	514	680			
Noix d'acajou, écalées	1,758	2,122	2,374	1,698	2,374
Sucre (généralement brut)	16,655		3,493	2,938	3,278
Poivre, non broyé		709	1,172	1,017	862
Thé noir	7,356	7,662	7,097	4,862	5,086
Coton	3,790	3,824	4,509	3,765	3,842
Jute	16,581	15,078	18,144	19,904	20,622
Tapis en laine (généralement de modèles orientaux)	1,440	1,425	1,737	1,843	1,900
Animaux vivants (singes Rhésus)	83	39	10	7	5
Total de ce qui précède	48,542	31,914	38,936	36,278	38,183
Total de tous les articles	52,664	36,121	42,424	40,093	42,774

stocks de matières premières agricoles. Le résultat net de ces mesures est bon mais la stimulation donnée aux exportations par un marché intérieur languissant pourrait disparaître dans le cas d'une reprise de la demande intérieure. En outre, il est difficile d'arriver à une bonne situation concurrentielle sur le plan international dans un marché qui est fermé aux industriels étrangers pour des questions de devises.

Le commerce avec le Canada

En 1967, les exportations canadiennes vers l'Inde ont atteint le chiffre sans précédent d'environ 140 millions de dollars. Comme le tableau I l'indique, le blé est intervenu pour plus de la moitié de ce montant à cause des grandes quantités nécessaires pour éviter la famine. La récolte record réduira ce chiffre en 1968 mais les importations accrues d'en-

grais feront contrepoids dans une certaine mesure. Les biens de consommation sont totalement absents de cette liste à cause des restrictions à l'importation. On s'attend à très peu de changement dans un avenir prévisible dans la composition de nos exportations vers l'Inde.

Les exportations indiennes vers le Canada ont peu changé au cours des années. Le tableau II indique que les tissus en jute sont l'article principal; ils sont suivis du thé, des cotonnades et du sucre dans cet ordre. Bien que l'économie indienne évolue de plus en plus, les articles indiens non traditionnels n'arrivent au Canada qu'en très faibles quantités.

Les perspectives pour un rétablissement modéré de l'économie indienne en 1968-1969 semblent bonnes à condition que le temps favorable donne lieu à une autre bonne récolte. Une telle reprise pourtant menacera fortement l'équilibre de la balance des paiements. Bien que les possibilités de fabrication intérieure s'accroissent constamment, la demande pour les matières premières de base et l'équipement de fabrication ira en augmentant et les importations d'aliments seront considérables tant pour satisfaire à la consommation courante que pour contribuer à établir un stock de stabilisation. La pénurie de devises sera le facteur restrictif majeur et l'étendue de ce problème dépendra de l'importance de l'aide financière que recevra l'Inde de l'étranger. Les possibilités nationales seront examinées et développées autant que possible mais cela n'aura qu'un effet peu important au cours de 1968-1969.

Deux problèmes fondamentaux ont ralenti le développement de l'Inde: il s'agit de l'agriculture et de la population. Le secteur de l'agriculture a réalisé d'excellents progrès mais c'est maintenant dans le domaine du contrôle des naissances qu'il faudrait essayer d'obtenir quelque succès. La principale source en fait de possibilités d'exportation continuera d'être le Programme d'aide au développement du Canada de même que les institutions internationales de financement telles que la Banque Mondiale et l'Association internationale de développement. Toutefois, bien que le marché commercial soit assez limité, il ne serait pas sage de n'en tenir aucun compte.

Le progrès reprend au Pakistan

L'importance accrue accordée à l'agriculture, une augmentation des revenus provenant des exportations et une légère avance dans le secteur industriel ont marqué les douze derniers mois. Les projets d'aide offrent les meilleures perspectives pour nos exportateurs.

M. W. J. JENKINS, *conseiller commercial, Islamabad*

■ Le baromètre est à la hausse. Il y a un an, le Pakistan se préoccupait beaucoup des répercussions de sa guerre avec l'Inde, de la diminution des sommes qu'il recevait à titre d'aide extérieure et de la sécheresse qui sévissait depuis deux ans. La tâche à accomplir constituait un véritable cauchemar de comptable; il s'agissait d'équilibrer la diminution constante des réserves de devises, les exigences de plus en plus grandes en matière de défense et le besoin d'importer des quantités astronomiques de céréales alimentaires. Mais cet équilibre a été réalisé, les besoins ont été satisfaits, la crise s'est résolue et l'économie a repris sa marche en avant.

Le PNB a augmenté d'au moins 7 p. 100 en 1967-1968 et la croissance peut avoir dépassé 8 p. 100. C'est le secteur de l'agriculture qui a réalisé les meilleurs résultats. Le taux d'expansion de ce secteur au cours du Deuxième plan quinquennal, 1960-1965, a été de 3.4 p. 100 seulement par année surtout parce que ce plan favorisait le développement industriel au détriment de l'agriculture. Mais deux années de sécheresse au début du Troisième plan ont fait comprendre aux planificateurs ce qu'il en coûtait d'ignorer l'agriculture. Ayant dû dépenser en un an plus de 100 millions de dollars en importations de céréales alimentaires essentielles, le Pakistan a ajusté sa politique de développement de façon à donner la primauté au problème de l'alimentation. Il a lancé une campagne réaliste et bien inspirée afin d'arriver à l'autonomie dans ce secteur d'ici deux ans. Le programme

est basé sur une combinaison d'un certain nombre de facteurs d'apport: l'eau, des semences améliorées, la protection des plantes, des engrais et un temps favorable. Au cours de la première année du programme, on a constaté une croissance de 7 p. 100 du secteur agricole grâce en grande partie à une augmentation de 30 p. 100 de la production de céréales. Le gouvernement a même prédit que 1968-1969 sera la dernière année au cours de laquelle le Pakistan devra importer des céréales.

Le progrès industriel a été moins sensationnel mais quand même plus prononcé qu'en 1966. Le taux de croissance des grandes entreprises a été remarquable au cours de la période du Deuxième plan (une moyenne de 15 p. 100 par année). Mais la réserve de devises nécessaires pour l'achat des matières premières dont ces industries avaient besoin ne s'est pas développée au même rythme que l'expansion industrielle de sorte que beaucoup d'usines ont dû travailler à capacité réduite au cours des deux dernières années. Cette situation s'est améliorée depuis que les États-Unis ont repris leur aide matérielle au Pakistan et on estime que la production industrielle s'est accrue d'environ 13 p. 100 en 1967-1968 surtout parce qu'on a utilisé davantage les installations existantes. Afin de soulager la pression qui s'exerce sur les réserves de devises et de réduire la nécessité de recourir à l'aide extérieure en fait de produits le gouvernement a changé considérablement sa tactique visant l'expansion industrielle au cours de l'année qui

Tarbela offre des débouchés aux Canadiens

■ Le barrage de Tarbela est le dernier maillon du système d'irrigation et de production d'énergie du bassin de l'Indus, vaste entreprise au coût de 1.9 milliard de dollars des É.-U. Tarbela sera le plus grand barrage en terre et en enrochements du monde. Avec celui de Mangla (terminé l'an dernier) il servira à l'irrigation de 33 millions d'acres dans le Pakistan occidental et sera capable de produire 3,000 mégawatts d'énergie électrique. Un article détaillé sur le projet de Tarbela a paru dans le numéro de décembre 1967 de *Commerce extérieur*.

Le contrat principal a été adjugé au consortium italien Impregilo qui a établi un bureau d'achat spécialement pour l'exécution de ce projet et s'occupe actuellement de cataloguer les fournisseurs éventuels. Voici l'adresse complète du consortium: Impregilo S.p.A., Via Gaetano Negri 4, Milan, Italie. La correspondance doit être adressée à l'attention de l'Ingénieur Gugliamini et porter la mention «projet de Tarbela». La société Impregilo s'occupe uniquement de l'exécution des travaux de génie civil. Elle devra se procurer de l'équipement de forage, des convoyeurs à bandes, du matériel de fabrication de béton, du matériel de radiocommunications, des véhicules pour tous terrains, des additifs d'imperméabilisation du béton, etc., des coffrages en acier, des réservoirs à eau en acier, du bois de construction, des produits alimentaires et de l'acier de charpente. Il est spécifié que le ciment,

le combustible et l'acier d'armature doivent être achetés au Pakistan. L'achat des engins de terrassement, des génératrices et des tracteurs à chenilles a été confié à Fiat, qui est propriétaire de la société Impresit, un des membres du consortium Impregilo.

L'aménagement de la «colonie» du personnel de construction du barrage de Tarbela a été entrepris par la société Astaldi dont voici l'adresse complète: Astaldi S.p.A., Corso d'Italia 43, Rome, Italie. Il convient d'adresser la correspondance à ce sujet à l'ingénieur Betti et d'y indiquer la mention «projet de Tarbela». Voici le matériel dont la société Astaldi a besoin et pour lequel elle désire recevoir des offres immédiatement:

- éléments d'habitations préfabriquées pour la mise en chantier des logements nécessaires;
- équipement et ameublement nécessaires à la mise sur pied d'un hôpital à 200 lits;
- ameublement pour les résidences et les écoles;
- matériel pour restaurants, cuisines et installations commerciales de blanchissage.

Les entreprises canadiennes qui désirent présenter des soumissions soit à Impregilo, soit à Astaldi, doivent immédiatement en aviser ces sociétés et leur

faire connaître les genres de produits qu'elles seraient en mesure de fournir. Elles doivent envoyer une copie de leur correspondance à la Division de l'outillage mécanique et du génie, au ministère du Commerce à Ottawa ainsi qu'au Consul général et délégué commercial, au Consulat général du Canada, CP 3977, Via Vittor Pisani 19, 20124, Milan, Italie. L'envoi de copies aux organismes susmentionnés facilitera la poursuite des affaires.

Les contrats seront soumis aux formalités internationales d'approvisionnement et le projet sera financé partiellement par des fonds internationaux à usage non spécifique et partiellement par des accords de financement bilatéraux engageant le bénéficiaire à s'approvisionner dans le pays donateur. Le Fonds de développement du bassin de l'Indus dispose encore d'un solde non engagé de 324 millions de dollars, dont quelque 15 à 20 millions proviennent de contributions canadiennes antérieures ne comportant aucun engagement. Le Canada a offert de fournir un montant supplémentaire de 5 millions de dollars sous forme de prêt d'aide extérieure avec engagement de la part du bénéficiaire de recourir uniquement à des biens et à des services du Canada.

—R. C. WALLACE,
*Chef de la Division de l'outillage
mécanique et du génie*

vient de s'écouler. Lorsqu'il étudie de nouveaux projets industriels, il donne maintenant la préférence à ceux qui prévoient l'utilisation de matières premières locales, donnent un rendement rapide et sont orientés surtout vers l'exportation ou l'agriculture.

Les exportations du Pakistan continuent de s'accroître bien qu'à un rythme inférieur à celui fixé par le Troisième plan. Les exportations ont augmenté d'environ 9 p. 100 au cours de chacune des deux premières années du Plan et les premières prévisions pour 1967-1968 indiquent un accroissement supplémentaire de 7½ p. 100. À ce rythme-là, les revenus en devises provenant des exportations augmentent d'environ 60 millions de dollars par année. L'aspect le plus remarquable de cette hausse est une montée en flèche de la valeur des exportations de produits manufacturés.

L'augmentation annuelle moyenne au cours de la troisième année du Plan a été de 25 p. 100 au regard de l'objectif de 20 p. 100 prévu par le Plan. Ce résultat a été rendu possible par un accroissement des ventes de produits en coton et en jute ainsi que d'articles de maroquinerie, surtout à destination des pays de l'Europe de l'Est avec lesquels le Pakistan est en train de nouer des relations commerciales plus étroites. En 1964-1965, la part de ces pays aux exportations pakistanaïses était de 11 p. 100; en 1966-1967, cette proportion est montée à 16 p. 100.

Politique d'importation

Les importations pour 1967-1968 se sont élevées à environ 1.5 milliard de dollars, montant légèrement supérieur à celui de l'année précédente mais inférieur aux prévisions du

Troisième plan quinquennal. Les importations de produits non destinés au développement, surtout des aliments et du matériel de défense, ont atteint au cours des dernières années un chiffre bien supérieur à celui qu'avaient prévu les planificateurs, mais celles de produits devant servir au développement, qui intéressent le plus les fournisseurs canadiens, se situent maintenant à un chiffre de 24 p. 100 inférieur aux prévisions du Plan. L'écart entre les importations de ces deux catégories de produits devrait pourtant aller en diminuant au cours des deux prochaines années grâce à une réduction des achats de denrées alimentaires et à une hausse des importations de produits de développement.

La politique d'importation du gouvernement, qui est révisée tous les six mois, régleme toutes les importations. Au cours des premières années

de la décennie actuelle, le Pakistan a libéré progressivement sa politique d'importation du contrôle administratif direct afin d'assurer une meilleure utilisation des installations de production, de stimuler les exportations et d'augmenter l'affluence des matières premières et des pièces de rechange. Cette libéralisation graduelle a subi un recul en 1965-1966 à la suite du conflit coûteux avec l'Inde et de la réduction massive de l'aide extérieure qui l'a suivi. Au cours de 1966-1967, le gouvernement a favorisé légèrement les importations en ajoutant des articles à la liste de libération mais toujours sous réserve de leur disponibilité grâce à l'aide extérieure ou par suite de contrats d'échanges avec des pays de l'Europe de l'Est et avec la Chine communiste. Le manque de devises écartait toute politique permettant d'augmenter considérablement les importations mais le gouvernement a reconnu la nécessité de simplifier la mise en œuvre de son programme et la politique adoptée pour le premier semestre de 1968 était un essai de simplification des formalités par la suppression des contrôles administratifs.

Le gouvernement freine actuellement la demande en augmentant le prix en roupies payé par les importateurs, soit en prélevant des taxes supplémentaires à l'arrivée soit en

n'autorisant que les importations réglées à différents taux de change qui sont de 100 à 200 p. 100 supérieurs à la parité. La liste des importations libres est encore limitée aux marchandises qui peuvent être obtenues au titre d'aide extérieure ou par suite de contrats d'échange. L'utilisateur final les achète au taux officiel de change qui se situe approximativement à 4.31 roupies par dollar canadien. Les articles qui figurent sur la liste des importations «au comptant contre certificats de prime à l'exportation» peuvent être importés de n'importe quelle source mais à un taux de change d'approximativement 8 roupies par dollar. Cette catégorie comprend la plupart des matières premières qui ne sont pas comprises dans la liste des produits libérés. La troisième catégorie est celle des importations contre certificats de primes et comprend la plupart des autres articles à condition qu'ils ne soient pas déjà fabriqués au Pakistan. Les importations sous le régime des certificats de primes ne sont pas importantes car l'importateur doit obtenir ses devises à un taux de 12 roupies environ par dollar. La nouvelle politique d'importation qui est entrée en vigueur au mois de juillet continuera sans doute à réduire les contrôles administratifs mais il est improbable qu'elle entraînera une augmentation marquée des importations.

En fait, la forme que prendra la prochaine politique d'importation dépendra en grande partie de l'aide extérieure que recevra le Pakistan. Le plus grand contributeur est le consortium de la Banque Mondiale dont le Canada fait partie avec les États-Unis, la Grande-Bretagne, la Belgique, la France, l'Allemagne, le Japon et l'Italie.

Le Pakistan et le Canada ont un accord de collaboration au développement depuis la création du Plan de Colombo en 1951. Le montant total de l'aide accordée par le Canada au Pakistan dépasse maintenant 300 millions de dollars et cet argent a servi pour une bonne part à défrayer les grands projets de construction et à financer l'achat de produits de base industriels et agricoles. A l'heure actuelle, le Canada a quatre projets en voie de réalisation au Pakistan: une génératrice nucléaire près de Karachi et trois lignes de transmission dans le Pakistan oriental.

L'aide multilatérale est en importance la deuxième source d'affaires au Pakistan pour les fabricants et les ingénieurs canadiens. Des fournisseurs canadiens ont obtenu des commandes importantes dans le passé pour des produits et de l'équipement dont l'achat est financé par la Banque Mondiale et cette dernière est en train d'étudier un certain nombre de demandes de prêts qui pourraient intéresser des entreprises canadiennes.

Les occasions d'affaires non reliées à l'aide extérieure continueront d'être limitées bien qu'il puisse y avoir une certaine demande pour des produits industriels et semi-manufacturés importés sous les régimes «au comptant contre certificats de prime à l'exportation» et «contre certificats de prime».



Le Pakistan espère se suffire à lui-même en céréales alimentaires d'ici deux ans.

Les difficultés persistent à Ceylan

MLLE MARGARET CATLEY

troisième secrétaire Bureau du Haut-commissaire du Canada à Colombo

■ Ceylan est une île tropicale luxuriante dont l'étendue est comparable à celle du Nouveau-Brunswick (25,332 milles carrés). La population est près d'y atteindre 12 millions et augmente au taux de 2½ p. 100 par an. L'île jouit d'une variété de climats qui conviennent à la culture de la plupart des produits agricoles grâce à la dénivellation entre la plaine côtière et les montagnes élevées à l'intérieur. Colombo, la capitale, est un port séculaire et le pays est situé sur les routes traditionnelles du commerce mondial.

Les faibles cours mondiaux de ses produits d'exportation et ses fortes importations de denrées alimentaires ont épuisé les réserves de devises et nécessité des restrictions aux importations. Ces mesures ont réduit les ventes du Canada à Ceylan.

Pourtant, Ceylan est aux prises avec de nombreux problèmes économiques.

Faibles prix à l'exportation

L'économie de Ceylan ne s'est améliorée que légèrement l'an dernier. L'actif extérieur brut au cours de l'année s'est établi à 448.9 millions* de roupies, en comparaison de 317.6 millions l'année précédente. Cependant, cette hausse n'a pas suffi à relever sensiblement la situation économique.

L'économie de l'île demeure surtout agricole. Plus de 90 p. 100 de son revenu en devises étrangères est encore tiré des exportations de thé, de caoutchouc et de noix de coco. Cependant, étant donné que les prix de ces denrées continuent de baisser bien que la production ait augmenté, l'ensemble des profits continue de diminuer. La situation est aggravée par la montée rapide des tarifs de transport sur terre et sur mer, qui a sérieusement réduit le revenu de Ceylan.

* Un dollar du Canada = 5.46 roupies

Vu la croissance rapide de la population et l'hésitation des agriculteurs à diversifier leurs cultures, plus de la moitié du revenu cingalais en devises étrangères est consacré aux importations de denrées alimentaires essentielles. En comparaison des autres pays en voie de développement dans cette partie du monde, Ceylan jouit encore d'un niveau de vie relativement élevé, mais cette situation ne durera pas longtemps à moins qu'on ne porte remède aux maux économiques.

Les fortes subventions accordées au riz et les sommes croissantes affectées à l'éducation gratuite ont aggravé les problèmes. Tous ces facteurs ont contribué à l'épuisement des réserves de devises étrangères et à l'accroissement des emprunts à la Banque Mondiale et aux pays qui accordent de l'aide.

Réglementation des importations

Les importations de Ceylan sont toujours soumises à une réglementation rigoureuse en vue d'améliorer la balance des paiements et les importations d'articles de luxe et de biens de consommation non essentiels sont en pratique interdites. Le gouvernement cingalais a institué dernièrement un régime en vertu duquel on délivre des certificats à ceux qui remettent des devises étrangères obtenues contre l'exportation de certains biens et services et de certaines remises d'argent. La nouvelle politique a déterminé des changements d'envergure dans les dispositions relatives aux licences d'importation. Son effet ultime sur les exportations canadiennes vers Ceylan n'est pas encore bien défini; on peut obtenir plus de précisions en s'adressant à la Division du Commonwealth au ministère du Commerce.

Expansion agricole

Afin de réduire les dépenses en devises étrangères que nécessitent les importations de riz et d'autres denrées alimentaires, le gouverne-

ment a lancé une campagne de production alimentaire d'envergure nationale. La mission de la Banque mondiale qui a exécuté récemment un relevé de l'économie cingalaise a estimé que le compte annuel des denrées alimentaires importées, qui était de 825 millions de roupies en 1965, pourrait être réduit à 435 millions en 1977 par suite des tentatives que fait actuellement le pays en vue de se suffire à lui-même en fait de production de riz et d'autres denrées. D'après le rapport, le rendement de l'agriculture intérieure au cours de 1967 était encourageant et les gains impressionnants réalisés dans la production du riz et des denrées secondaires reflètent trois facteurs:

1. les stimulants qu'assure la politique gouvernementale;
2. la réaction positive des agriculteurs à ces stimulants;
3. le bien-fondé de la politique et des programmes du ministre de l'Agriculture.

Il est trop tôt pour constater les résultats de cette politique, mais ils se manifesteront certainement d'ici deux ou trois ans.

Diminution du commerce extérieur

Les chiffres ci-après visant les années 1966 et 1967 offrent une compa-

raison intéressante de la balance du commerce à Ceylan et indiquent l'effet de la restriction des importations non essentielles:

	1966	1967
	(millions de roupies)	
Exportations	1,675.9	1,630.8
Importations	2,028.2	1,738.3

Le montant des importations cingalaises en provenance des pays du Commonwealth a diminué de 739.8 millions de roupies en 1966 à 623.3 millions en 1967; les importations provenant des autres pays ont fléchi de 1,288.3 millions en 1966 à 1,115.0 millions en 1967. Les exportations cingalaises vers le pays du Commonwealth en 1966 ont atteint 682.0 millions de roupies au regard de 745.3 millions en 1967. Les exportations vers les autres pays ont diminué de 992.1 millions de roupies en 1966 à 883.4 millions en 1967. Les pertes à l'exportation résultaient surtout de la chute des cours mondiaux des produits cingalais et dans une certaine mesure de la dévaluation de la roupie (20 p. 100) au moment où la Grande-Bretagne dévaluait la livre.

Industrialisation

Un des principaux obstacles à l'expansion industrielle à Ceylan est le manque de ressources minérales, notamment de combustibles. Ceylan n'a ni charbon ni pétrole et la production

d'énergie est tributaire soit des combustibles importés soit des aménagements hydro-électriques, qui consomment beaucoup de capital. Cependant, le gouvernement encourage une expansion industrielle destinée à diversifier l'économie, à contribuer au soutien d'une population croissante et à réduire la nécessité des importations, qui n'ont cessé d'épuiser les revenus en devises étrangères. Le secteur public du domaine industriel comprend des sociétés produisant du ciment, des produits céramiques, du contre-plaqué, des chaussures, du papier, des huiles végétales, du chlore et de la soude caustique, du sucre, des filés de coton, des sables minéraux, du sel, des pneus et des chambres à air en caoutchouc, des articles de quincaillerie et des tissus de coton. En outre, on a établi des sociétés pour exploiter une usine de laminage et de tréfilage de l'acier et pour surveiller le développement des pêches. Les investissements privés sont encouragés par certaines concessions fiscales, la protection tarifaire et les restrictions aux licences d'importation. Des industries privées (appuyées dans certains cas par l'aide extérieure) s'adonnent maintenant à la fabrication d'une gamme étendue de biens de consommation tels que les textiles, les confiseries, les biscuits, les vêtements confectionnés, les peintures, les chaussures, les ampoules électriques, les piles électriques, les cosmétiques, les pneus de bicyclette, le fil métallique et

TABLEAU I
COMMERCE DU CANADA AVEC CEYLAN

Année	Exportations cingalaises vers le Canada	Exportations canadiennes vers Ceylan (millions de roupies)	Solde créditeur de Ceylan
1963	69.1	13.5	55.6
1964	60.9	7.9	53.0
1965	64.2	8.1	56.1
1966	47.1	22.0	25.1
1967	53.1	16.1	37.0

Note: Les exportations canadiennes comprennent des produits tels que la farine de blé et du matériel d'aéroport au titre du programme d'aide du Plan de Colombo.

TABLEAU II
CE QUE LE CANADA VEND À CEYLAN

Produit	1966	1967
	(dollars canadiens)	
Poisson en conserve	21,637	14,000
Malt	9,395	15,140
Fibres d'amiante	1,002,382	793,125
Pâte de bois	—	120,877
Papier journal	233,813	219,588
Produits chimiques	8,996	17,306
Chlorure de potassium, muriate	134,370	—
Résines plastiques, etc.	58,304	63,883
Voitures automobiles et pièces	46,697	25,548
Moteurs d'embarcation et pièces	51,222	33,240
Bougies d'allumage	34,854	23,082
Limes et râpes	71,645	75,644
Produits biologiques	46,016	47,178
Lentilles ophtalmiques	8,960	8,828

Source: BFS



Ces Cingalaises font la récolte du riz, une des principales cultures de leur pays.

le câble, les feuilles d'amiante, les accessoires en plastique, les ustensiles en aluminium, les réfrigérateurs, les radios, les ventilateurs de plafond, les machines à coudre et d'autres produits semblables.

Jusqu'ici, le gouvernement a nationalisé les services d'autobus, l'assurance-vie et le commerce du pétrole. Bien qu'on réclame à grands cris la nationalisation des banques et des terres appartenant à des étrangers, aucune mesure n'a encore été prise en ce sens.

Pour accorder en fin de compte le monopole des exportations et des importations aux Cingalais, le gouvernement continue d'encourager et d'assister les commerçants cingalais enregistrés par tous les moyens possibles.

Commerce canado-cingalais

Bien que le Canada soit depuis longtemps parmi les meilleurs clients de Ceylan, nos exportations commerciales vers l'île sont demeurées relativement faibles. Les chiffres du tableau I, extraits des Revenus douaniers de Ceylan pour les cinq dernières années, sont utiles à des fins de comparaison. Le tableau II indique les principales exportations commerciales du Canada vers Ceylan au cours des deux dernières années.

La balance du commerce continue de favoriser fortement Ceylan; à cause des restrictions actuelles aux importations, ce solde créditeur persistera probablement jusqu'à ce qu'un certain relâchement permette aux importateurs de s'approvisionner à leurs sources préférées. Le Canada a été quelque peu désavantagé par suite des tarifs de fret élevés visant les marchandises expédiées vers ce marché; il est donc extrêmement difficile pour les Canadiens de concurrencer d'autres exportateurs situés plus près de Ceylan.

Formation du personnel d'exportation

■ En 1964, une société d'Administrateurs internationaux, la *American Society of International Executives* s'est fondée sous les auspices de la *Foreign Traders Association of Philadelphia, Inc.* L'objectif de cette association est de propager la connaissance des techniques d'exportation et d'établir des normes d'instruction pour cette profession. La société n'organise pas de classes elle-même mais elle fixe un schéma de cours que les étudiants peuvent suivre de la manière et

Lorsque les difficultés économiques actuelles de Ceylan seront aplanies et si la demande et les prix de ses trois principales exportations, le thé, le caoutchouc et les produits de la noix de coco augmentent au cours des prochaines années, le taux d'expansion pourrait s'accroître et la marche des affaires s'animer. Grâce aux meilleures primes à la production locale et au financement des nouveaux projets de mise en valeur, Ceylan aura besoin de plus de biens de production et de plus de matières premières; les fabricants et les exportateurs canadiens devraient tenir compte de cette situation.

Les importations cingalaises de biens de consommation non essentiels demeureront restreintes par suite des droits douaniers visant à protéger les industries locales et des restrictions imposées aux importations de produits semblables. Les possibilités d'écouler des produits canadiens dépendront dans une certaine mesure des politiques futures du gouvernement cingalais et de notre aptitude à concurrencer d'autres fournisseurs qui sont souvent mieux établis. Il s'agit d'un marché dominé par les acheteurs et la concurrence y est vive.

Vu que les ministères du gouvernement sont les acheteurs les plus importants de matériel etc., les firmes canadiennes devraient s'efforcer de présenter des offres compétitives lorsqu'ils lancent des appels à l'échelle mondiale relatifs à certains de leurs besoins. Il y a aussi des débouchés en consultation technique et en travaux de construction dans certains projets d'irrigation qui seraient entrepris au cours des prochaines années.

au rythme qui leur conviennent. Des examens ont lieu dans une vingtaine de centres des États-Unis en mai et en octobre chaque année. Les droits d'inscription sont modérés. L'admission est accessible tant aux particuliers qu'aux sociétés. On peut obtenir de plus amples informations en s'adressant à la *American Society of International Executives*, Secretariat Suite, Sheraton Hotel, Philadelphie, Pennsylvanie 19103.

Les missions commerciales vont et viennent

■ La mission commerciale est devenue, au cours des huit dernières années, un moyen de plus en plus efficace de promouvoir l'exportation. Il ne s'agit pas d'une technique nouvelle,—le Ministère avait envoyé son ministre en Australie dès 1893—mais ce n'est que depuis 1960 qu'elle est exploitée à fond. En 1960, le ministère du Commerce a organisé quatre missions: deux en Angleterre et en Irlande, une dans les pays de la Communauté économique européenne et une en Amérique latine. Depuis lors, le programme a pris de l'importance d'année en année; de 1960 à la fin de 1967, 91 missions ont été envoyées à l'étranger et 74 missions sont venues au Canada. En général, les missions étrangères étaient composées d'hommes d'affaires venant des pays en question et celles du Canada, de leurs homologues canadiens, habituellement accompagnés de quelques hauts fonctionnaires gouvernementaux. Ces chiffres expliquent la création en 1962 d'une Division des missions commerciales au sein du Ministère pour s'occuper de tous les aspects de l'organisation et de l'administration des programmes des missions commerciales.

Cette année, le Ministère organisera quelque 40 missions commerciales. Près de la moitié d'entre elles seront dirigées vers l'étranger; elles se rendront au Moyen-Orient, en Australie et en Nouvelle-Zélande, en Grande-Bretagne, en Union soviétique, en Amérique latine, en Extrême-Orient, en Italie, en Espagne et dans quelques pays d'Afrique. Les membres recher-

cheront les possibilités de vendre des produits aussi variés que de la bijouterie, du fil métallique et des câbles, de l'équipement scientifique et des fourrures, des engrais et des appareils de transmission d'énergie électrique. La seconde moitié comprendra des missions étrangères en provenance de la France, du Portugal, de l'Inde, de la Grande-Bretagne, des Pays-Bas, de l'Espagne, de l'Amérique latine, du Moyen-Orient, des États-Unis et de la Roumanie. Elles s'intéresseront aussi à des produits fort divers: bétail, matériaux de construction d'habitations, équipement de production d'énergie, télécommunications et pommes de terre de semence.

Le programme des missions commerciales ne s'est pas que développé, il a aussi changé son rayon d'action et son orientation au fur et à mesure qu'il a acquis de l'expérience. Quelques-unes des premières missions touchaient à de vastes secteurs de produits; c'est ainsi que la mission de la Communauté économique européenne de 1960 a étudié le marché des pâtes et papiers, des métaux et des minéraux et des produits chimiques. Aujourd'hui, les missions sont limitées pour la plupart à un seul produit ou à un groupe de produits, tels que les fourrures, le tabac, l'équipement d'hôtels et d'institutions ou les produits des pâtes et papiers.

Un second changement, encore plus important, a été l'importance accordée aux missions étrangères au Canada. Le programme de 1967 comprenait 10 missions canadiennes à l'étranger couvrant quelque 20 pays et 32 mis-

sions étrangères venant de 6 continents. Près de 63 hommes d'affaires et fonctionnaires du Ministère sont allées en missions à l'étranger et environ 400 personnes ont participé à des missions en provenance de l'étranger.

Il faut remarquer, toutefois, que cette insistance à faire venir des gens au Canada était naturelle dans le contexte de l'Expo 67 et des célébrations du Centenaire. En général, les missions étrangères sont organisées en vue de donner à leurs membres l'idée la plus exacte possible des possibilités du Canada dans des domaines tels que la production d'énergie, les techniques de construction de maisons à charpente de bois, l'élevage des bovins et l'aviation. Les deux genres de mission servent souvent à se compléter l'un l'autre: une mission sur la production, la transmission et la distribution de l'énergie qui s'est rendue au Mexique et au Venezuela en avril-mai 1966 a été suivie d'une mission sur l'électricité qui est venue du Mexique en octobre-novembre de la même année pour «consolider et promouvoir davantage les bénéfices retirés de cette mission».

Un troisième changement a affecté les régions de destination. Les missions du début de la décennie étaient surtout orientées vers l'Europe de l'Ouest et les États-Unis. En 1967, toutefois, sur les dix missions canadiennes à l'étranger, il n'y en eut que deux en Europe de l'Ouest et aucune aux États-Unis. Trois missions ont visité l'Europe de l'Est, deux l'Amérique latine, deux l'Extrême-Orient et une l'Australie. La principale raison de ce changement est que le Ministère s'est aperçu que les hommes d'affaires canadiens ne semblent plus rechercher beaucoup d'aide dans leurs relations d'affaires avec l'Europe de l'Ouest ou avec des hommes d'affaires américains et que des missions à destination de pays à commerce d'État ou de pays plus éloignés peuvent être plus utiles.

Les missions commerciales se sont révélées particulièrement fructueuses pour promouvoir des genres de produits ou de services qui ne se prêtent pas à l'exposition dans des foires comme par exemple, l'équipement de production d'énergie électrique, les techniques industrielles de construction, l'élevage des bovins de race, ou qui demandent l'intervention d'un groupement d'entreprises, tels les ser-

vices d'ingénieurs-conseils ou l'équipement d'aéroport.

La Division des missions commerciales établit pour chaque année financière un programme de missions qu'elle présente au Comité des missions commerciales créé au sein du Ministère pour faire le choix des missions et recommander un programme au ministre du Commerce. Le Comité se tient en relations étroites avec les délégués commerciaux à l'étranger, les gouvernements provinciaux, les associations professionnelles et industrielles et d'autres groupes qui s'intéressent à la promotion des exportations du Canada, et se renseigne auprès d'eux. Peu à peu, les missions commerciales deviennent des opérations qui se prolongent. La construction en bois de charpente est un bon exemple à citer: des missions en ce domaine furent d'abord envoyées en Grande-Bretagne et des missions britanniques invitées à venir au Canada. Elles ont eu des conséquences importantes sur nos ventes de bois de construction. Des missions sur la construction sont maintenant dirigées vers les Pays-Bas et la France afin d'accroître le marché dans ces pays.

Les missions sont normalement composées de quatre à douze représentants du commerce et de l'industrie, accompagnés d'un secrétaire qui est un fonctionnaire du ministère du Commerce. Habituellement, une mission bien organisée nécessite six mois de préparation mais des «missions instantanées» ont été mises sur pied en moins de trois semaines quand le besoin s'en est fait sentir.

Dans quelle mesure les missions contribuent-elles à accroître le commerce d'exportation du Canada? Il est difficile de déterminer exactement les résultats en termes de ventes mais un compte rendu d'une mission sur les matériaux de construction en Europe de l'Ouest en 1965 a révélé que celle-ci avait donné lieu à des commandes d'une valeur de 1.4 million de dollars et qu'on avait bon espoir d'en obtenir d'autres. De même, une petite mission sur les moulages de fer et d'acier envoyée aux États-Unis en 1965 également a suscité des affaires pour un montant de \$142,000 et on s'attend à obtenir ultérieurement un total encore plus élevé.

—O. MARY HILL
Rédactrice de «Commerce extérieur»

Cette mission s'es



Toute mission canadienne à l'étranger se rend d'abord à Ottawa pour s'y renseigner sur la situation des pays vers lesquels elle se dirige, sur leurs problèmes du moment et sur l'industrie qu'elle doit étudier dans chaque région. Les séances de préparation de la mission sur les pâtes et papiers étaient dirigées par le chef de la Division de l'Amérique latine du Ministère (assis au bout de la table). Le troisième à gauche est M. M. K. Paumann, secrétaire de la mission.

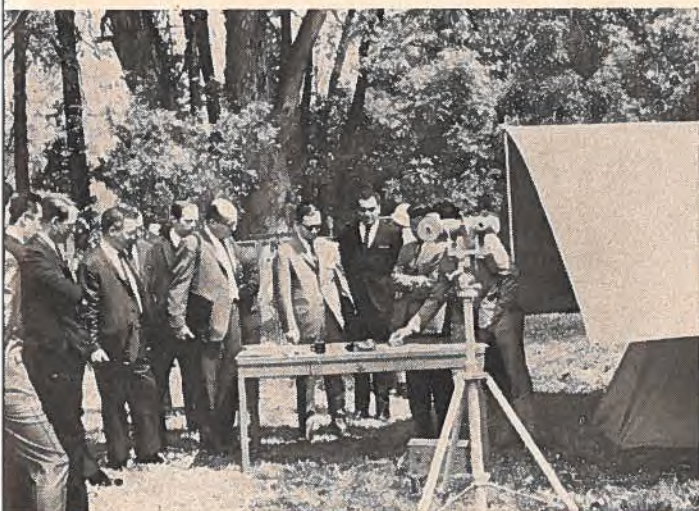
Au Mexique, les membres de la mission ont visité le Forest Inventory Centre. Sur la photo, des techniciens du Centre expliquent le maniement de certains instruments utilisés sur place pour mesurer les arbres.



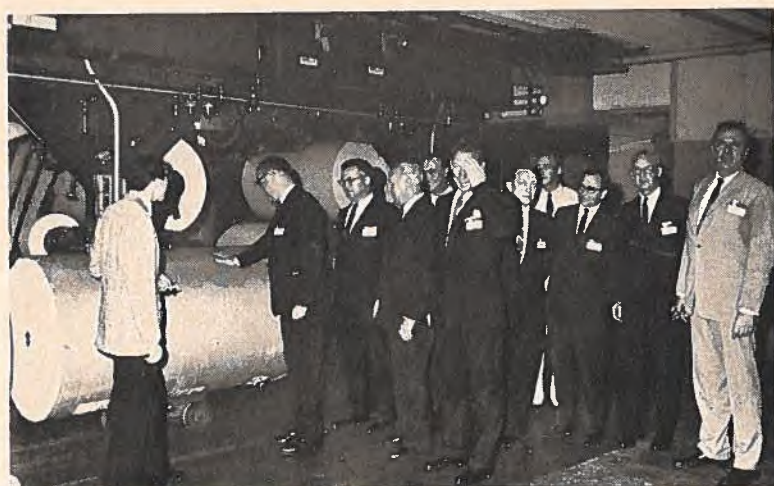
Au Chili, la mission a visité trois des huit usines de pâtes et papiers du pays; quelques-unes se servent d'un outillage canadien. Plus tard, les membres ont eu une entrevue avec le ministre de l'Agriculture (le quatrième à gauche) qui est chargé aussi du développement et de la conservation des ressources forestières du Chili.

endue en Amérique latine

La mission canadienne des pâtes et papiers qui s'est rendue en Amérique latine en 1967 est typique d'une mission canadienne à l'étranger. Elle était composée de sept représentants de l'industrie: M. V. Allard, de Kruger, Pulp and Paper, Montréal; M. F. W. Bradshaw, de Consolidated Paper Corp., Montréal; M. G. C. Gibb, de Canadian International Paper Company, Montréal; M. W. E. Haviland, de l'Association des pâtes et papiers du Canada; M. David F. Kerr, The Ontario Paper Company Limited, Thorold; M. T. G. Rust, de British Columbia Forest Products, Ltd., Vancouver; M. O. E. Zwanzig, The Price Company, Québec; et de M. M. K. Paumann du ministère du Commerce qui a rempli les fonctions de secrétaire. La mission a quitté le Canada le 11 février pour revenir le 12 mars, après avoir visité le Mexique, le Chili, l'Argentine et le Brésil, ayant séjourné environ une semaine dans chaque pays pour y étudier l'industrie des pâtes et papiers, évaluer les perspectives de ventes et rechercher les possibilités d'investissement.



Au Brésil, quelques membres de la mission ont visité un chantier d'exploitation forestière à Mogi-Guacu dans l'État de Sao Paulo. On voit ici M. David F. Kerr (deuxième à gauche) observant l'écorçage d'un eucalyptus, en compagnie de M. Claude Charland, secrétaire commercial du Canada à Sao Paulo (troisième à gauche) et de M. M. K. Paumann.



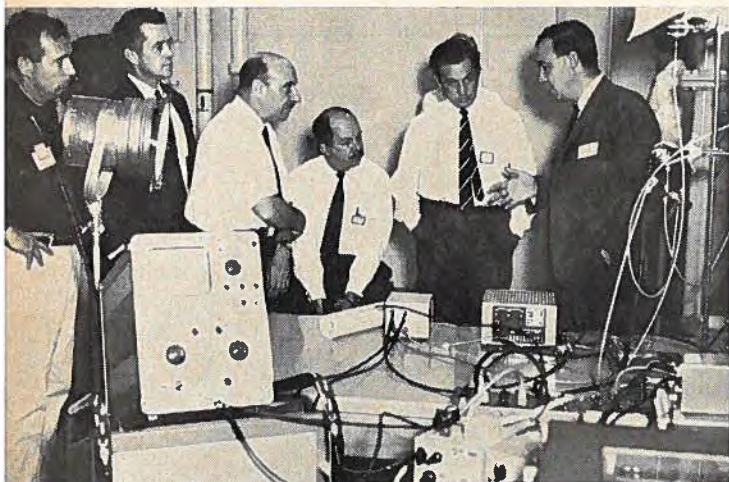
En Argentine, les membres de la mission ont visité l'imprimerie de La Razon, important quotidien du soir de Buenos Aires. Ici, les Canadiens regardent quelques rouleaux de papier journal utilisés par l'entreprise. Ils étaient accompagnés de Dr. A. Zubcov, directeur technique de l'usine.

Ces missions sont venues au Canada

Les 32 missions étrangères qui ont visité le Canada en 1967 ont parcouru un vaste territoire et se sont intéressées à une grande variété de produits. Nous voyons des photos de quelques-unes de ces missions de même que d'une autre venue au Canada en 1966.



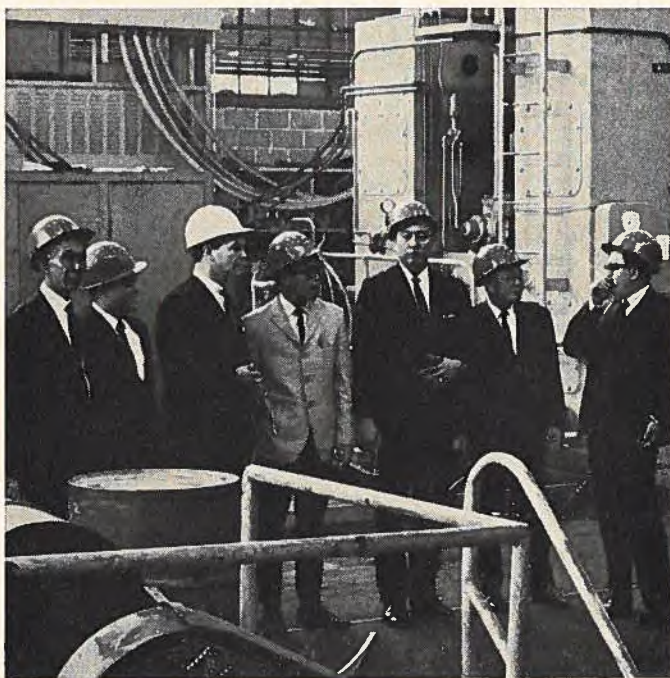
Pour faire connaître aux autorités japonaises la qualité des bovins élevés en vue de la reproduction que peut fournir le Canada une mission japonaise sur l'élevage des bovins est venue passer deux semaines dans notre pays en octobre 1967; elle a visité les trois provinces des Prairies et la Colombie-Britannique. Ici, les membres de la mission observent quelques bovins Herefords offerts en vente à Kamloops (C.-B.).



Trois ingénieurs de l'Amérique du Sud (en chemises blanches, au centre de la photo) qui faisaient partie d'une mission sur l'énergie venue de l'Amérique du Sud et de l'Iran, l'automne dernier, apparaissent sur la photo prise lors d'une visite au Whiteshell Nuclear Research Establishment au Manitoba. Dr. S. R. Hatcher (à droite) expose et démontre les études faites sur la fluidisation de sphères dans des liquides.



Ces hommes en blanc sont tous des vétérinaires des pays de la Communauté économique européenne, membres d'une mission composée de dix représentants de l'inspection vétérinaire et de l'inspection de la viande qui a passé seize jours au Canada en septembre et octobre 1966 et visité les conserveries de viande, etc. Le but était de s'assurer que les autorités de la CEE qui appliquent les règlements sur les importations de viande et de volaille reconnaîtraient les certificats canadiens de santé qui accompagnent les exportations.



Le printemps de 1967 a amené au Canada pour un séjour de deux semaines une mission de 11 spécialistes en équipement pour les produits du bois. Les membres étaient des représentants du gouvernement et de l'industrie de quatre pays du Sud-est de l'Asie, la Thaïlande, les Philippines, la Malaysia et le Taïwan. Voici une usine de Cornwall, en Ontario.

Service du commerce extérieur à l'étranger

AFRIQUE DU SUD

Délégué commercial du Canada

Boîte postale 715

Mobil House, 17th Floor

Cor. Rissik and de Villiers Streets

Johannesburg, Afrique du Sud

M. W. Jones, Délégué commercial du Canada

M. R. W. Burchill, Délégué commercial adjoint

M. A. C. W. Davis, Délégué commercial adjoint

Câble: CANADIAN Tél.: 834-6521

Télex: 7189 (DOMCAN J7189)

Territoire: État libre d'Orange, Natal, Transvaal.

Autres pays: Angola, Botswana, Lesotho, République Malgache, Île Maurice, Mozambique, La Réunion, Swaziland.

Délégué commercial du Canada

Boîte postale 683

African Life Centre, 13th Floor,

St. George's Street

Le Cap, Afrique du Sud

M. H. W. Richardson, Délégué commercial du Canada

Câble: CANADIAN Tél.: 2-5134/5

Télex: 7060 (5-7060 CT)

Territoire: Province du Cap. Autres pays: Sainte-Hélène, Sud-Ouest africain.

ALLEMAGNE

Conseiller commercial

Ambassade du Canada

Kennedy-Allee 35

Bad Godesberg, Allemagne de l'Ouest

M. R. R. Parlour, Conseiller commercial

M. R. J. Buchan, Secrétaire commercial adjoint

M. R. Frenette, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN Tél.: 76995

Télex: 886421 (DOMCA D)

Territoire: États de Bade-Wurtemberg, Bavière, Hesse, Rhénanie-Palatinat, Sarre, Berlin-Ouest.

Consul général

Consulat du Canada

Koenigsallee 82

Düsseldorf 1, Allemagne de l'Ouest

M. G. A. Browne, Consul général

M. A. E. Grant, Consul

M. J. H. Lang, Vice-consul

Câble: CANADIAN Tél.: 320525

Télex: 8587144 (DMCN D)

Territoire: État du Rhin-Septentrional-Westphalie.

(suite)

ALLEMAGNE (suite)

Consul général

Consulat général du Canada

Esplanade 41-47.

2000 Hambourg 36, Allemagne de l'Ouest

M. E. A. Driedger, Consul général

M. D. S. Armour, Consul

M. D. H. Clemons, Vice-consul

Câble: CANADIAN Tél.: 351805

Télex: 215555 (DMCNH D)

Territoire: Villes de Brême et d'Hambourg; États de Basse-Saxe et de Schleswig-Holstein.

ARGENTINE

Conseiller commercial

Ambassade du Canada

Casilla de Correo 3898

Suipacha 1111

Buenos Aires, Argentine

M. L. D. Burke, Conseiller commercial

M. S. E. Kidd, Secrétaire commercial adjoint (agriculture)

M. J. M. Vincent, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN Tél.: 32-9081

Télex: 121383 (DOMCAN BA)

Territoire: Paraguay.

AUSTRALIE

Conseiller commercial du Canada

Boîte postale 3952, Hôtel des postes

A.M.P. Building, 21st Floor

Circular Quay

Sydney, Australie

M. H. J. Horne, Conseiller commercial du Canada

M. D. D. Van Beselaere, Secrétaire commercial adjoint

M. A. J. Stewart, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN Tél.: 27-7565

Télex: 089 20600 (CDN GOVT AA 20600)

Territoire: Territoire de la capitale, Nouvelle-Galles du Sud, Queensland, Territoire du Nord, et Dépendances.

Conseiller commercial du Canada

Mobil Centre

2 City Road

South Melbourne 3205, Australie

M. K. F. Osmond, Conseiller commercial du Canada

M. W. A. McKenzie, Secrétaire commercial adjoint

M. F. L. N. Villeneuve, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN Tél.: 61-3473

Télex: 089 30501 (CDN GOVT AA 30501)

Territoire: États de Victoria, Australie-Méridionale, Australie Occidentale, Tasmanie.

(suite)

AUSTRALIE (suite)

Conseiller commercial
Bureau du haut-commissaire du Canada
Commonwealth Avenue
Yarralumla 2600
Canberra ACT, Australie

M. F. P. Weiser, Conseiller commercial
 M. W. Boychuk, Secrétaire commercial adjoint

Câble: DOMCAN *Tél.:* 7-2541
Télex: 089 62017 (DOMCAN AA 62017)

AUTRICHE

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
Boîte postale 190
Obere Donaustrasse 49/51
1020 Vienne 2, Autriche

M. J. M. T. Thomas, Conseiller commercial
 M. R. J. L. Berlet, Secrétaire commercial adjoint
 M. C. R. D. Kelly, Secrétaire commercial adjoint
 M. R. R. M. Logie, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 33-43-63
Télex: 75320 (DOMCAN A)

Territoire: Albanie, Bulgarie, Hongrie, Roumanie, Tchécoslovaquie.

BELGIQUE

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
35, rue de la Science
Bruxelles 4, Belgique

M. C. T. Charland, Conseiller commercial
 M. B. A. Gagosz, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 13-38-50
Télex: 221613 (DOMCAN BRU)

Territoire: Luxembourg.

BRÉSIL

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
Caixa postal 2164-ZC-00
Edifício Metrópol
Avenida Presidente Wilson 165
Rio de Janeiro, Brésil

M. J. E. P. Lancaster, Conseiller commercial
 M. R. G. Sandor, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 42-4140
Télex: 430 (DOMINION RIO)

Consul et délégué commercial
Consulat du Canada
Caixa postal 6034
Edifício Scarpa
Av. Paulista, 1765, 9 andar
São Paulo, Brésil

M. W. G. Huxtable, Consul et délégué commercial

Câble: CANADIAN *Tél.:* 36-6301, 36-6302
Télex: 269 (CANADIAN SPO)

CEYLAN

Division commerciale
Bureau du Haut-commissaire du Canada
Boîte Postale 1006
6 Gregory's Road
Cinnamon Gardens
Colombo, Ceylan

Câble: CANADIAN *Tél.:* 95843
Télex: 106 (DOMCAN COLOMBO)

CHILI

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
Casilla 771
Agustinas 1225, 5° étage
Santiago, Chili

M. R. E. Gravel, Conseiller commercial
 M. G. E. Mullins, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 64189
Télex: 3520068 (3520068 DOMCAN)

COLOMBIE

Secrétaire commercial
Ambassade du Canada
Apartado Aereo 8582
Edificio Banco de Los Andes
Carrera 10, N° 16-92
Bogotá, Colombie

M. G. D. Valentine, Secrétaire commercial
 M. S. F. Pattee, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 43-00-65
Télex: M100 (DOMCAN BOG)
Territoire: Équateur.

COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

Conseiller
Ambassade du Canada
35, rue de la Science
Bruxelles 4, Belgique

M. G. F. Mintenko, Conseiller
 M. Y.-C. Jauron, Premier secrétaire
 M^{lle} V. F. Wightman, Deuxième secrétaire

Câble: CANADIAN *Tél.:* 13-38-50
Télex: 221613 (DOMCAN BRU)

Territoire: Communauté économique européenne, Communauté européenne de l'énergie atomique, Communauté européenne charbon acier.

CUBA

Division commerciale
Ambassade du Canada
Gaveta 6125
Calle 30 N° 518 esquina 7ª Avenida
Miramar
La Havane, Cuba

Câble: CANADIAN *Tél.:* 2-6421

DANEMARK

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
Princesse Maries Allé 2,
Copenhague V, Danemark

M. W. R. Hickman, Conseiller commercial
M. J. M. Hill, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN Tél.: 31-33-06

Télex: 5036 (DOMCAN KH)

Territoire: Groenland, Pologne.

DOMINICAINE, RÉPUBLIQUE

Secrétaire commercial
Ambassade du Canada
Apartado 1393
Edificio Copello 408
Calle El Conde
Saint-Domingue, République Dominicaine

M. W. A. Stewart, Secrétaire commercial

Câble: CANADIAN Tél.: 2-8138

Télex: 3460140 (DOMCAN 3460140)

Territoires: Haïti, Porto Rico.

ESPAGNE

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
Apartado 117
Edificio Espana
Avenida de Jose Antonio 88
Madrid, Espagne

M. L.-A. Campeau, Conseiller commercial

M. F. M. Mulkern, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN Tél.: 247-54-00

Télex: 27347 (DOMCA E)

Territoire: Îles Baléares, Îles Canaries, Gibraltar, Rio Muni,
Rio de Oro, Sahara espagnol.

ÉTATS-UNIS

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
1746 Massachusetts Ave. N.W.
Washington (D.C.) 20036

M. G. W. Green, Conseiller commercial

M. W. F. Hillhouse, Conseiller commercial (agriculture)

M. H. C. Armstrong, Conseiller commercial

M. G. H. Musgrove, Secrétaire commercial adjoint (agriculture)

Câble: CANADIAN Tél.: 232-1011 (Code régional 202)

Télex: 0089664 (DOMCAN WSH)

Territoire: District de Columbia.

Consul général adjoint (affaires commerciales)
Consulat général du Canada
580 Fifth Avenue
New York (N.Y.) 10019

M. C. J. Van Tighem, Consul général adjoint
(affaires commerciales)

M. B. C. Steers, Consul et délégué commercial

(suite)

ÉTATS-UNIS (suite)

M. S. B. McDowall, Consul et délégué commercial adjoint
M. W. G. Roberts, Consul et délégué commercial adjoint
M. R.-J.-G. Ledoux, Vice-consul et délégué commercial adjoint
M. D. Keddie, Vice-consul et délégué commercial adjoint
M. C.-K. Marchant, Vice-consul et délégué commercial adjoint
M. D. J. V. Bachand, Vice-consul et délégué commercial adjoint

Câble: CANTRACOM Tél.: 586-2400 (Code régional 212)
La nuit: 586-2321

Télex: 00126242 (DOMCAN NYK)

Territoire: États de Connecticut, New Jersey (les douze comtés
du Nord), New York. Autres pays: Bermudes.

Consul et délégué commercial
Consulat général du Canada
500 Boylston Street
Boston (Massachusetts) 02116

M. R. C. Anderson, Consul et délégué commercial

M. C. A. Carruthers, Consul et délégué commercial adjoint

M. J.-N.-R. Ferland, Vice-consul et délégué commercial adjoint

Tél.: 262-3760 (Code régional 617)

Télex: 0094567 (DOMCAN BSN)

Territoire: États de Maine, Massachusetts, New Hampshire,
Rhode Island, Vermont. Autres pays: St-Pierre et Miquelon.

Consul et premier délégué commercial
Consulat général du Canada
310 South Michigan Ave., Suite 2000
Chicago (Illinois) 60604

M. J. A. Doyle, Consul et délégué commercial

M. P. D. Donohue, Consul et délégué commercial adjoint

Tél.: 427-1031 (Code régional 312)

Télex: 00254171 (DOMCAN CGO)

Territoire: États de Dakota-Nord, Dakota-Sud, Illinois, Indiana,
Iowa, Kentucky, Minnesota, Missouri, Nebraska, Wisconsin.

Consul et délégué commercial
Consulat du Canada
Illuminating Building
55 Public Square
Cleveland (Ohio) 44113

M. H. M. Maddick, Consul et délégué commercial

M. J. C. Bradford, Consul et délégué commercial adjoint

Tél.: 861-1660 (Code régional 216)

Télex: 00985364 (DOMCAN CLV)

Territoire: État de l'Ohio.

Consul et délégué commercial
Consulat du Canada
2100 Adolphus Tower
1412 Main Street
Dallas, Texas 75202

M. C. M. Forsyth-Smith, Consul et délégué commercial

M. J. A. Langley, Vice-consul et délégué commercial adjoint

Tél.: 742-8031 (Code régional 214)

Telex: 00758337 (DOMCAN DAL)

Territoire: États d'Arkansas, Kansas, Nouveau-Mexique, Okla-
homa, Texas.

(suite)

ETATS-UNIS (suite)

Consul et délégué commercial
Consulat du Canada
1920 First Federal Building
1001 Woodward Avenue
Detroit (Michigan) 48226

M. V. G. Lotto, Consul et délégué commercial adjoint

M. R.-J.-P. Archambault, Vice-consul et
délégué commercial adjoint

Tél.: 965-2811 (Code régional 313)

Télex: 0023445 (DOMCAN DET)

Territoire: État de Michigan.

Consul et délégué commercial
Consulat général du Canada
510 West Sixth Street
Los Angeles (Californie) 90014

M. V. B. Chew, Consul et délégué commercial

M. R. B. Blake, Vice-consul et délégué commercial adjoint

M. D. M. Lawson, Vice-consul et délégué commercial adjoint

Tél.: MADison 2-2233 (Code régional 213)

Télex: 00674119 (DOMCAN LSA)

Territoire: États de Californie (les dix comtés du Sud), comté de Clark au Nevada, Arizona.

Consul et délégué commercial
Division commerciale
Consulat général du Canada
2110 International Trade Mart
2 Canal Street
Nouvelle-Orléans (Louisiane) 70130

M. W. J. Millyard, Consul et délégué commercial

M. W. M. Maybee, Vice-consul et délégué commercial adjoint

Tél.: JACKson 5-2136, 5-2137 (Code régional 504)

Télex: 0058237 (DOMCAN NLN)

Territoire: États de Louisiane, Mississippi, Tennessee, Alabama, Caroline du Nord, Caroline du Sud, Georgie, Floride.

Consul et délégué commercial
Consulat du Canada
3 Penn Center Plaza
Philadelphie (Pennsylvanie) 19102

M. R. D. P. Lee, Consul et délégué commercial adjoint

M. J. N. Grantham, Vice-consul et délégué commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.*: LOcust 35838 (Code régional 215)

Télex: 00845266 (DOMCAN PHA)

Territoire: États de Delaware, Maryland, New Jersey (les neuf comtés du Sud), Pennsylvanie, Virginie, Virginie occidentale.

(suite)

ÉTATS-UNIS (suite)

Consul et délégué commercial
Division commerciale
Consulat général du Canada
1 Maritime Plaza
San Francisco (Californie) 94111

M. R. M. Dawson, Consul et délégué commercial

M. J. D. R. Roy, Vice-consul et délégué commercial adjoint

Tél.: 981-2670 (Code régional 415)

Télex: 0034321 (DOMCAN SFO)

Territoire: États de Californie (sauf les dix comtés du Sud), Wyoming, Nevada (sauf le comté de Clark), Utah, Colorado, Hawaii.

Consul et délégué commercial
Consulat général du Canada
1308 Tower Building
Seventh Avenue et Olive Way
Seattle (Washington) 98101

M. E. E. Price, Consul et délégué commercial

Tel.: MUtual 2-3515 (Code régional 206)

Télex: 0032462 (DOMCAN SEA)

Territoire: États de Oregon, Idaho, Washington, Montana, Alaska.

FRANCE

Ministre-Conseiller (affaires commerciales)
Ambassade du Canada
35, avenue Montaigne
Paris 8^e, France

M. C.-O.-R. Rousseau, Ministre-Conseiller (affaires commerciales)

M. F.-G. Beaudette, Secrétaire commercial adjoint (agriculture)

M. F. M. Wanklyn, Secrétaire commercial adjoint

M. P.-E. Labbé, Secrétaire commercial adjoint

M. T. G. Tait, Secrétaire commercial adjoint

M. A.-C. Perron, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN PARIS 086 *Tél.*: 225-99-55

Télex: 28806 (DOMCAN à PARIS)

Territoire: Algérie, Andorra, Maroc, Monaco.

GHANA

Secrétaire commercial
Bureau du haut-commissaire du Canada
Boîte postale 1639
E115/3 Independence Avenue
Accra, Ghana

M. George Hazen, Secrétaire commercial

M. B. Dussault, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.*: 77606, 28502, 28555

Télex: 224 (DOMCAN ACC)

Territoire: Côte d'Ivoire, Guinée, Haute-Volta, Libéria, Mali, Mauritanie, Togo.

GRANDE-BRETAGNE

Ministre (affaires commerciales)
Bureau du haut-commissaire du Canada
One Grosvenor Square
Londres W1X 0AB, Angleterre

*M. L. H. Ausman, Ministre (affaires commerciales)
*M. W. D. Wallace, Conseiller commercial
M. G. E. Woollam, Conseiller commercial (agriculture)
M. J. M. Rochon, Conseiller commercial (métaux et minéraux)
M. J. N. Young, Attaché (expositions)
M. O. Hickie, Secrétaire commercial (bois)
*M. K. D. Taylor, Secrétaire commercial
M. R. M. Shaw, Attaché (publicité)
M. M. R. Bell, Secrétaire commercial adjoint
M. E. L. Gray, Secrétaire commercial adjoint
M. W. D. Wardle, Secrétaire commercial adjoint (bois)
M. A. L. Lyons, Secrétaire commercial adjoint
M. G. M. Deyell, Secrétaire commercial adjoint
M. H. G. Garland, Attaché (pêches)
M^{me} M. A. Armstrong, Attaché (expositions)

Câble: SLEIGHING London W. 1 *Tél.:* 629-9492
Télex: 22526/264428 (DOMINION LDN) (Code régional 01)
**Territoire:* Gibraltar.

Délégué commercial du Canada
Martins Bank Building
Water Street
Liverpool, Angleterre

M. J. H. Nelson, Délégué commercial
M. K. R. Higham, Délégué commercial adjoint
Câble: CANADIAN *Tél.:* 051-227 2177
Télex: CHAMCOM 627110 CANADIAN
Territoire: Midlands, Nord de l'Angleterre.

Délégué commercial du Canada
Cornhill House
144 West George Street
Glasgow C. 2, Écosse

M. A. B. Brodie, Délégué commercial
Câble: CANTRACOM *Tél.:* DOUGLAS 6751
Territoire: Écosse.

Délégué commercial du Canada
15-17 Chichester Street
Belfast 1, Irlande du Nord

M. A. B. Brodie, Délégué commercial
Câble: CANTRACOM *Tél.:* 21867
Territoire: Irlande du Nord.

GRÈCE

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
31 av. Vassilissis Sophias
Athènes 138, Grèce

M. B. Bursey, Conseiller commercial
M. E. P. Rigby, Secrétaire commercial adjoint
Câble: CANADIAN ATHENS 5584 *Tél.:* 714-041
Télex: 5584 (DOMCAN ATHENS)
Territoire: Turquie.

GUATEMALA

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
Boîte postale 400
5^e Avenida 11-70, Zone 1
Guatemala, Guatemala, A.C.

M. J. D. Tennant, Secrétaire commercial suppléant
M. J. S. A. Sotvedt, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 28448
Territoire: Costa Rica, Honduras, Nicaragua, Panama, Salvador,
Zone du Canal.

HONG-KONG

Premier délégué commercial du Canada
Boîte postale 126
P & O Building, 11th Floor
21-23, Des Vœux Road, Central
Hong-kong, Hong-kong

M. C. R. Gallow, Premier délégué commercial
M. R. G. Hatheway, Délégué commercial
M. R. G. Godson, Délégué commercial
M. D. M. Collacott, Délégué commercial adjoint
M. C.-J. Lemieux, Délégué commercial adjoint
M. S. J. Kaufman, Délégué commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 224087
Télex: HKG 391 (DOMCAN HX 391)
Territoire: Cambodge, Chine communiste, Laos, Macao, Viet-
nam.

INDE

Conseiller commercial du Canada
Boîte postale 11
13 Golf Links Road
New Delhi 1, Inde

M. A. W. Evans, Conseiller commercial
Câble: CANADIAN *Tél.:* 61-8254
Télex: 346 (DOMCAN DLI)
Territoire: Bhoutan, Népal, Sikkim.

IRAN

Division commerciale
Ambassade du Canada
Boîte postale 1610
Immeuble Bezrouke
Angle av. Takhat Jamshèd et rue Forsat
Téhéran, Iran

M. D. H. M. Branion, Secrétaire commercial
Câble: CANTRACOM *Tél.:* 613560, 4-9291
Télex: 2037 (DOMCAN TÉHÉHAN)

IRLANDE

Conseiller commercial du Canada
66 Upper O'Connell Street
Dublin, Irlande

M. D. M. Holton, Conseiller commercial

Câble: CANADIAN *Tél.:* 41577
Télex: 5488 (DOMCAN DUBLIN)

ISRAËL

Secrétaire commercial
Ambassade du Canada
Boîte postale 20140
84 rue Hahashmonaim
Tel-Aviv, Israël

M. M. A. Brault, Secrétaire commercial suppléant

Câble: CANADIAN *Tél.:* 37161/2
Télex: 740 (DOMCAN TV)
Territoire: Chypre.

ITALIE

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
Via G. B. De Rossi 27
00161 Rome, Italie

M. J. E. Montgomery, Secrétaire commercial (agriculture)
M. C. D. Miller, Secrétaire commercial adjoint
M. D. T. Wismer, secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 864-327
Télex: 61056 (DOMCAN ROME)

Territoire: Provinces de Toscane, Marches, Ombrie, Latium, Abruzzes et Molise, Pouilles, Campanie, Basilicate, Calabre, Sicile, Sardaigne. Autres pays: Lybie, Malte.

Consul général et délégué commercial
Consulat général du Canada
C.P. 3977

Via Vittor Pisani 19
20124 Milan, Italie

M. R. W. Blake, Consul général et délégué commercial
M. C. E. Rufelds, Consul et délégué commercial adjoint
M. B. M. White, Vice-consul et délégué commercial adjoint

Câble: CANTRACOM *Tél.:* 652-485/652-600
Télex: 31368 (CANTRACOM MILAN)

Territoire: Provinces de Emilie-Romagne, Lombardie, Piémont, Trentin-Haut Adige, Vénétie, Ligurie, Trieste, Val d'Aoste, Frioul-Vénétie.

JAMAÏQUE

Secrétaire commercial
Bureau du haut-commissaire du Canada
Boîte postale 1500
Tobago Road
Kingston 10, Jamaïque

M. R. G. Woolham, Secrétaire commercial
M. D. H. Leavitt, Secrétaire commercial adjoint
M. J.-P. Lefebvre, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 65726
Télex: KGN 30 (BEAVER KINGSTON)

Territoire: Bahamas, Honduras britannique, Îles Cayman, Îles Turques et Caïques.

JAPON

Ministre (affaires commerciales)
Ambassade du Canada
Bureau de poste Akasaka
Tokyo, Japon

M. J. A. Stiles, Ministre (affaires commerciales)
M. S. G. Harris, Secrétaire commercial
M. P. E. Pedersen, Secrétaire commercial adjoint
M. G. M. Wansbrough, Secrétaire commercial adjoint
M. M. C. Spencer, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 408-2101/8

Télex: TK 2218 (DOMCAN TK 2218)

Territoire: Corée, Okinawa.

KENYA

Secrétaire commercial
Bureau du haut-commissaire du Canada
Boîte postale 3778
Industrial Promotion Services Bldg.
Kimathi Street
Nairobi, Kenya

M. J. B. McLaren, Secrétaire commercial
M. P.-J. Gosselin, Secrétaire commercial adjoint

Câble: DOMCAN NAIROBI *Tél.:* 27426

Télex: 20198 (DOMCAN/NRB)

Territoire: Malawi, Tanzanie, Ugande, Zambie.

LIBAN

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
Boîte postale 2300
Édifice Alpha
rue Clémenceau
Beyrouth, Liban

M. N. W. Boyd, Conseiller commercial
M. P.-W. Aubin, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 250955

Télex: 652 (DOMCAN BERYT)

Territoire: Irak, Jordanie, Koweït, République populaire du Yémen du Sud (Aden), Région du Golfe persique, Arabie Saoudite, Syrie, États de la Côte des Pirates, Yémen.

MALAYSIA

Conseiller commercial
Bureau du haut-commissaire du Canada
Boîte postale 990
A.I.A. Building,
Ampang Road
Kuala Lumpur, Malaysia

M. P. Stuchen, Conseiller commercial
M. D. P. Lindores, Secrétaire commercial adjoint

Câble: DOMCAN *Tél.:* 89722/4

Télex: KL/TX 279 (DOMCAN KL)

Territoire: Brunei, Birmanie.

MEXIQUE

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
Apartado 5-364
Melchor Ocampo 463, 7th Floor
Mexico 5 (D.F.), Mexico

M. R. A. Kilpatrick, Secrétaire commercial suppléant
M. A. D. McArthur, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 33-14-00
Télex: 000177716 (DOMCAN MEX)

NATIONS UNIES

Mission permanente du Canada auprès des Nations Unies
866 United Nations Plaza, Suite 250
New York, N.Y. 10017

M. R. D. Lucas, Deuxième secrétaire

Câble: CANINUN NYK *Tél.:* 751-5600 (Code régional 212)
Télex: 126228 (CANINUN NYK)

NIGERIA

Secrétaire commercial
Bureau du haut-commissaire du Canada
Boîte postale 851
Niger House
Odunlami Street
Lagos, Nigeria

M. J. R. Brocklebank, Secrétaire commercial suppléant

Câble: CANADIAN *Tél.:* 25262
Télex: 275 (DOMCAN LAGOS)
Territoire: Dahomey, Gambie, Niger, Sénégal, Sierra Leone.

NORVÈGE

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
Fridtjof Nansens plass 5
Oslo 1, Norvège

M. D. B. Browne, Secrétaire commercial suppléant

Câble: CANADIAN *Tél.:* 33-30-80
Télex: OSLO 1880 (DOMCAN OSLO)
Territoire: Islande.

NOUVELLE-ZÉLANDE

Secrétaire commercial
Bureau du haut-commissaire du Canada
Boîte postale 12-049 Wellington-Nord
ICI Building, 3rd Floor
Molesworth Street
Wellington, Nouvelle-Zélande

M. R. H. Gayner, Secrétaire commercial
M. C. D. Caldwell, Secrétaire commercial adjoint (agriculture)

Câble: DOMCAN Wellington *Tél.:* 70-644
Télex: 065-3505 (DOMCAN NZ 3505)
Territoire: Îles Cook, Fidji, Océanie française, Îles Gilbert et Ellice, Tahiti, Tonga, Samoa occidentales.

PAKISTAN

Secrétaire commercial
Bureau du haut-commissaire du Canada
Hôtel Shahrazed
Islamabad, Pakistan

M. J. E. G. Gibson, Secrétaire commercial
M. B. Northgrave, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 21101-04
Télex: TAND CISBAD TLX 875
Territoire: Afghanistan.

PAYS-BAS

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
Sophialaan 7
La Haye, Pays-Bas

M. D. J. S. Winfield, Secrétaire commercial adjoint
M. W. L. Clarke, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 61-41-11
Télex: 31270 (DOMCAN HAGUE)

PÉROU

Secrétaire commercial
Ambassade du Canada
Casilla 1212
Edificio El Pacifico
Cor. Avenida Arequipa and Plaza Washington
Lima, Pérou

M. L. G. P. Lee, Secrétaire commercial
M. A. T. Eyton, Secrétaire commercial adjoint
M. D. J. Browne, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 87420
Télex: WLA 5323 (DOMCAN PX 5323)
Territoire: Bolivie.

PHILIPPINES

Consul général et délégué commercial
Consulat général du Canada
Boîte postale 1825
1414 Roxas Boulevard
Manille, Philippines

M. J. L. Mutter, Consul général et délégué commercial
M. R. A. Fairweather, Vice-consul et délégué commercial adjoint

Câble: CANADIAN *Tél.:* 50-20-76, 77, 78
Télex: 3252 (DOMCAN PN 3252)
Territoire: République de Chine (Taïwan).

Service du commerce extérieur à l'étranger

PORTUGAL

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
Rua Rosa Araujo, 2-7º, 7th floor
Lisbonne 2, Portugal

M. B. A. MacDonald, Conseiller commercial

Câble: CANADIAN Tél.: 56-25-49

Télex: 377 (DOMCAN P)

Territoire: Açores, Guinée portugaise, Îles du Cap-Vert, Madère.

RÉPUBLIQUE ARABE UNIE

Division commerciale
Ambassade du Canada
Bureau de poste de Kasre el Doubara
6 Sharia Rouston Pasha
Garden City
Le Caire, Égypte

Câble: CANADIAN Tél.: 23110

Territoire: Soudan, Éthiopie, République Somali.

SINGAPOUR

Conseiller commercial
Bureau du haut-commissaire du Canada
Boîte postale 845
International Bldg.,
360 Orchard Road
Singapour 1, Singapour

M. M. B. Blackwood, Conseiller commercial

M. C. R. Donley, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN Tél.: 36-1322

Télex: 277 (DOMCAN SPORE)

Territoire: Indonésie, Thaïlande.

SUÈDE

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
Boîte postale 14042
Kungsgatan 24
S-104 40 Stockholm, Suède

M. D. S. Armstrong, Conseiller commercial

M. E. C. H. Shelly, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN Tél.: 23-79-20

Télex: 10687 (DOMCAN STHLM)

Territoire: Finlande.

SUISSE

Secrétaire commercial
Ambassade du Canada
Kirchenfeldstrasse 88
Berne, Suisse.

M. G. E. Blackstock, Secrétaire commercial

M. D. T. Johnston, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN Tél.: 44-63-81

Télex: 32489 (DMCNB CH)

Territoire: Liechtenstein, Tunisie.

TRINITÉ et TOBAGO

Conseiller commercial
Bureau du haut-commissaire du Canada
Boîte postale 1246
Édifice Colonial
72 Quai du Sud
Port-of-Spain, Trinité

M. K. G. Ramsay, Conseiller commercial

M. D. J. McJanet, Secrétaire commercial

M. J.-J.-M.-C. Lavoie, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN Tél.: 34787

Télex: 31314 (POS 31314)

Territoire: Barbade, Îles du Vent, Îles Sous-le-Vent, Guyane, Guyane française, Surinam, Guadeloupe, Martinique.

UNION DES RÉPUBLIQUES SOCIALISTES SOVIÉTIQUES

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
23 Starokonyushenny Pereulok
Moscou, U.R.S.S.

M. R. A. Bull, Conseiller commercial

M. R. F. Turcotte, Secrétaire commercial

Câble: CANAD Tél.: 415142

Télex: 945 (DOMCAN MSK)

URUGUAY

Division commerciale
Ambassade du Canada
Casilla Postal 852
Nº 1409 avenida Agraciada Piso 7º
Montevideo, Uruguay

Câble: CANADIAN Tél.: 96096

Télex: 398078 (DOMCAN MVD)

Territoire: Îles Falkland.

VENEZUELA

Conseiller commercial
Ambassade du Canada
Apartado del Este 11452
Avenida La Estancia Nº 10
Ciudad Comercial Tamanaco
Caracas, Venezuela

M. J. H. Bailey, Conseiller commercial

M. J. E. Kepper, Secrétaire commercial adjoint

M. D. G. Nelson, Secrétaire commercial adjoint

M. F. M. G. Sullivan, Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN Tél.: 32-40-41/44

Télex: 877 (877 DOMCAN)

Territoire: Antilles néerlandaises.

YUGOSLAVIE

Secrétaire commercial
Ambassade du Canada
Proleterskih Brigada 69
Belgrade, Yougoslavie

M. Z. W. Burianyk, Secrétaire commercial

Tél.: 44-301 Télex: 11137 (YU DOMCA)



A la conquête des marchés du monde 28

A titre de service aux hommes d'affaires, le ministère du Commerce tient à jour un Répertoire des sociétés intéressées à l'exportation et des produits qu'elles offrent. Les délégués commerciaux du Canada en poste dans différents pays considèrent ce répertoire comme leur principal instrument de travail.

Qu'est le Répertoire des exportateurs?

■ La maison Dupont de Montréal fabrique certains objets et a décidé d'essayer de les vendre à l'étranger. Elle est entrée en rapport avec le ministère du Commerce à Ottawa. M. Dupont a étudié les divers aspects de l'exportation avec un agent de produits du ministère qui s'y entend en objets de ce genre et il a poursuivi des entretiens avec les agents régionaux du commerce extérieur. Il a écrit aux délégués commerciaux du Canada dans plusieurs pays qui représentent des marchés éventuels. Mais, jusqu'ici, la société n'a trouvé ni le personnel ni l'argent nécessaires pour entreprendre elle-même la recherche de débouchés outre-mer.

Un jour, M. Dupont reçoit une lettre d'un importateur de Beyrouth (Liban) qui s'enquiert au sujet de ses produits. M. Dupont s'en étonne car il n'a jamais écrit au délégué commercial du Canada à Beyrouth et n'a même jamais songé à y vendre son produit. Cependant, l'importateur déclare dans sa lettre que c'est à la suggestion du délégué commercial du Canada qu'il a écrit, entre autres, à la maison Dupont. S'agit-il de télépathie?

Puis, M. Dupont se rappelle qu'à la suite des premiers contacts qu'il a établis à Ottawa il a reçu de la Direction du transport et des services commerciaux du ministère un formulaire qu'il a rempli et renvoyé. Ce formulaire, destiné spécialement aux fabricants et aux producteurs intéressés au commerce d'exportation, demandait une foule de renseignements au sujet de l'entre-

prise et des produits qu'elle fabrique. La raison de toutes ces questions? en assurer l'inscription, avec quelque 6,000 autres sociétés canadiennes, dans le *Répertoire des exportateurs*.

En quoi consiste ce répertoire? Il s'agit d'un répertoire confidentiel, tenu à jour par le ministère du Commerce, des établissements d'exportation du Canada et des produits qu'ils peuvent offrir à l'exportation. Le ministère en fournit un exemplaire à tous les agents du service extérieur qui occupent des postes dans le service des délégués commerciaux du Canada à l'étranger et à tous les agents de produits du ministère. Le répertoire constitue le principal instrument de travail sur lequel ces hommes comptent pour se renseigner au sujet des sociétés canadiennes, de leurs représentants, de leurs produits, etc. C'est ainsi que le délégué commercial à Beyrouth, à qui on s'était adressé pour obtenir le nom de fournisseurs canadiens de produits du genre de ceux de la maison Dupont, a consulté le *Répertoire des exportateurs* et y a trouvé la réponse.

Renseignements complets et confidentiels

Quel genre de renseignements a-t-on demandé à la maison Dupont de fournir pour le répertoire? Entre autres choses, le nom et l'adresse de la société, son numéro de téléphone, son numéro de télex, son adresse télégraphique, les noms de ses administrateurs et de ses représentants directement intéressés au commerce d'exportation ainsi que le nom et l'adresse de la banque canadienne avec laquelle elle fait affaire. (Si la société n'est pas une société indépendante mais plutôt une filiale, on exige certains détails sur son association avec la société mère). En outre, la société a été priée de donner le nom de ses agents à l'étranger, les

pays auxquels elle vend ordinairement et ceux auxquels elle voudrait vendre, et de dire depuis combien d'années elle se livre au commerce d'exportation. On lui a demandé aussi d'expliquer en détail la nature du produit ou des produits qu'elle destine à l'exportation.

Le ministère avait assuré la maison Dupont que tous ces détails *seraient strictement confidentiels*, qu'ils ne seraient jamais révélés à des sociétés rivales ni utilisés pour nuire à sa situation sur les marchés, face à la concurrence. On lui avait laissé entendre que le fait d'être inscrit au répertoire comporte bien des avantages.

Les données de base qui servent à établir et à tenir à jour le répertoire sont obtenues grâce à des questionnaires du genre de celui que la société Dupont a été appelée à remplir. Outre le formulaire destiné aux fabricants et aux producteurs il y a un questionnaire pour les agents d'exportation et les marchands ainsi que d'autres pour les fournisseurs de services, notamment les ingénieurs-conseils. Les questions posées aux agents d'exportation et aux marchands portent sur les fabricants qu'ils représentent, leur mode d'exploitation, les produits qu'ils exportent, etc. On demande aux fournisseurs de services de donner des détails précis sur le genre de service qu'ils assurent. Tous les renseignements communiqués doivent être aussi exacts et précis que possible.

Le contenu du Répertoire

La première partie du répertoire comprend une liste alphabétique des exportateurs. Chaque inscription comporte le nom et l'adresse (y compris l'adresse télégraphique) de la société, le nom de ses administrateurs, de ses représentants à l'étranger, des sociétés affiliées, s'il en est, de ses produits, les zones d'exportation auxquelles elle s'intéresse, et le nom de sa banque. Elle comprend aussi sa cote de solvabilité d'après Dun and Bradstreet.

La partie suivante renferme une liste des sociétés d'après leurs produits, répartis sous environ 600 rubriques, et chaque inscription comprend une description des produits fabriqués. La troisième partie contient la liste de tous les représentants à l'étranger des exportateurs canadiens, par pays et par ville, de sorte que chaque déléga-

tion commerciale dispose d'un registre facile à consulter de tous les agents des sociétés canadiennes qui se trouvent dans le territoire qu'elle dessert. La dernière partie donne les adresses télégraphiques de tous les exportateurs canadiens dont le nom figure dans le répertoire.

La mise à jour du Répertoire

L'histoire du *Répertoire des exportateurs* ne s'arrête pas à sa préparation ni à la distribution des exemplaires à tous les délégués commerciaux et à certains bureaux du ministère. Pour être utile, il doit être tenu à jour, ce qui représente une grosse tâche. Les noms des nouvelles sociétés doivent y être ajoutés, ceux des sociétés qui se retirent des affaires doivent en être révisés au moins une fois l'an. (Le ministère étudie présentement la possibilité de recourir aux méthodes de traitement automatique des données pour établir et tenir à jour le répertoire).

Ce travail de révision constante incombe à la Section des répertoires de la Direction du transport et des services commerciaux. Chaque année, aux mois d'avril et de mai, elle envoie à toutes les sociétés et à tous les exportateurs inscrits des questionnaires qu'elle leur demande de remplir et de renvoyer. En 1965, elle a expédié près de 6,000 formulaires dont 455 ne lui ont pas été renvoyés. Dans le cas de ces dernières sociétés, la Section a

utilisé les renseignements obtenus en 1964 en ayant soin d'indiquer que l'on ne pouvait peut-être pas s'y fier. Ces sociétés se trouvent donc, en quelque sorte, désavantagées vis-à-vis les usagers du répertoire.

Certains exportateurs font des changements d'ordre matériel dans leur exploitation au cours d'une année et veulent immédiatement en informer le ministère et les délégués commerciaux à l'étranger. Ces sociétés doivent donc écrire aussitôt que possible à la Section des répertoires, Direction du transport et des services commerciaux, ministère du Commerce. Deux fois par année, la Section publie des suppléments au répertoire, où figurent les noms de nouvelles sociétés et où elle indique les changements à apporter aux données qu'il contient.

Songez-vous sérieusement à faire de l'exportation? Il y a donc pour vous deux mesures à prendre sans délai. En premier lieu, écrivez au ministère du Commerce à Ottawa ou rendez-vous à ses bureaux pour obtenir des conseils sur l'exportation et de l'aide pour résoudre les problèmes qui peuvent se présenter. En second lieu, demandez que l'on inscrive le nom de votre société dans le *Répertoire des exportateurs*. C'est un excellent moyen de faire connaître votre entreprise et vos produits aux délégués commerciaux partout dans le monde. Peut-être cela vous aidera-t-il aussi à réaliser des ventes.

La JGDFC installe un bureau au Canada

■ La *Jamaican Government Development Finance Corporation* est une société d'État qui voit au financement des projets de développements des industries et du tourisme en Jamaïque. Récemment, elle a ouvert un bureau à Toronto, le premier des trois bureaux qu'elle compte installer outre-mer; les deux autres seront respectivement à New York et à Londres (Angleterre). M. D. J. Powell, qui était précédemment le directeur canadien de la *Jamaica Industrial Development Corporation*, sera chargé de la direction du nouveau bureau de Toronto.

On estime que les investissements canadiens dans l'industrie, les services publics, les mines, les hôtels et les immeubles à appartements en Jamaïque dépassent un demi-milliard de dollars.

Certaines lois qu'on vient d'y promulguer prévoient de généreuses réductions d'impôts pour les nouveaux hôtels ainsi que des exonérations des droits de douane et des taxes de tonnage frappant les importations de matériaux de construction, de meubles et d'accessoires pour les hôtels.

L'installation de nouveaux hôtels devient indispensable au tourisme en Jamaïque, surtout en prévision de l'afflux de touristes qu'on y attend lorsque les avions à réaction Jumbo seront mis en service en 1970. Les entreprises manufacturières jamaïquaises accueilleront avec plaisir toute proposition de participation de la part de sociétés canadiennes de l'industrie des plastiques, des métaux et de la transformation des produits alimentaires.

Entreprise

“dans l’vent”

Le Ski-Doo, véhicule “dans l’vent”

est une invention canadienne, fabriquée, annoncée et vendue dans de nombreux pays par une société tout aussi dynamique que son produit.

MLLE O. MARY HILL

rédaction de Commerce extérieur

■ Valcourt dans le Québec nous donne de prime abord l'impression d'un cadre inusité pour une grande entreprise férue d'exportation. Ce village de quelque 1,500 âmes est blotti dans une vallée des Cantons de l'Est à 25 milles de Sherbrooke, mais il est le domicile d'une société active et progressive qui fabrique le Ski-Doo (véhicule léger), l'auto-neige, qui est plus gros, et des tracteurs qui franchissent les marécages, la neige, l'argile lourde ou même le désert. Bombardier Limitée reste l'entreprise familiale fondée par le génie inventeur de Joseph Bombardier, qui exploitait un garage à Valcourt au cours des années trente et qui a réalisé la première auto-neige pratique après 12 ans d'expériences persévérantes.

Si la société Bombardier est toujours en tête dans ce domaine, elle n'a pas pour autant le monopole du marché mondial de l'auto-neige. L'Amérique du Nord compte 42 entreprises qui fabriquent divers modèles; 15 d'entre elles sont exploitées au Canada dont sept dans le Québec. Des usines suédoises approvisionnent les clients européens et s'implantent sur d'autres marchés. Mais en conservant son avance dans la conception des produits et en adoptant une politique de vente également à la page, l'entreprise Bombardier peut affirmer fièrement que son Ski-Doo, qui a fait son début sur le marché en 1959-1960, se vend plus

que toute autre marque, le rapport étant de quatre ou cinq contre un pour le Canada et les États-Unis. Environ 60 p. 100 de la production de Ski-Doos est destinée aux États-Unis.

Quel est le secret de ce succès? Une tournée de la principale usine à Valcourt semble indiquer qu'il s'agit de techniques modernes de gestion s'alliant à un produit adapté à l'ambiance moderne. Les dirigeants de l'entreprise Bombardier se rendent à des rendez-vous lointains en utilisant l'appareil de la société, le Jet Commander. On peut voir dans les cours de l'usine des rangées de gros camions venant de plusieurs États américains pour prendre livraison des véhicules terminés qu'ils transporteront aux distributeurs des États-Unis. La zone de réception est aussi moderne que l'Expo 67. Une des ailes de l'usine abrite un ordonnateur qui tient compte des stocks et des ventes et qui sera éventuellement raccordé aux distributeurs de la société dans toute l'Amérique du Nord afin de fournir un «inventaire instantané» et d'éviter les commandes de rappel de pièces de la part des dépositaires. Des Ski-Doos d'un jaune brillant défilent sur la chaîne de montage comme les automobiles aux usines Ford ou General Motors. D'autres sections de l'usine produisent les autos-neige, véhicules plus lourds, et les tracteurs industriels. Et ce n'est là qu'une des trois fabriques Bombardier; les deux autres situées dans des villages voisins font les pièces en caoutchouc, les chenilles, etc. ainsi que les éléments en fibre de verre tels que la cabine avant

du Ski-Doo, le dossier et le protecteur de l'engrenage.

Le concept du commerce dans les deux sens est plus qu'un cliché chez les Bombardier. Les moteurs incorporés aux Ski-Doos, dont la puissance varie entre 12 et 40 c.v., sont tous fabriqués par une usine autrichienne. Pourquoi? C'est que, d'après les Bombardier, ce Rotax est le meilleur moteur à deux temps et la société a commandé par contrat plus de 65 p. 100 de la production de cette usine.

La première auto-neige a fait son apparition sur le marché surtout à titre de véhicule de travail. On dit que le premier acheteur était un prêtre qui s'en servait pour visiter ses ouailles dispersées lorsque les routes étaient bloquées par la neige. Le véhicule est devenu populaire chez les autorités du Grand Nord, où il a commencé à supplanter les meutes de chiens esquimaux. (Un fonctionnaire du ministère des Affaires du Nord a déclaré dans un rapport avoir vu dernièrement un Ski-Doo sur le sentier et à l'arrière, un attelage de chiens aux yeux clairs tout heureux de leur rôle de passagers, —c'était une forme unique d'assurance-transport!) Mais grâce à l'arrivée du petit Ski-Doo et à l'introduction des autos-neige comme sport d'hiver, la société s'est mise à faire une distinction entre le marché des Ski-Doos et celui des autos-neige utilitaires et des véhicules industriels.

Rouages de la mise en marché

D'après l'entreprise Bombardier, les spécialistes du service de commerciali-



Le tracteur Muskeg ressemble à son cousin, le Ski-Doo, par ce qu'il peut s'aventurer sans crainte là où les autres véhicules ont peur d'avancer. Il peut transporter des charges payantes allant jusqu'à 6,000 livres sur des terrains accidentés, dans des marécages ou sur sol mou. Il s'acquitte d'une grande variété de tâches de par le monde. Celui-ci sert pour le service d'incendie dans la campagne suisse.

sation pour les Ski-Doos en Amérique du Nord sont le distributeur et ses dépositaires. La société les choisit soigneusement et leur donne le plus d'appui possible. Elle dispose aujourd'hui de 17 distributeurs qui servent 2,000 dépositaires, dont 1,300 aux États-Unis, surtout dans la zone de neige qui traverse 39 États. Tous les ans, la société convoque une grande assemblée des distributeurs et de leur personnel de vente. On a choisi cette année comme lieu de ralliement West Yellowstone, où les discussions sur les ventes, les tournées en Ski-Doo modèle 1969 et d'autres manifestations ont assuré un rythme trépidant d'activité. L'an dernier, le rendez-vous a eu lieu à l'hôtel Schloss Fuchl, en Autriche. Immédiatement après la réunion, les dépositaires passent leurs commandes. Les dirigeants de la société diffusent alors dans tout le pays le message pour l'année suivante dans une série de 25 à 30 assemblées régionales de dépositaires.

L'enthousiasme engendré lors de ces ralliements est secondé par un programme de soutien au cours de toute l'année. Il y a par exemple un plan grâce auquel l'entreprise Bombardier paie les frais de financement pour le stock du dépositaire du 1^{er} mai au 1^{er} novembre. Les efforts de vente du dépositaire sont appuyés par une publicité d'envergure qui fait preuve d'originalité et de continuité. La société utilise pleinement les organes modernes de diffusion,—la télévision, des annonces en couleurs dans les revues sportives et familiales, la radio, les journaux et les foires commerciales. Sa technique des relations publiques comprend la publication d'une brochure complète sur la sécurité routière, des films que le dépositaire peut utiliser et l'assistance des représentants aux manifestations spéciales, dont les courses d'autos-neige. Parmi les événements qui ont suscité une publicité énorme l'hiver dernier, citons l'expédition Plaisted au pôle

nord. Cette expédition, faisant appel à quatre Ski-Doos, a franchi 825 milles sur les banquises pour atteindre le pôle nord géographique; c'était le premier voyage sur terre depuis celui de Peary en 1908. (Jean-Luc Bombardier, neveu du fondateur, faisait partie de l'expédition). Bien que l'expédition fût financée par 42 sociétés diverses qui fournissaient les aliments ou l'équipement, Bombardier y a joué un rôle prédominant. En plus de la publicité qu'il a assurée, ce voyage a permis de recueillir des données précieuses sur la solidité des Ski-Doos et sur les problèmes que représente leur manœuvre sous des températures extrêmes.

Deux grandes campagnes

Avec le concours de son agence de publicité, la société Bombardier organise tous les ans pour le Ski-Doo deux grandes campagnes en Amérique du Nord. L'une se déroule avant la saison, c'est-à-dire en juillet et en août; une deuxième campagne, très ambitieuse, a lieu en octobre, novembre et une partie de décembre; elle comporte le recours à la télévision aux heures de la soirée où les spectateurs sont le plus nombreux, de préférence après les nouvelles ou la récapitulation des sports. La réclame dans les revues prend le plus souvent la forme de pages entières en couleurs dans les revues à grand tirage telles que *Life* et *Look* et des annonces spéciales dans les revues sportives telles que *Outdoor Life* ou celles qui s'adressent aux hommes, telles que *Argosy*. Les textes sont conçus pour le chasseur, le pêcheur ou le père de famille, selon la publication en cause. «La publicité télévisée, dit un des experts en commercialisation de la firme, est un excellent moyen de montrer le plaisir que procure un Ski-Doo; les annonces dans les revues sportives et professionnelles suscitent d'autre part un bon nombre de demandes directes qui sont transmises aux dépositaires locaux.»

On encourage les dépositaires à faire de la publicité sur le plan local; beaucoup d'entre eux utilisent à bon escient la radio. Bombardier fournit un texte de base et le dépositaire ne paie que le temps de la mise en ondes. Pour la réclame dans les journaux ou les revues locales, la société fournit les clichés; elle fournit aussi des textes

pour les annonces à la télévision et recourt aussi aux panneaux-réclame.

L'importance qu'elle attache au recrutement et à la conservation des dépositaires compétents incite la société Bombardier à participer aux foires commerciales aux États-Unis. Cette présence s'est révélée un des meilleurs moyens de nouer des contacts avec les bons dépositaires et de les intéresser à se charger de ses produits. «Nous recourons aux foires commerciales, dit le directeur des relations publiques, pour combler les brèches dans notre réseau de dépositaires, relever la qualité des dépositaires et relever le prestige de notre société». Les débuts de Bombardier à titre d'exposant ont eu lieu au National Sporting Goods Show à Chicago en 1964, dans le cadre de la participation canadienne organisée par le ministère du Commerce. La société participe maintenant aux foires pour son propre compte et le programme de cette année comprend des expositions à Houston (Texas), Anaheim (Californie), Chicago et New York.

L'avènement du Sea-Doo

La politique de la société, qui consiste à contenter les dépositaires et à assurer une vente soutenue, a conduit cette année à l'introduction du Sea-Doo, scooter nautique à turboréacteur, cousin du Ski-Doo. Ayant pour objet de fournir aux dépositaires une série pour l'inter-saison du Ski-Doo, il a été dévoilé devant 700 vendeurs transportés en Floride l'hiver dernier par la voie des airs. Le Sea-Doo, qui n'a pas d'hélice et peut fonctionner dans dix pouces d'eau, est surtout une embarcation de plaisance mais peut servir à la pêche ou aux sauveteurs. Il ressemble à son cousin d'hiver autrement que par son nom; il est muni du même genre de moteur et composé des mêmes éléments. Cette année, on veut l'implanter au Canada central et aux États-Unis, des marchés d'essai dans l'Ontario et le Québec faisant l'objet d'une campagne intensive. La maison Bombardier devra peut-être en fin de compte recruter des dépositaires de produits nautiques à côté de ceux qui font déjà le commerce de l'auto-neige.

Pour les excursions en auto-neige

A l'acheteur qui se procure aujourd'hui un Ski-Doo chez un dépositaire

on offre non seulement un véhicule, mais aussi tout l'habillement requis pour une excursion. Il peut se diriger vers les grands espaces glacés revêtu d'un chaud ensemble recouvrant un sous-vêtement spécial et porter des gants et d'autres accessoires adaptés à ce sport. Il peut même se munir de sacoches de selle et d'un pistolet éclairant. L'accoutrement pour l'auto-neige est confectionné par une filiale de Bombardier à Montréal; il se vend bien grâce à sa qualité, sa nouveauté et une bonne publicité qui en souligne l'élégance, le confort et la chaleur. Bien que ces vêtements soient frappés de droits de douane lorsqu'ils traversent la frontière américaine, les ventes sont toujours élevées. (Les Ski-Doos mêmes passent outre-frontière en franchise à la faveur de l'accord canado-américain de l'automobile).

Ventes en Europe

La mise en marché du Ski-Doo en Europe exige une formule différente. L'auto-neige y a été accueillie surtout comme bête de somme, tout comme à ses débuts au Canada. Les Lapons soutiennent qu'il a changé tout leur mode de vie; ils ont recours aux Ski-Doos pour rassembler les troupeaux de rennes et peuvent regagner rapidement leurs foyers au lieu de camper sur la toundra gelée. La conception sportive de l'auto-neige s'impose peu à peu, surtout parmi les Suédois.

Cette tendance a encouragé les Bombardier à faire une tentative concertée d'implantation sur le marché européen. Le premier pas, fait cet été, consiste dans l'établissement d'un directeur résident des ventes en Europe, domicilié à Stockholm. Une de ses premières tâches sera d'établir un bon réseau de dépositaires. Il encouragera aussi l'utilisation du Ski-Doo à des fins sportives en organisant des courses en Ski-Doo et en aidant aux représentants à monter de bons étalages aux foires commerciales. D'après la société, ses meilleurs débouchés en Europe seraient la Suède, la Finlande et la Norvège; elle a effectué quelques ventes dans les régions montagneuses de l'Autriche et de la Suisse et quelques-unes encore aux centres de ski qui font leur apparition en Écosse.

Depuis l'établissement du bureau à Stockholm, la société modifie son système aux clients européens à partir

Jusqu'ici, les Ski-Doos vendus en Europe ont été montés à Vienne sous un régime de licence. Désormais, les Ski-Doos complets seront expédiés directement aux clients européens à partir de Valcourt. Au dire de la société, cette modification a pour objet d'assurer un contrôle rigoureux de la qualité.

Il ne sera pas facile d'accroître les ventes en Europe à cause de la concurrence acharnée de la Suède et des autres pays. Ajoutons que le Ski-Doo doit être présenté comme simple élément du tableau des sports d'hiver. Les Norvégiens, par exemple, ne veulent pas voir dérangés leurs sentiers de ski cross-country et n'aiment pas entendre le bruit du véhicule, qui trouble la paix hivernale. Les Suédois et les Finlandais sont plus réceptifs. Il est parfois plus difficile de persuader le dépositaire d'adopter la série de produits que d'obtenir des commandes des clients. Un des dirigeants de la société qui a acquis beaucoup d'expérience en Europe est convaincu que dans l'acceptation des méthodes nord-américaines de présentation, le consommateur moyen a beaucoup d'avance sur le distributeur moyen et qu'il est temps que ce dernier le rattrape.

Les gros modèles

La série Bombardier comprend, outre les petits modèles, de gros véhicules qui font du progrès sur les marchés d'exportation. Ainsi, le tracteur Muskeg, véhicule à chenilles qui coûte environ \$7,000 s'acquitte de rudes tâches dans 35 pays. En Scandinavie, on l'emploie pour le débordage ou le transport des billes; en Hollande, il contribue à la construction des digues; En Écosse, il sert à la pose des pipelines; en Australie, on l'utilise comme porte-canon à l'intérieur du pays. Le Pérou a constaté qu'il était le seul véhicule capable de triompher des lourdes billes dans la région de l'Amazonie, où une mince couche de sol recèle un fond d'argile épaisse. En Amérique centrale, les ouvriers des plantations de café s'en servent pour atteindre les endroits inaccessibles. Les Hongrois ont acheté plusieurs tracteurs pour récolter les roseaux qui croissent dans les régions marécageuses. La société Bombardier affirme qu'elle détient environ 50 p. 100 du marché pour ce genre particulier de tracteur, d'abord mis au point pour

l'exploitation pétrolière dans l'Ouest canadien. Quelque 80 p. 100 de la production est écoulée en Amérique du Nord et 20 p. 100 environ sur tous les autres marchés. Dans ses campagnes en faveur du tracteur forestier aux États-Unis, l'entreprise Bombardier tire parti des expositions de l'industrie du bois.

Avenir mouvementé

Que réserve l'avenir à cette entreprise québécoise «dans le vent»? Probablement des ventes encore plus considérables de Ski-Doos en Amérique du Nord, à mesure que les familles

qui ne demeurent pas dans la zone des neiges découvriront que ces petits véhicules polyvalents peuvent être transportés par remorques vers le nord où le sol est couvert d'une épaisse couche de neige, un nouveau marché pour le Sea-Doo chez les amateurs de motonautisme et une demande constante pour le tracteur à toute épreuve. Et, enfin, des événements, prévus et improvisés, qui répandent l'idée que Bombardier Limited est une société «dans le vent» tout comme son produit le plus renommé.

Voici un exemple qui mérite d'être cité. L'hiver dernier, une bande de

Navajos se trouvaient isolés par la neige après une des pires tempêtes en Arizona depuis un siècle. Un distributeur des produits Bombardier à Denver, en Colorado, a suggéré que le Ski-Doo pourrait atteindre les Indiens enneigés. Un avion du gouvernement américain a donc pris en charge une douzaine de modèles Alpine et les a envoyés triomphalement à travers les amoncellements de neige pour délivrer les Navajos. Après tout, les autos-neige n'ont-elles pas secouru nombre d'automobilistes immobilisés par la tempête dans les profondeurs de l'hiver canadien?

Règlements douaniers et commerciaux à l'étranger

Danemark

RÈGLEMENTATION DES IMPORTATIONS—Le ministère du Commerce du Danemark a annoncé dans l'avis portant le numéro 263 du 27 juin 1968 que des licences ne sont plus nécessaires pour l'importation des produits ci-après: pois et brocolis, frais, frigorifiés ou conservés provisoirement; produits de viande préparés (gibier); sirop de sucre contenu dans le lait (lactose); certaines boissons fermentées comme les vins à base de fruits, le cidre de pomme, le cidre de raisin et l'hydromel.

France

DÉPÔT DES MARQUES DE COMMERCE—Notre conseiller commercial à Paris nous a fait parvenir le texte qui suit, lequel a paru dans le numéro de juillet de *Cross-Channel Trade*, revue mensuelle de la Chambre de commerce britannique à Paris.

«Avertissement. Depuis le 1^{er} août 1965, la loi française des marques de commerce stipule que, à quelques exceptions près, la première personne qui dépose une marque de commerce (de fabrique), même si elle ne l'a jamais utilisée, en devient par le fait même la propriétaire. La loi prévoit une période transitoire de trois ans, qui se termine le 1^{er} août 1968, au cours de laquelle les usagers de marques non déposées auront la priorité pour présenter leur demande d'enregistrement et régulariser leur situation. A partir du 1^{er} août 1968, toute personne sera libre de déposer de telles marques et d'en interdire l'utilisation par d'autres personnes.

On recommande fortement aux sociétés qui utilisent en France une marque de commerce non déposée à l'égard de biens et de services depuis avant le 1^{er} juillet 1965 de voir à faire dûment déposer cette marque avant le 1^{er} août 1968.»

(La loi de 1965 précise que les requérants de marques de commerce doivent être domiciliés en France.)

La Barbade

PROPOSITIONS BUDGÉTAIRES—Le 2 juillet, le premier ministre et ministre des Finances de la Barbade a annoncé ses propositions budgétaires pour l'année financière 1968-1969. La majoration des droits d'importation sur certains articles «de luxe» et l'institution d'un régime de taxe de consommation à l'égard de produits sélectionnés sont deux mesures qu'il est bon de signaler. Le premier ministre a également annoncé une augmentation des droits de licences des voyageurs de commerce et des marchands ambulants.

Ci-après, quelques-uns des produits qui ont fait l'objet d'une majoration de droits d'importation:

Légumes en récipients hermétiques

Cidre

Alcools parfumés

Certains produits de beauté et préparations de toilette

Explosifs

Certains articles de coutellerie

Coffres-forts et coffrets de sûreté

Machines et matériel de bureau

Appareils de climatisation

Ventilateurs soufflants et épurateurs d'air

Les produits ci-après ont été frappés de la taxe de consommation:

Vins, whisky, brandy, cordiaux et vodka

Cigares

Papier ministre et papier à lettre pour machines à écrire, duplicateurs et machines à calculer (à l'exception de cahiers d'écoliers)

Équipement de réfrigération

Poêles, cuisinières et calorifères

Accumulateurs

Disques de phonographes

Poteaux

Gaz manufacturé

Une taxe de consommation a également été imposée sur les réfrigérateurs mais on a annoncé en même temps une réduction des droits d'importation sur les réfrigérateurs domestiques, électriques et non électriques.

Trinité et Tobago

RÈGLEMENT VISANT LE CONTRÔLE DU CHANGE—La Banque centrale de la Trinité et de Tobago a annoncé que si les résidents de ces îles qui détiennent des cartes de crédit délivrées par des sociétés hors de la zone sterling désirent utiliser ces cartes pour payer des dépenses effectuées au cours d'un

voyage hors de cette région, ils doivent obtenir au préalable auprès des banques locales ou de la Division du contrôle du change de la Banque centrale la cession d'une quantité de devises suffisante pour le voyage. Dès que la cession des devises sera approuvée, la banque locale mettra à la disposition de ces résidents, jusqu'à concurrence de la quantité approuvée et sur présentation des factures connexes, les devises nécessaires pour rembourser la société qui a délivré la carte de crédit.

Dans le cas des résidents de la Trinité et de Tobago qui obtiennent des cartes de crédit à la faveur d'une déclaration attestant qu'ils détiennent des comptes dans une banque étrangère, le Contrôle du change pourra exiger qu'ils règlent leur dette en débitant ces comptes.

Les sociétés qui font affaires à la Trinité et à Tobago et qui détiennent des comptes dans une banque américaine soit après avoir obtenu l'approbation du Contrôle des changes soit en vertu de leur association avec le siège social d'une société américaine ne doivent pas débiter ces comptes en faveur de leur bureau principal à l'étranger en retour du paiement par ce bureau des dettes contractées par les employés locaux qui utilisent une carte de crédit.

Bois canadien pour une université australienne

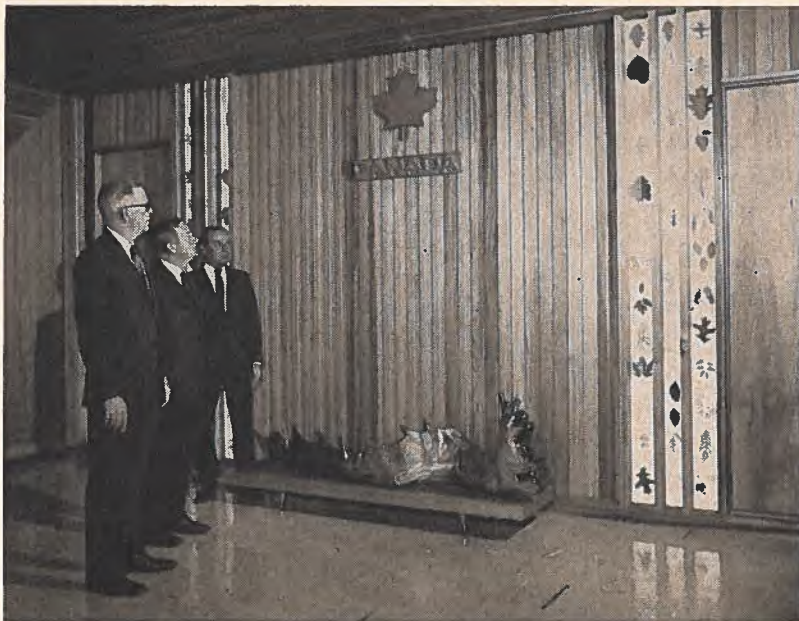
■ La beauté du bois canadien a été utilisée à bon escient afin de rehausser l'élégance de l'édifice de la sylviculture de l'Université nationale australienne à

Canberra. Comme sous le nom de Foyer du Canada, la pièce que nous voyons ici est lambrissée de cèdre rouge flamboyant de l'Ouest offert par les habitants du

Canada et les exploitants forestiers de la Colombie-Britannique. Le bois de cette province a également servi dans d'autres parties de l'édifice; dans trois grandes salles à l'étage supérieur, on trouve des armatures de poutres en sapin de Douglas.

Ce nouvel édifice est conçu à la fois comme centre de recherche et de formation et comme lieu d'exposition destiné à mettre en valeur les qualités esthétiques et structurelles du bois. Quatre autres pays ont également offert du bois de décoration: la Grande-Bretagne, la Birmanie, la Nouvelle-Zélande et les États-Unis.

Sur cette photo nous voyons (de gauche à droite) MM. Horace Mecklem, directeur du Service de promotion du bois en Australie pour l'Association des exploitants forestiers de la Colombie-Britannique; le professeur J. D. Ovington, chef du Département de la sylviculture de l'Université nationale australienne et F. P. Weiser, conseiller commercial du Canada à Canberra. Ils regardent la feuille d'érable en cuivre sur un des murs du Foyer du Canada.





Le FMI aide le commerce international

Le Fonds monétaire international a joué un rôle important dans l'expansion du commerce mondial depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale. Cette institution assumera un rôle nouveau quand le plan des Droits de tirage spéciaux, qui a été approuvé par le Bureau des Gouverneurs du FMI à la fin de mai, entrera en vigueur.

M. S. T. HANDFIELD-JONES, *Directeur exécutif, Fonds monétaire international*

M. C. T. MacDONALD, *Troisième secrétaire, Ambassade du Canada, Washington*

■ L'expansion du commerce mondial est une des caractéristiques les plus remarquables de l'après-guerre et offre un contraste frappant avec ce que nous avons connu dans l'entre-deux-guerres. Bien qu'au cours des années 20 on ait constaté une période d'expansion, celle-ci a été interrompue brusquement par la dépression. Le commerce mondial est tombé d'une valeur totale de 55.9 milliards de dollars É.-U. en 1929 à 21.8 milliards en 1932 et même en 1937-1938 ce chiffre n'était monté qu'à 24.3 milliards de dollars É.-U. Une telle interruption ne s'est pas reproduite au cours des vingt dernières années pendant lesquelles le commerce mondial est passé de 106.4 milliards de dollars É.-U. en 1947 à 391.6 milliards en 1967. De nom-

breux facteurs ont contribué à cette évolution favorable des événements. L'activité économique mondiale a connu une expansion ininterrompue grâce en partie sans doute à la diffusion de la science économique ce qui a donné lieu à une meilleure gestion économique. Mais le commerce international s'est développé beaucoup plus vite que la production mondiale. Les barrières commerciales ont été réduites aussi bien au sein de groupements régionaux que sur une échelle mondiale, sans aucune discrimination.

Cette situation favorable a pu être réalisée aussi à cause d'un système monétaire international fonctionnant relativement bien et grâce auquel la somme totale des réserves mondiales s'est accrue et la distribution en a été plus équitable. Cela a permis à certains pays de trouver une solution à leurs difficultés temporaires en matière de balances de paiements sans devoir faire appel à des mesures pouvant détruire la prospérité nationale ou internationale. De très grands progrès ont été réalisés dans le domaine de la suppression des restrictions aux chan-

ges et les ajustements des cours du change ont été effectués, au besoin, d'une façon beaucoup plus ordonnée que dans le passé.

C'est dans ces domaines que le Fonds monétaire international a apporté sa contribution à l'expansion continue du commerce international. L'exposé que nous faisons ci-après des activités du Fonds ne sera pourtant pas entièrement rétrospectif car de nouveaux problèmes se posent et nous traiterons également de la proposition visant à créer au sein du Fonds un service pour l'établissement des Droits de tirage spéciaux destinés à augmenter l'ensemble des réserves existantes. Cette proposition reflète l'inquiétude qu'on éprouve de plus en plus au cours des dernières années du fait qu'on ne peut compter sur un apport suffisant d'or et de devises dans les réserves officielles et qu'une pénurie de la liquidité internationale pourrait entraver l'expansion continue du commerce mondial qui a apporté tant d'avantages à tous les pays.

La dépression des années 30 a démontré clairement les faiblesses inhé-

PHOTO DU HAUT: M. Pierre-Paul Schweitzer, administrateur directeur du Fonds, (assis devant les microphones), explique la proposition visant les droits de tirage spéciaux au cours d'une conférence de presse qui a eu lieu au mois d'avril dernier. A côté de lui nous voyons l'administrateur directeur adjoint, M. Frank A. Southard.

rentes alors au système monétaire international, système presque dépourvu de tout contrôle international. Ayant à faire face à un fléchissement général de l'activité économique et à la perte consécutive de ressources en devises, beaucoup de pays firent appel à un large éventail de restrictions au commerce et aux transactions de change ou à des dévaluations de leur monnaie afin d'essayer de protéger leurs réserves en baisse et de remonter le courant dans le domaine de la concurrence internationale. Ces expédients ne firent rien d'autre pourtant que de s'annuler mutuellement et contribuèrent ainsi au ralentissement désastreux du commerce mondial. Dans ce contexte ceux que préoccupait la reconstruction d'après-guerre devinrent de plus en plus convaincus de la nécessité d'une forme quelconque d'autorité internationale chargée d'établir une norme de conduite dans les affaires monétaires internationales et d'aider les membres à respecter cette norme en leur donnant les moyens financiers nécessaires en cas de difficultés temporaires dans la balance des paiements. De là la création en 1944 à Bretton Woods (New Hampshire) du Fonds monétaire international.

Les pays qui participent au Fonds prennent l'engagement d'adhérer à un code de bonne conduite dans le domaine des paiements internationaux. Ils doivent assurer la stabilité des changes. Normalement, ils le font en déclarant la valeur au pair de leur monnaie et en s'assurant par des opérations officielles que les ventes et les achats de monnaies étrangères dans les limites de leurs territoires se font à des taux de change qui ne s'écartent pas de plus d'un p. 100 en plus ou en moins de la valeur au pair. Des changements dans la valeur au pair de la monnaie d'un pays membre nécessitent l'assentiment du Fonds et ne sont autorisés que lorsqu'il y a un déséquilibre fondamental de la balance des paiements du pays en cause. Il est également interdit aux États membres d'imposer des restrictions au change sur des paiements courants ou sur des transferts (des paiements visant à régler des achats de biens et de services) sans l'approbation du Fonds. Il y a des circonstances dans lesquelles des restrictions au change ne peuvent être évitées, mais le Fonds s'assure que l'utilisation en est réduite au minimum et encourage les membres à rechercher d'autres solutions

à leurs difficultés de paiements, qui seront plus satisfaisantes du point de vue de la communauté commerçante internationale. Ainsi, le Fonds peut être considéré comme une institution internationale de régularisation exerçant une autorité en matière de taux et de pratiques de change. L'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce, qui a été signé en 1948, est l'autorité régulatrice dans le domaine des droits de douane et des pratiques commerciales et les deux organisations travaillent en étroite collaboration étant donné que leurs domaines de compétence sont connexes.

Également un service de prêt

Le Fonds n'est pourtant pas uniquement une institution de régularisation. Il possède également les pouvoirs et les ressources financières qui lui permettent de prêter des devises aux pays membres qui ont des difficultés touchant leur balance des paiements. Une telle aide donne aux États membres le temps de trouver les meilleures solutions à leurs problèmes. Ainsi, les relations entre le Fonds et les 107 États membres sont très étroites et permanentes et ne se limitent pas aux simples obligations légales découlant de l'affiliation. On a établi la pratique d'organiser de fréquentes discussions entre les fonctionnaires du Fonds et les autorités des pays membres touchant leur expérience et leurs politiques économiques; les résultats de ces discussions servent de base aux délibérations du Conseil d'administration. En vue de répondre surtout aux besoins des nombreux pays nouvellement indépendants qui sont devenus membres au cours des dernières années, le FMI a mis au point un programme complet d'aide technique dans



Ce bel immeuble à l'intersection de la 19^e rue et de la rue H nord-ouest, à Washington (tout près de la Maison Blanche), sont les quartiers généraux du Fonds monétaire international et de la Banque Mondiale.

les domaines de l'administration bancaire (banque centrale), des questions fiscales et des méthodes statistiques. Les relations financières qui se créent quand un membre doit emprunter du Fonds présentent pourtant un intérêt spécial.

Prêts du Fonds

Les relations financières entre le Fonds et un pays membre sont déterminées par la quote-part de ce dernier. Celle-ci donne une indication de l'importance économique relative d'un pays et est fixée par des mesures statistiques comme le revenu national, les réserves, le chiffre des importations et des exportations et leur variabilité. Normalement, un quart de la quote-part est souscrit en or et le reste dans la monnaie nationale du pays. Les cotisations des membres peuvent être augmentées de temps en temps soit pour répondre à une demande de la part d'un pays particulier soit par suite d'une révision périodique générale.

L'ensemble des contributions au Fonds,—ou l'importance des ressources de base du Fonds,—s'établit maintenant au montant de 21 milliards de dollars É.-U. La quote-part du Canada est de 740 millions de dollars É.-U. En outre, le Fonds peut augmenter ces ressources en empruntant des sommes additionnelles de ses membres. A l'heure actuelle, le Fonds a conclu un accord avec dix grands pays industriels en vertu duquel il peut emprunter près de 6 milliards de dollars É.-U. si le besoin s'en fait sentir.

Lorsque les garanties nécessaires existent, le Fonds est à la disposition de ses membres des ressources en devises afin de les aider à résoudre certaines difficultés en matière de paiements à court terme. Cette aide financière prend la forme d'un échange de devises. L'État membre achète du Fonds ou «tire» sur le Fonds une somme déterminée en devises dont il a besoin contre versement d'un montant équivalent en monnaie nationale. Les membres peuvent acheter des devises moyennant un seul tirage direct ou demander un «crédit de réserve» qui leur donne la garantie de pouvoir tirer une somme déterminée dans un délai déterminé si le besoin s'en présente. Il est important d'insister sur le fait que le droit de tirer

sur le Fonds a toujours été, dans une mesure plus ou moins grande, sujet à certaines conditions. Le pays membre doit donner des preuves au Fonds que le tirage demandé est nécessaire afin de régler des paiements à court terme.

Le Fonds a le droit de rejeter une demande ou d'imposer des conditions à un tirage afin de s'assurer que les difficultés pourront être surmontées et qu'il sera remboursé. En pratique, le premier tirage est accordé pour ainsi dire automatiquement ou ne soulève que peu de difficultés. Des tirages de sommes plus importantes,—celles qui feraient passer les avoirs du Fonds en monnaie nationale d'un pays à 125 p. 100 au-dessus de sa quote-part,—sont sujets à des conditions beaucoup plus rigoureuses. Dans ces circonstances, le Fonds s'attend à ce que le pays membre fasse des efforts soutenus afin de résoudre ses difficultés, généralement par l'introduction d'un vaste programme de mesures fiscales, monétaires et autres. Ces programmes de stabilisation contiennent souvent des mesures précises ayant trait aux finances publiques, à la limitation de l'expansion du crédit accordé par la banque centrale, aux réserves minimums exigées des banques commerciales et au régime de change. Quand ces conditions sont remplies, le Fonds est disposé à accorder à un de ses membres un prêt dont le montant maximum sera atteint lorsque les avoirs du Fonds en monnaie nationale de ce pays s'établiront à 200 p. 100 de sa quote-part.

Financement de compensation

En plus des tirages normaux, le Fonds a introduit en 1963 une «possibilité de financement de compensation», permettant à un pays membre de faire des tirages afin de régler des difficultés de paiements qui découlent d'une insuffisance temporaire de ses revenus d'exportation mais à condition toutefois que cette insuffisance soit attribuable en grande partie à des circonstances qui ne dépendent pas de lui comme, par exemple, une forte sécheresse ou une baisse dans les prix des produits d'exportation. Ce tirage supplémentaire est limité à 25 p. 100 de la contribution annuelle avec un plafond absolu de 50 p. 100.

Les membres qui empruntent de l'argent auprès du Fonds doivent effectuer leur remboursement en rachetant

leur propre monnaie du Fonds au moyen d'or ou d'une monnaie convertible au fur et à mesure que leur balance des paiements et leurs réserves s'améliorent. Le Fonds a maintenant adopté comme règle générale que le tirage doit être remboursé dans un délai de trois à cinq ans. On considère qu'il s'agit là d'un terme suffisant pour le genre de difficultés que les ressources du Fonds servent à régler. Ces modalités de remboursement peuvent normalement être respectées grâce à l'amélioration subséquente des réserves du pays membre; toutefois un pays qui éprouve des difficultés continues pendant une période prolongée pourra demander de nouveaux tirages.

Le Fonds est donc avant tout une source de liquidité conditionnelle, compte tenu du fait que la plus grande part des tirages sont sujets à des conditions d'application. Beaucoup de membres ont trouvé ces liquidités conditionnelles très utiles et facilement accessibles comme supplément à leurs propres réserves et divers pays, petits ou grands, industrialisés ou en voie de développement, ont eu recours de temps à autre aux ressources du Fonds. Les membres se rendent de plus en plus compte de la valeur des liquidités conditionnelles en vue d'encourager l'adoption de politiques qui tendent à réduire les déséquilibres des paiements et par conséquent le besoin général de liquidité. Pour toutes ces raisons, il est clair que les liquidités conditionnelles du Fonds continueront à jouer un rôle important en répondant aux besoins futurs en disponibilités internationales.

Droits de tirage spéciaux

Néanmoins, il y a une limite à la mesure selon laquelle les pays membres sont disposés à admettre que des tirages ou des emprunts conditionnels puissent tenir lieu intégralement de réserves d'or ou de devises auxquelles ils ont généralement un accès inconditionnel. Ces limitations sont devenues encore plus évidentes à la lumière du ralentissement ou de la cessation de l'accroissement prévu de ces réserves traditionnelles, qui fait l'objet d'une inquiétude croissante ces dernières années. On a donc prévu d'ajouter aux droits traditionnels des membres de tirer sur le Fonds un nouveau système de droits de tirage spéciaux qui sera inconditionnel et

dont les montants seront suffisants pour assurer une augmentation future convenable des liquidités internationales. Ces droits de tirage spéciaux seront délibérément établis périodiquement sur la base d'une appréciation collective des besoins globaux à moyen terme d'un complément aux réserves existantes et seront attribués à tous les participants en fonction de leur contribution au Fonds et indépendamment de la situation de leur balance des paiements. Ce nouveau système prendra la forme d'un compte spécial de tirage faisant partie du Fonds mais dont toutes les opérations financières seront séparées des opérations habituelles. Tous les pays membres du Fonds peuvent participer à ce nouveau système et on espère qu'ils le feront bien qu'il n'y ait aucune obligation en ce sens.

Les participants pourront utiliser librement les droits de tirage spéciaux au besoin sans qu'il y ait des conditions spéciales d'application à remplir. On comprendra encore mieux que ces droits constituent un véritable complément aux réserves si on sait qu'il n'y a aucune obligation de rembourser intégralement dans un délai convenu. Par contre, chaque participant devra maintenir au cours d'une période quelconque de cinq ans un avoir moyen qui ne pourra pas être inférieur à 30 p. 100 de son allocation cumulative de droits de tirage spéciaux.

Les droits de tirage spéciaux ne serviront pas à obtenir des devises d'une caisse centrale du Fonds comme cela se fait généralement, mais directement auprès d'autres participants que le Fonds pourra désigner. Tous les participants seront tenus d'accepter des droits de tirage spéciaux et de donner en échange des devises convertibles jusqu'au moment où ils posséderont trois fois plus de ces droits que le Fonds ne leur en a attribué. Cette convertibilité donne aux droits de tirage spéciaux les caractéristiques essentielles d'une réserve comparable à une réserve d'or ou de devises.

Fonctionnement du système

Afin de mieux comprendre le fonctionnement du nouveau système, il sera peut-être utile de donner un exemple concret de la façon dont les choses se passeraient en pratique. Supposons que le Canada perde des réserves et veuille utiliser quelques-

uns de ses droits de tirage spéciaux afin de renflouer ses avoirs en dollars É.-U. Normalement, le Fonds dispose à tout moment d'une liste de pays participants dont les balances de paiements et les réserves sont jugées satisfaisantes et il désignerait à partir de cette liste un ou plusieurs pays comme pouvant donner des devises contre des droits de tirage spéciaux. En supposant que l'Allemagne et l'Italie soient désignées, le Fonds informerait ces deux pays qu'il leur crédite à son compte de tirages spéciaux l'équivalent de 5 millions de dollars É.-U. chacun en droits de tirage et qu'ils doivent à leur tour créditer le Canada d'une somme équivalente en marks allemands et en livres qui seraient ensuite convertis en dollars É.-U. D'autre part, le Fonds débiterait le Canada en droits de tirage spéciaux pour une somme équivalente à 10 millions de dollars É.-U. Par suite de ces transactions, l'équivalent de 10 millions de dollars É.-U. en droits de tirage spéciaux dans les avoirs du Canada, auront été remplacés par 10 millions de dollars É.-U. que le Canada peut utiliser librement à n'importe quelle fin. Le Canada paierait des droits modiques (prévus à 1½ p. 100 au début) sur son utilisation des droits de tirage et l'Allemagne et l'Italie auraient droit à un intérêt au même taux. Le Canada ne serait tenu à aucun remboursement aussi longtemps qu'il n'utiliserait en moyenne au cours d'une période de cinq ans pas plus de 70 p. 100 des droits de tirage spéciaux que lui attribue le Fonds. Par la suite toutefois, si le Canada a une balance de paiements favorable et une bonne réserve de devises, il pourrait à son tour être appelé à donner des devises convertibles en échange de droits de tirage spéciaux. Les dispositions pour la désignation et la conversion sont telles qu'un utilisateur de droits de tirage spéciaux recevra un montant identique de devises dont il a besoin quelle que soit l'identité du pays à qui on aura demandé de fournir ces devises.

Mise en application

On pourrait naturellement se poser la question de savoir quand le nouveau système entrera en vigueur. Un certain nombre de mesures ont dû être prises. Le Conseil d'administration du Fonds a soumis le 17 avril au Bu-

reau des gouverneurs les modifications proposées aux clauses de la Convention nécessaires à l'établissement du compte de tirage spécial. Le 31 mai, le Bureau des Gouverneurs a approuvé cette proposition. Avant que cet amendement n'entre en vigueur, il doit pourtant être accepté par les trois cinquièmes des membres réunissant quatre cinquièmes de la totalité des voix. Étant donné que cette mesure nécessite une action législative dans la plupart des pays, il est improbable que tout soit terminé avant la fin de 1968 au plus tôt. Alors on demandera aux membres d'indiquer s'ils veulent participer au nouveau système. Les membres qui souscrivent 75 p. 100 des cotisations totales devront se prononcer avant que le système ne puisse commencer à fonctionner étant donné qu'il faut un fonds de roulement suffisant. Quand ce stade aura été atteint, on pourra activer la mise en marche, c'est-à-dire qu'on pourra commencer à répartir les droits de tirage spéciaux entre les participants.

Les décisions touchant l'attribution des droits seront normalement prises à des intervalles de cinq ans. L'administrateur délégué du Fonds sera chargé de présenter des propositions en ce qui concerne le total des droits de tirage qui doivent être accordés au cours de chaque période de base de cinq ans et le Bureau des Gouverneurs donnera son approbation à ces propositions si une majorité de 85 p. 100 des voix des participants est en faveur de la mesure. De cette façon, le Fonds peut exprimer une opinion collective qu'il y a un besoin général de renforcer les réserves existantes et qu'il faut prendre les mesures qui s'imposent afin d'assurer que le système monétaire international pourra continuer à donner les assises nécessaires pour l'expansion du commerce international. De telles décisions, qui sont en fait nouvelles pour le Fonds, ne seront toutefois pas prises sans tenir compte de ses fonctions traditionnelles. Le Fonds aura à se prononcer non seulement en ce qui concerne les besoins en réserves inconditionnelles de l'économie mondiale mais également au sujet de l'accroissement nécessaire des liquidités conditionnelles que des augmentations des cotisations peuvent assurer. De cette façon, il continuera à aider chaque pays membre à équilibrer sa balance des paiements.

Quelle est la situation en fait de denrées alimentaires aux Petites Antilles? Il existe encore des possibilités pour bon nombre de denrées alimentaires du Canada en dépit de l'importance grandissante de la production locale.

M. JOHN A. AHOW
Agent commercial, Port of Spain

■ Les visiteurs canadiens aux Petites Antilles sont immanquablement étonnés de la vaste gamme de produits alimentaires canadiens qui garnissent les rayons des supermarchés et l'on entend fréquemment la remarque «on se croirait au Canada». Une telle réaction n'est pas étonnante car le Canada approvisionne environ 14 p. 100 du marché de denrées alimentaires importées, en particulier les produits emballés, lequel est évalué à 154 millions de dollars.

Le territoire des Petites Antilles comprend les pays du Commonwealth, soit, la Trinité et Tobago, la Guyane, la Barbade, Antigua, les îles Vierges, Montserrat, Saint-Christophe, la république Dominicaine, la Grenade, Sainte-Lucie et Saint-Vincent; les départe-

ments français d'outre-mer, soit la Guadeloupe, la Martinique, la Guyane française, et le Surinam (ancienne Guyane hollandaise). Ces pays, dont la population globale s'élève à 3.5 millions d'habitants, comptent largement même à l'heure actuelle sur les importations pour satisfaire leurs besoins en produits alimentaires. Ces produits représentent presque 15 p. 100 des importations globales de marchandises. Les Petites Antilles entretiennent depuis longtemps des liens commerciaux avec le Canada qui, durant la Seconde Guerre mondiale et la période de l'après-guerre, fut surnommé le «grenier» des Antilles.

Le Canada fournit actuellement aux Petites Antilles la plus grande partie de leurs besoins en poissons salés, sardines en conserves, saumon en conserves et craquelots. Nous obtenons également une partie importante des débouchés pour les viandes en sau-

mure, le bacon, le jambon, la poudre de lait écrémé, les céréales pour le petit déjeuner, les pommes de terre, les oignons, les pois et les haricots, les fruits et légumes en conserves et les soupes en boîte. Les exportateurs canadiens devraient demeurer les principaux fournisseurs de ces produits, à l'exception du porc en saumure et des produits de charcuterie.

Imposition de restrictions

Les plans de développement des secteurs particuliers comportent, toutefois, l'imposition de restrictions sur certains produits. Ces restrictions peuvent avoir pour objet de conserver les devises ou d'encourager la production locale et favoriser la consommation de produits fabriqués au pays au lieu des produits importés. Les articles visés comprennent la farine, les pois cassés, les pois en conserves, le macaroni et les œufs, à part les produits



Ce chargement d'oignons canadiens qui sort des entrepôts de la douane à Port of Spain (Trinité) sera bientôt livré aux clients.

mentionnés spécialement dans le présent article.

A la Trinité, l'élevage du porc est en bonne voie et une usine de transformation ouvrira ses portes plus tard cette année. Étant donné cette perspective, les importations de porc frais ou congelé sont maintenant interdites et le porc en saumure a déjà été contingenté. La construction d'usines similaires est présentement envisagée à la Barbade et en Guyane. On peut donc s'attendre que nos exportations de porc en saumure vers cette région accusent une baisse cette année et continuent de diminuer si des usines sont construites dans les deux pays mentionnés.

Le Canada devrait donc maintenir ses exportations de bœuf en saumure vers ces îles lesquelles (sauf la Guyane) ne disposent pas de lieux de pâturage suffisants pour le développement d'une importante industrie d'élevage de bovins de boucherie. La Guyane ne délivre aucune licence pour l'importation du bœuf.

Possibilités

En dépit de l'évolution du marché, il existe des possibilités pour les Canadiens en éveil, exportateurs de certains produits alimentaires. Les produits laitiers appartiennent à ce groupe. Outre la poudre de lait écrémé (le Canada en est le principal fournisseur), les Petites Antilles importent en quantités considérables de la poudre de lait entier ou de lait non écrémé en contenants d'une livre, de deux livres et demie et de cinq livres (valeur de plus de 4 millions de dollars). De fait, une société s'est établie récemment à la Trinité pour s'occuper du conditionnement des produits importés en vrac. Parmi d'autres produits laitiers importés en quantités importantes figurent le lait condensé sucré, le lait évaporé et le beurre, dont la valeur représente plus de 6 millions de dollars par année. Les principaux fournisseurs de ces produits sont la Nouvelle-Zélande, le Danemark, les Pays-Bas et l'Irlande. Le prix est le facteur déterminant.

Les autres produits qui font l'objet d'une demande soutenue sont les viandes en conserves (sauf le poulet), les fruits et légumes en conserves, le ketchup aux tomates, les confiseries et les biscuits au chocolat. L'introduction

TABEAU I
EXPORTATIONS CANADIENNES DE PRODUITS ALIMENTAIRES
VERS LES PETITES ANTILLES

Pays	1965	1966	Janvier-juin 1967
	(en milliers de dollars canadiens)		
Total (pour tous les pays)	20,012	21,950	10,351
Trinité et Tobago	9,874	10,788	3,972
La Barbade	3,450	4,091	2,047
Guyane	2,966	3,100	1,555
Îles du Vent et Sous-le-Vent	3,215	3,462	2,519
Guadeloupe et Martinique	42	53	20
Guyane française	4		3
Surinam	461	456	235

TABEAU II
IMPORTATIONS DE PRODUITS ALIMENTAIRES DANS LES PETITES ANTILLES

Pays	Année	Popula- tion app. (milliers d'habitants)	Total des importations de produits alimentaires		Pourcentage du total
			Total des importations (en milliers de dollars canadiens)	de produits alimentaires	
Trinité et Tobago	1966	3,545	493	57	11.5
Guyane	1966	680	127	21	16.5
La Barbade	1965	250	73	20	27.4
Îles du Vent et Sous-le-Vent		510	63*	9	14.0
Guadeloupe	1964	340	86	17	20.1
Martinique	1964	350	86	19	22.2
Guyane française	1964	35	17	3	17.2
Surinam	1964	380	86	8*	9.2

* Chiffres approximatifs

de nouvelles marques de ces produits doit être accompagnée d'une forte publicité si on veut les implanter sur ces marchés. L'établissement de prix compétitifs est encore une fois une nécessité.

Le tourisme

Le tourisme, l'industrie des Antilles qui s'accroît au rythme le plus rapide, offre des possibilités certaines. Son importance tend à exempter les hôtels pour touristes des restrictions à l'importation. Il y a donc fréquemment une demande pour les choux, les carottes, les tomates, la laitue, le céleri et les choux de Bruxelles pour ne nommer que quelques-uns des légumes disponibles au Canada. Les fruits, les légumes et certains produits spéciaux peuvent être envoyés par Air-Canada, dont les tarifs de transport des produits sont raisonnables et compétitifs, pour satisfaire la demande créée par l'affluence des touristes au

cours de l'hiver surtout. L'accroissement des ventes canadiennes de saumon fumé en est un exemple.

Les fournisseurs de viandes (morceaux) et de paquets «grand format» de soupe et autres produits alimentaires destinés aux hôtels et aux établissements touristiques devraient continuer d'effectuer des ventes dans les hôtels des Petites Antilles.

Les ventes sur ces marchés se font habituellement par l'entremise de représentants locaux. Les représentants qui sont chargés de passer des commandes pour envoi direct aux acheteurs disposent, de plus en plus, de stocks qu'ils distribuent à leurs clients. Pour obtenir des renseignements précis sur les produits ou de l'aide en vue de trouver un représentant, les exportateurs sont invités à communiquer avec la Division commerciale, Bureau du Haut-commissaire pour le Canada, Boîte postale 1246, Port of Spain, Trinidad, Antilles.

Quelle est la situation en fait de vêtements pour dames et enfants dans les États du Sud? Il existe de bonnes possibilités pour la vente mais les fabricants canadiens doivent offrir des styles différents.

M. J. B. WHITNELL, *Adjoint commercial, Nouvelle-Orléans*

■ Le marché des vêtements des États-Unis, dont l'accroissement annuel est estimé à 4.7 p. 100, a attiré l'attention d'un nombre croissant de fabricants de vêtements canadiens. Mais les huit États du Sud, soit l'Alabama, la Floride, la Georgie, la Louisiane, le Mississippi, les Carolines du Nord et du Sud et le Tennessee, que dessert notre bureau de la Nouvelle-Orléans, et les États de Oklahoma, Arkansas et Texas (qui faisaient également partie de ce territoire jusqu'en octobre 1967) constituent une série de débouchés pour les vêtements de fabrication canadienne, lesquels ont échappé à l'attention de la majorité des manufacturiers canadiens.

Quarante-cinq principaux grands magasins et un nombre égal de magasins moyens sont situés dans les 20 villes d'importance de ces 11 États et par tout le Sud des centaines de magasins de vêtements pour hommes et pour dames offrent de bonnes possibilités de ventes.

Le territoire de la Nouvelle-Orléans, par contraste avec les autres régions des États-Unis où prédomine le vaste complexe urbain, est constitué d'un certain nombre de centres métropolitains très différents les uns des autres, chacun jouissant d'une sphère d'influence plutôt limitée. Dans chacune de ces villes les commerçants achètent et vendent les vêtements en tenant compte des habitudes vestimentaires dans les autres villes du Sud. Cela tient surtout aux variations dans le climat et la topographie et aux différences traditionnelles de styles et de modes. Donc, il n'y a pas de «Southern look» comme il y a un «California look». A la Nouvelle-Orléans, par exemple, les gants et les chapeaux sont portés beaucoup plus souvent l'été qu'ils ne le sont à Houston, Texas, qui jouit d'un climat semblable. Les

fabricants de vêtements canadiens ont en effet un choix de 20 débouchés différents dans le Sud. L'obtention d'une seule commande dans une dizaine de villes représenterait déjà un marché lucratif.

Structure du marché

Les acheteurs et les directeurs de services des marchandises des principaux grands magasins et des importants magasins de vêtements se rendent à New York et à Los Angeles plusieurs fois par année à l'occasion des semaines de marché et vont régulièrement à l'étranger pour faire des achats. Les acheteurs des magasins les plus importants vont à New York une fois par mois en moyenne, en plus

des voyages qu'ils font à Los Angeles et à Dallas.

Les acheteurs des magasins d'importance moyenne et des petits magasins de vêtements se rendent moins fréquemment à New York et outremer mais vont à Dallas* et à Charlotte (Caroline du Nord) à l'occasion de leurs semaines de marché. Centres des fabricants locaux de vêtements, Charlotte et Dallas sont aussi le siège dans les États du Sud et du Sud-Ouest d'un certain nombre de sociétés de confection de vêtements des États du Nord et de la Californie. La Nouvelle-Orléans et d'autres villes organisent plu-

* On peut se procurer les données relatives à ces débouchés en s'adressant au bureau de Dallas.

TARIF DOUANIER DES ÉTATS-UNIS—VÊTEMENTS DE DESSUS*

Classification	(p. 100)	(p. 100)
Dentelles ou tulle ou tissus décorés, sauf le coton		42.5 41.0
Tissus autres que la dentelle et tissus non décorés		
de coton		
de tricot		24.0
autres que de tricot (la gamme varie)	9.5	à 19.0
manteaux de coton (non de tricot)		
d'une valeur de \$4 et plus chacun		9.5
de soie		
de tricot		18.0
autres que de tricot		29.0
de laine		(p. 100)
de tricot (valeur ne dépassant pas \$5 des É.-U. la livre)	37.5	+ 30.0
de tricot (valeur de plus de \$5 des É.-U. la livre)	37.5	+ 20.0
non en tricot (valeur ne dépassant pas \$4 des É.-U. la livre)	25.0	+ 21.0
non en tricot (valeur dépassant \$4 des É.-U. la livre)	37.5	+ 21.0
de fibres synthétiques		
de tricot	25.0	+ 32.5
non en tricot	25.0	+ 27.5

* Tarif douanier des États-Unis, 1968

sieurs fois par année des semaines de marché pour la région métropolitaine immédiate.

Les commerçants en gros de vêtements se rendent habituellement à New York et à l'occasion seulement à Dallas, Los Angeles et Charlotte. Ils fournissent un certain nombre d'articles à bas prix aux principaux grands magasins et un nombre assez considérable de vêtements aux petits établissements.

Plusieurs grands magasins et principaux magasins de vêtements ont recours aux services d'un bureau d'achats à New York et outre-mer et sont ainsi mis au courant des nouveaux articles lancés sur le marché. Les magasins individuels, toutefois, ne sont nullement contraints d'acheter. Un certain nombre de sociétés canadiennes ont montré leurs articles aux représentants de ces bureaux d'achats ainsi qu'aux représentants des principaux magasins à succursales. Si l'acheteur-conseil du bureau d'achat n'est pas intéressé à une série de vêtements en particulier, il ne la signalera pas aux 15 à 50 magasins américains qui ont recours aux services de son bureau. Donc, bien que cette méthode puisse être efficace, elle ne doit pas être utilisée exclusivement, sans prendre en considération les autres façons d'aborder le marché.

Les débouchés

Les vêtements pour enfants n'ont pas subi de nombreux changements au cours des dernières années. On se plaint surtout du fait que la plupart des vêtements pour fillettes ressemblent à ceux que portent leurs mamans et on constate que les vêtements pour garçons ont tendance à être pratiques. Certains directeurs des services de marchandises sont d'avis que le marché des vêtements pour garçonnets et fillettes a été négligé, mais que les ventes s'accroîtront dans un avenir rapproché, par suite de l'introduction de teintes, de tissus et de styles nouveaux, tellement en vogue parmi les adolescents dernièrement.

A l'heure actuelle, 90 p. 100 des vêtements dans les tailles «junior» et «misses» vendus dans les grands magasins sont encore de styles traditionnels; seules les boutiques spécialisées ont tendance à tenir une proportion plus considérable de vêtements de styles nouveaux ou «osés». Certains

acheteurs présentent les dernières modes surtout parce que leurs clients s'attendent à voir un certain nombre d'articles nouveaux dans les magasins toutes les deux ou trois semaines, même s'ils n'en font pas l'acquisition dès leur présentation. Quels que soient les résultats, les acheteurs conviennent que les nouvelles créations aux couleurs vives font sensation sur le marché des vêtements pour dames et qu'elles attirent un nombre considérable de consommateurs dans les magasins.

Qu'il s'agisse de chaussures, de sacs à main, de gants, de vêtements pour enfants et d'articles «mod», l'acheteur désire se procurer des modèles différents ou originaux qui, espère-t-il, ne se trouveront pas dans les autres magasins de la région immédiate. En soulignant leur désir de se procurer des articles uniques ou différents, les acheteurs ont affirmé qu'ils ne s'intéressaient aux vêtements canadiens que si ces derniers étaient de style original, si les teintes ou les tissus étaient différents ou les prix plus avantageux. Toutefois, les prix avantageux ne revêtent pas toujours une importance considérable car un bon nombre d'entre eux ne voient pas la nécessité d'acheter des imitations de modèles américains confectionnés à l'étranger. Beaucoup d'acheteurs se plaignent de la pénurie de dessinateurs américains de modèles originaux. La plupart ne font qu'adapter à l'Amérique les créations en provenance de l'Italie, de l'Angleterre et de la France. Ces mêmes acheteurs sont d'avis que le secret de la réussite ne réside pas seulement dans la bonne conception mais aussi dans la spécialisation et la concentration sur un secteur particulier comme celui des costumes de tricot et des manteaux légers.

Les tissus qui, auparavant, n'étaient pas acceptés dans le Sud en raison de leurs poids sont accueillis plus favorablement depuis que l'usage de la climatisation se répand de plus en plus. A quelques exceptions près, les articles que l'on trouve dans les magasins de New York au cours des semaines de marché conviennent au climat du Sud; bon nombre d'acheteurs ont toutefois l'impression que les vêtements de confection canadienne sont trop lourds pour les États du Sud. L'un d'entre eux a déclaré qu'il achète des manteaux de printemps au

Canada, qu'il vend ensuite comme manteaux d'automne dans le Sud. Au début, il achetait à prix réduits les manteaux à la fin de la saison printannière, ce qui lui permettait de réaliser une marge de bénéfice plus élevée qu'à l'ordinaire. Maintenant il visite les marchés canadiens au début de la saison car le choix des modèles est beaucoup plus vaste.

Exploitation du marché

L'exportateur qui tient à réaliser des ventes dans le Sud, doit, à notre avis, recourir à de nombreux moyens. En premier lieu, il lui faut participer aux semaines de marché qui ont lieu à New York et nous faire part, longtemps à l'avance, de la date de ces événements afin que nous puissions lui communiquer les noms des directeurs et des acheteurs compétents dans ce territoire. Deuxièmement, les exportateurs devraient s'efforcer de montrer leurs articles vestimentaires aux représentants des sièges sociaux des principaux magasins à succursales multiples de même qu'aux bureaux d'achats de New York. Troisièmement, des échantillons marqués des prix à la livraison (comprenant les droits de douane* et exprimés en dollars américains) devraient être envoyés à notre bureau pour qu'ils puissent être présentés aux magasins de notre territoire. Il serait plus avantageux, évidemment, que l'exportateur s'entretienne personnellement avec l'acheteur avant de fixer le prix de l'article. Les acheteurs préfèrent s'adresser à un représentant de la société.

La majorité des acheteurs avec qui nous nous sommes entretenus étaient désireux de faire des affaires avec les sociétés qui leur ont manifesté de l'intérêt mais ils tiennent à ce que ces sociétés s'empressent de donner suite aux démarches amorcées. Les entreprises canadiennes désireuses d'exploiter les débouchés dans les États du Sud peuvent compter sur notre collaboration entière et nous sommes heureux d'avoir l'occasion de leur venir en aide.

* Si vous avez besoin d'aide pour établir la classification de certains articles aux fins de la douane ou connaître les droits qui frappent les produits veuillez vous adresser à la Division des États-Unis, Ministère du Commerce, Ottawa. Veuillez également consulter la liste des droits sur les vêtements de dessus qui accompagne le présent article.



Exportateurs Entrepreneurs

Travaux au Sahara

■ Le bureau de M. Lefebvre est meublé simplement mais avec goût. Des ouvrages de référence garnissent les rayons de la bibliothèque et un graphique est étalé sur la table. De temps à autre, M. Lefebvre se sert de l'interphone pour donner des directives ou demander un dossier. La pièce a l'atmosphère de calme qui règne sur le pont d'un paquebot de ligne.

Pendant que je conversais avec lui, j'essayais de m'imaginer la scène qui s'était passée au cours d'une matinée au début de l'année dernière. Un appel téléphonique de Saint-Louis, Missouri, lui avait été signalé par interphone. Je pouvais voir M. Lefebvre faire pivoter sa chaise et prêter une oreille attentive. On demandait immédiatement une équipe indépendante d'ingénieurs pour vérifier les plans d'un pipe-line de gaz naturel en Algérie et pour conseiller les responsables sur les spécifications relatives aux conduits et aux stations de pompage. Le travail qui aurait été exécuté normalement en quatre ou cinq mois devait être terminé en l'espace de deux mois. Après avoir consulté son agenda et pris connaissance de la disposition de son personnel, il décida que la chose était possible. La société Gendron et Lefebvre n'avait jamais travaillé à l'étranger, mais elle possédait les connaissances techniques nécessaires et se réjouissait de l'occasion d'accomplir cette tâche.

Aux yeux du profane, le monde de l'ingénieur et du pétrolier est peuplé d'organismes compliqués aux noms étranges. Sonatrach est la société nationale de pétrole de l'Algérie et s'occupe de toutes les étapes, à partir des travaux de recherche jusqu'à la mise en marché du pétrole et du gaz naturel. En juin 1967, l'Algérie a signé une entente en vertu de laquelle elle s'engageait à fournir à la France 480 milliards de thermies* de gaz au cours de la période de quinze ans commençant en 1970-1971. A cette fin, Sonatrach devait construire un second pipe-line reliant les champs de gaz de Hassi R'Mel à la côte. Somalgaz, entreprise associée à Sonatrach et à la société française Erap, serait chargée des usines de liquéfaction et des navires servant à transporter le gaz par la mer.

Scandia Consult, société internationale d'experts-conseils, fut chargée d'étudier le projet en tenant compte de l'éta-

blissement possible de nouvelles industries le long de la voie du pipe-line. La Betchel Corporation et Sofrégaz, filiale technique de Gaz de France, examinèrent les routes possibles. Le choix fut limité à deux routes, chacune ayant ses partisans. Le temps filait et il était impossible d'en arriver à une décision. C'est à ce point que les Canadiens furent appelés à évaluer les données et à choisir la route la plus rentable qui permettrait le débit le plus considérable. On leur demanda également de spécifier le diamètre des conduits, la pression d'exploitation et l'équipement de filtrage.

Claude Lefebvre se mit immédiatement en route pour Alger. Les membres de l'équipe n'eurent pas le temps de se procurer des visas avant leur départ, ce qui leur causa quelques ennuis. Toutefois, M. Lefebvre put bientôt se mettre au travail et commença par répartir les tâches de sorte que six ingénieurs puissent travailler simultanément. Le manque d'ordinateurs, d'ouvrages de référence et de collègues posait un problème qui fut résolu par des voyages périodiques au Canada. Les services de dactylographie et de bureau pour ce genre spécial de travail faisaient également défaut. D'un autre côté, deux des membres de l'équipe n'en étaient pas à leurs premières armes en Afrique du Nord.

Les spécifications du gazoduc furent établies pour la date fixée. On choisit des conduites d'un diamètre de 40 pouces qui relieraient Hassi R'Mel à Skikda (connue auparavant sous le nom de Philippeville), sur une distance d'environ 380 milles. Des ramifications en cours de route achemineraient le gaz vers un certain nombre de villes de l'Algérie de l'Est, ce qui aiderait considérablement les industries de la région entière. Sonatrach a confié la construction du pipe-line à Sofrégaz. La pose des canalisations devait débuter en juin 1968.

L'Algérie a signé trois contrats visant l'achat de tuyaux d'acier. L'Italie en fournira 35,000 tonnes en échange de minerai de fer, le Japon, 42,000 tonnes en échange de minerai de fer et de fonte en gueuse et le Comptoir Franco-Belge d'Exportation de Tubes d'Acier, 114,000 tonnes en échange de vins et de minerai de fer.

C'est le hasard qui a permis à Gendron et Lefebvre d'obtenir son premier contrat outre-mer. La société aimerait exécuter d'autres travaux en Afrique du Nord, ou n'importe où ailleurs à vrai dire. «Nous ne pouvons nous attendre à recevoir un appel téléphonique d'un collègue chaque fois, me dit M. Lefebvre. Nous sommes à la recherche de nouvelles affaires maintenant que notre intérêt a été éveillé. La Mission Chevrier dans les pays francophones de l'Afrique a promis de l'aide du Canada, ce qui devrait nous ouvrir des débouchés. Mais notre expérience a démontré que, même si un marché semble inaccessible, il existe toujours des possibilités pour une société canadienne qui est prête à s'y rendre à bref délai».

—M. A. JOHNSTON

Rédacteur adjoint de «Commerce extérieur»

* 1 thermie = 3,968 B.T.U.

En cas de non-livraison renvoyer à:
L'Imprimeur de la Reine, Ottawa, Canada

CANADA
POSTAGE PAID
PORT PAYÉ

