

commerce extérieur

En Allemagne,
l'expansion se poursuit:
Quoi et comment vendre

Ministère de l'Industrie et du Commerce, Canada



Mai/1970



Dans ce numéro

La plupart des textes de ce numéro sont consacrés aux possibilités d'exportation vers la République fédérale d'Allemagne qui est devenue le pays le plus industrialisé et le plus riche de l'Europe. Fait intéressant à noter, et qui reflète la prospérité croissante de ce pays qui pourtant a été déchiré par les guerres deux fois en une seule génération, son niveau de vie se rapproche constamment du nôtre. Autre fait remarquable et que nous avons peine à comprendre, le chômage y est pratiquement inconnu et il leur faut même importer de la main-d'oeuvre de l'extérieur.

La photographie de page couverture donne un aperçu de la splendeur des grandes villes de l'Allemagne nouvelle. C'est une vue prise le soir de la Koenigstrasse, dans le coeur du secteur commercial de la ville de Dusseldorf, et à proximité des vastes usines sidérurgiques de la vallée de la Ruhr. Par ailleurs, la couverture arrière met en vedette l'importante industrie allemande de la machinerie. La photo a été prise dans l'aire des étalages extérieurs de la Foire de Hanovre qui attire chaque année un nombre croissant d'exposants et d'acheteurs. Ce

numéro contient en outre des précisions intéressantes au sujet des foires commerciales qui ont lieu toute l'année durant en Allemagne occidentale.

On se souvient que la situation économique de l'Allemagne a connu, au cours des derniers mois de 1969, quelques changements essentiels. L'expansion s'est poursuivie au même rythme, mais une série de grèves ainsi que des augmentations de salaires accordées vers la fin de l'été ont semblé annoncer la fin d'une longue période marquée par une remarquable stabilité des prix. Par contre, ce qui n'a pas changé, c'est l'excédent considérable de la balance commerciale.

Durant les neuf premiers mois de 1969, les achats de l'Allemagne au Canada se sont élevés à quelque 157 millions de dollars canadiens, soit 20 p. 100 de plus que pendant la période correspondante de 1968. Les matières premières et les produits semi-finis canadiens, notamment les minéraux et les produits forestiers, devraient trouver des débouchés accrus dans la République fédérale. Par ailleurs, on peut s'attendre à ce que les capitaux allemands jouent un rôle de plus en

plus important dans la mise en valeur des ressources canadiennes, en vue de procurer à l'industrie de ce pays des sources d'approvisionnement sûres en uranium, pétrole, gaz, fer et autres minéraux, ainsi qu'en pâte et papier.

Les exportateurs canadiens désireux de s'introduire sur le marché allemand ne doivent pas oublier que la concurrence y est vive et qu'il y a lieu de déployer en effort soutenu sur le plan de la promotion. Par ailleurs, les bureaux du Service des délégués commerciaux canadiens à Bonn, Hambourg et Dusseldorf connaissent très bien ce marché et sont en mesure d'aider les exportateurs canadiens à explorer les possibilités qui s'offrent à leurs produits.

Le Service des délégués commerciaux annonce la nomination de nouveaux représentants qui seront en poste dans divers pays étrangers après un solide cours de formation au Canada, y compris la visite de plusieurs industries canadiennes. On trouvera dans ce numéro la liste des nouveaux membres du personnel et des postes qui leur ont été assignés à l'étranger.

commerce extérieur



Fondé en 1904. Publié tous les mois
par le ministère de l'Industrie et du
Commerce.

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

L'hon. Jean-Luc Pepin, ministre

L'hon. Otto Lang, ministre d'État
et ministre de tutelle de la Commission
canadienne du blé.

M. J. H. Warren, sous-ministre.

Prière d'adresser toute la correspon-
dance à: l'Éditeur, «Commerce exté-
rieur», Tour «B», Place de Ville, 112,
rue Kent, Ottawa, Canada.

O. Mary Hill, rédactrice

Vol. 121 N° 5

Mai 1970

Le marché allemand

Allemagne: l'expansion se poursuit	2
Comment faire des affaires avec l'Allemagne?	5
Métaux et minéraux	8
Les produits de l'agriculture	10
Cheptel laitier	12
Vendez aux Forces canadiennes en Europe	15
Un voyage d'affaires en Allemagne	16
Visite à une foire allemande	21

Articles

L'industrie chimique allemande en pleine expansion	14
La mode féminine en Afrique du Sud	26
L'agriculture japonaise va de l'avant	29
Délégués commerciaux adjoints envoyés à l'étranger	30

Rubriques

Tournées des délégués commerciaux	33
Nouveaux bureaux commerciaux aux États-Unis	33
Règlements tarifaires et commerciaux étrangers	34
Actualités commerciales	36
Cours du change étranger	38
Renseignements concernant le marché: Autriche	40

Abonnements

\$2 par année au Canada, \$5 à l'étran-
ger, 25c 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.

Allemagne: l'expansion se poursuit

Grâce à la demande de matières premières industrielles, de produits spéciaux et même de biens de consommation de luxe, nos ventes sont passées à 277 millions de dollars en 1969. Des échanges sur le plan technique et des entreprises conjointes ouvrent de nouveaux horizons.

R. R. PARLOUR
Conseiller commercial à Bonn

La situation économique de l'Allemagne a connu, au cours des derniers mois de 1969, quelques changements essentiels. L'expansion s'est poursuivie au même rythme, mais une série de grèves ainsi que des augmentations de salaires accordées vers la fin de l'été ont semblé annoncer la fin d'une longue période marquée par une remarquable stabilité des prix. Le nouveau gouvernement, arrivé au pouvoir en octobre, a reconsidéré la politique fiscale et économique et approuvé la réévaluation du Deutsche Mark au taux de 3.66 DM pour un dollar américain. On s'attendait que cette opération ralentisse l'expansion. Elle a eu pour effet de renchérir les exportations allemandes de 9.3 p. 100 et de réduire le prix des importations de 8.5 p. 100. Par ailleurs on a supprimé la détaxation spéciale de 4 p. 100 sur les importations ainsi que la surtaxe de 4 p. 100 sur les exportations, qui avaient été appliquées pendant un an. Ce qui n'a pas changé, par contre, c'est l'excédent considérable de la balance commerciale, **les importations aussi bien que les exportations étant supérieures à ce qu'elles étaient un an auparavant et l'excédent net des exportations se maintient.**

En décembre 1969, les conseillers économiques du gouvernement ont annoncé que les niveaux élevés de production et d'emploi se maintiendraient pendant l'année à venir. Ils ont fait remarquer que les deux tiers des exportations allemandes prenaient le chemin des pays de l'Europe occidentale, où on prévoit que la demande de produits allemands restera très forte en 1970. Par suite des récentes hausses de prix, de la réévaluation du Deutsche Mark et des adaptations des droits de douane,

ils ont estimé que le prix moyen des exportations allemandes s'était élevé au total de près de 3.5 p. 100. On s'attend à ce que, dans l'avenir, les prix à l'exportation s'élèvent à peu près au même rythme que ceux des concurrents de l'Allemagne. On prévoit pour 1970 un accroissement de 8 p. 100 des exportations. Par ailleurs, on pense que les importations augmenteront de quelque 13 p. 100 au cours de cette année, car les produits étrangers, du fait des prix intérieurs, qui sont élevés, sont devenus plus compétitifs. C'est pourquoi il se peut que, dans l'ensemble, l'excédent des exportations se réduise quelque peu.

Eu égard à cette perspective, le gouvernement espère louver entre les risques d'accroissements excessifs des prix et des salaires qui pourraient se faire jour au cours du premier semestre de 1970 et une récession possible pendant le second semestre.

Le gouvernement poursuivra son objectif—*"la stabilisation sans stagnation"*—en pratiquant une politique financière visant à favoriser une diversion progressive de la production industrielle des marchés étrangers vers le marché intérieur. Il envisage également des consultations plus larges et une coopération accrue entre l'industrie, le monde ouvrier et l'agriculture, une meilleure coordination des politiques économiques à l'échelon fédéral, des Länder et des municipalités, ainsi qu'une coopération plus étroite avec les cinq partenaires de l'Allemagne au sein du Marché commun et avec le système monétaire international. A l'heure actuelle, le gouvernement examine deux propositions susceptibles d'intéresser spécialement les milieux

d'affaires canadiens. L'une vise à accroître les dépenses fédérales au titre de la science et de la technique dans des domaines tels que le traitement de l'information et la mise au point de langages d'ordinateur, et à consacrer une attention accrue à certaines priorités en matière de recherche. L'autre a pour but de garantir à l'industrie allemande des sources d'approvisionnement plus sûres en matières premières importées en octroyant des avantages spéciaux à des sociétés allemandes pour les inciter à procéder à des investissements dans des entreprises étrangères de matières premières.

Durant les neuf premiers mois de 1969, les achats de l'Allemagne au Canada se sont élevés au total à quelque 257 millions de dollars canadiens, soit 20 p. 100 de plus que pendant la période correspondante de 1968 (statistiques officielles allemandes), et ils dépasseraient 300 millions pour l'ensemble de l'année. Comme l'année passée, les principales rubriques ont été constituées par les exportations de matières premières, surtout de minéraux (déchets de cuivre, lingots d'aluminium, minerai de fer, cuivre, minerai radioactif, minéraux bruts non métalliques, amiant, laiton, minerai de molybdène, nickel, plomb et zinc, de produits forestiers, (pâtes et papier, bois de construction, contre-plaqué, papier-journal, bois de placage et carton-doublure) ainsi que de produits agricoles (blé et blé durum, graines de lin, fourrures et peaux).

Les exportations canadiennes de produits manufacturés plus élaborés ont continué de s'accroître et leur gamme s'est élargie. Au cours du premier



Lorsqu'ils achètent des produits manufacturés à l'étranger, les Allemands recherchent une conception d'avant-garde et des possibilités techniques spéciales. A preuve cette machine canadienne que l'on voit ici en train d'empiler des troncs d'arbre.

semestre de 1969, les ventes de vêtements en fourrure ont augmenté de 50 p. 100, atteignant plus de deux millions de dollars. Le caoutchouc synthétique est passé à 1.8 million de dollars et les ventes d'instruments de navigation se sont élevées à 1.4 million. Les exportations supérieures à un demi-million de dollars portent sur les produits biologiques, les tapis, les amplificateurs de son, les pièces d'avion et les cartes perforées pour ordinateurs. A noter aussi le matériel de mesure et d'essai, les lampes et les tubes électriques, les tissus de rayonne, les pièces de scie à chaîne, le matériel photographique, les distributeurs automatiques, les moteurs et pièces d'avion, les pièces détachées pour automobiles, les machines-outils, les pièces métalliques et l'alcool.

Quelles sont les perspectives d'avenir en ce qui concerne les échanges entre l'Allemagne et le Canada? Les matières premières et les produits semi-finis canadiens, notamment les minéraux et les produits forestiers, devraient trouver des débouchés accrus dans la République fédérale. Par ailleurs, on

peut s'attendre à ce que les capitaux allemands jouent un rôle de plus en plus important dans la mise en valeur des ressources canadiennes, en vue de procurer à l'industrie de ce pays des sources d'approvisionnement sûres en uranium, pétrole, gaz, fer et autres minerais, pâtes et papier. Nos exportations de produits agricoles se heurteront toujours aux obstacles constitués par la politique menée dans le cadre du Marché commun et par les excédents européens. Cependant, on peut s'attendre, même dans cette zone, à un élargissement des débouchés pour des produits de choix tels que les peaux, les graines de lin et certaines spécialités alimentaires.

Pour ce qui est des produits manufacturés, le marché allemand offre des possibilités sans cesse accrues en raison de l'augmentation de la population et des revenus. La demande de biens de consommation est particulièrement élevée, mais il faut reconnaître que, par le passé, les exportateurs canadiens n'ont pas réalisé de grands progrès à cet égard, sauf en ce qui concerne des articles spéciaux tels que les vêtements

en fourrure et des spécialités textiles. L'intérêt des Allemands pour l'artisanat, la porcelaine, les céramiques, la bijouterie de fantaisie et les articles de toilette est très vif et les idées nouvelles concernant l'ameublement, les revêtements de sol, les bateaux, les caravanes, le matériel de camping et les articles de sport bien accueillis.

Les possibilités sur le plan des biens d'équipement sont plus considérables et plus variées encore. Pour faire face aux besoins résultant de l'accroissement des transports aériens de marchandises, estimés à 30 p. 100 par an, les Allemands auront besoin de matériel de manutention. Ensuite, il faut du matériel de télémétrie pour l'industrie aérospatiale ainsi que pour les applications industrielles, scientifiques et militaires de la biophysique. En outre, divers organismes dépendant du gouvernement sont susceptibles d'acquérir du matériel pour la géophysique, l'océanographie et la météorologie. Il y a des débouchés pour les petits ordinateurs destinés à l'industrie, les centrales électriques, les oléoducs et les instruments de contrôle du climat, le maté-

riel de réfrigération à usage industriel et commercial et les composants, les commandes de chaudières à gaz et au charbon, les moteurs électriques de dimensions réduites et les moteurs hors-bord. Des composants électroniques et des tubes cathodiques pourraient être importés en vue de faire face à la demande, toute nouvelle, de téléviseurs couleur. Le matériel d'hôtellerie et de restauration va être très demandé pour les chaînes d'hôtels et de motels que divers groupements de compagnies aériennes et de compagnies pétrolières, ainsi que des sociétés de gestion d'hôtels à l'échelon international, ont l'intention de faire construire en Allemagne.

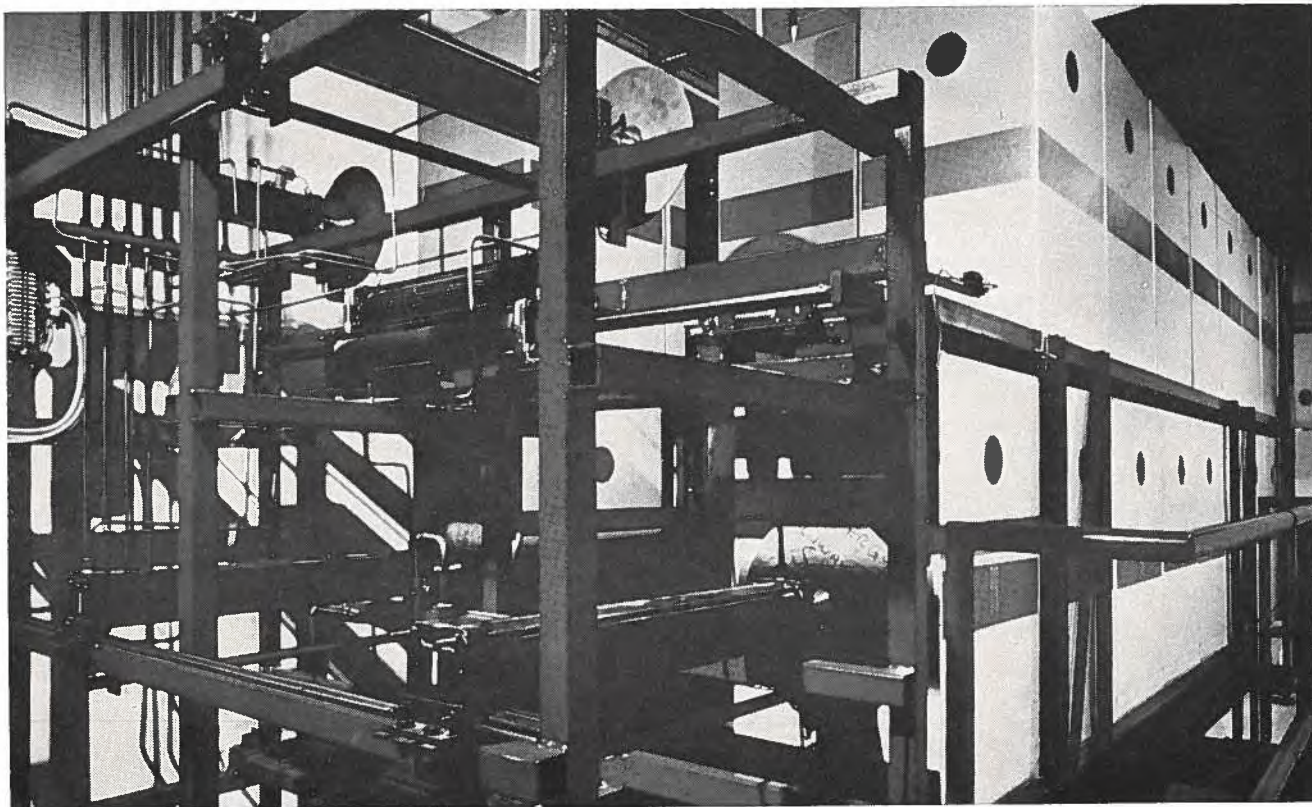
La clé du succès, en ce qui concerne les exportations de produits manufacturés vers l'Allemagne, est la "spécialité". Dans de nombreux cas, les produits courants fournis par l'industrie canadienne sont d'une qualité à peu près égale à celle de leurs homologues allemands, mais le prix à la livraison est plus élevé, de sorte que les agents ou distributeurs allemands ne s'y intéressent pas. Cependant, les produits à caractère unique ou les produits de conception avancée et résultant de

techniques de pointe retiennent presque toujours l'attention de l'acheteur. Au début, l'exportateur canadien doit s'attendre à quelques difficultés et retards imputables aux différences de langue, de mesures, de normes, de types, etc. et il arrive souvent que les premières commandes portent sur des quantités inférieures à celles que l'on a l'habitude de livrer en Amérique du Nord. Mais de nombreux fabricants canadiens ont réussi à s'implanter sur ce marché et ils peuvent espérer que leurs ventes s'accroîtront à mesure que le marché allemand se développera au point de devenir l'un des plus importants du monde.

Les échanges de marchandises, bien qu'importants, ne sont qu'un aspect des relations économiques germano-canadiennes. **Depuis quelques années, l'Allemagne est une source importante de capitaux, qui ont été convertis en obligations, en actions et autres titres canadiens, et aussi en investissements directs dans des biens immobiliers ainsi que dans de nombreuses entreprises.** On prévoit que cet afflux de capitaux se poursuivra, bien que l'organisation bancaire allemande ait, ces

dernières semaines, institué un contrôle volontaire sur les mouvements de capitaux vers l'étranger.

Par ailleurs, l'échange de licences et de procédés de fabrication industriels est susceptible d'offrir d'importantes possibilités. L'industrie allemande est à même de contribuer largement à la réalisation de produits et de procédés de fabrication nouveaux et de nombreuses firmes canadiennes sont désireuses d'avoir accès à ces connaissances grâce à des accords portant sur l'octroi de licences. En outre, il y a des possibilités, dans plusieurs domaines, en ce qui concerne des accords de coopération entre sociétés allemandes et canadiennes pour la mise en commun des techniques et des ressources en matière de fabrication, en vue de la mise au point et de la production d'articles de conception nouvelle. Cette manière de procéder présente des avantages évidents, à savoir une réduction des dépenses de mise au point et un perfectionnement sur le plan technique. Étant donné que les débouchés sont assurés dans les deux pays, la période de production est susceptible de durer assez longtemps.



La vente de cette installation de stérilisation par radiation, construite par la société Atomic Energy of Canada Limited, Commercial Products, pour un client allemand, est un autre exemple de transaction rendue possible par l'alliance de la technique et de la conception. La photographie, prise à l'intérieur de la salle de radiation, montre le mécanisme grâce auquel les boîtes d'instruments chirurgicaux se déplacent autour d'une source de cobalt 60, un produit de la société canadienne.



Les consommateurs allemands ont de l'argent à dépenser, mais ils veulent obtenir en échange des articles de bonne qualité.

Comment faire des affaires avec l'Allemagne?

Circuits de distribution, associations professionnelles, publicité, fixation des prix, conditions de paiement, normes; telles sont les questions abordées dans ce rapport.

J. H. LANG

Vice-consul et délégué commercial adjoint Hambourg

Le Canada figure parmi les très rares pays non-membres de la CEE qui ont réussi à conserver leur part du marché allemand en dépit de l'intensification des échanges intra-communautaires. Il est probable que la récente réévaluation du Deutsche Mark aura pour effet d'accroître les achats allemands dans tous les pays et les exportateurs de notre pays devraient en bénéficier également. Les sociétés canadiennes désireuses de s'assurer une part de l'équivalent de vingt-huit milliards de dollars canadiens que l'Allemagne consacre chaque année à ses importations estimeront sans doute que les renseignements ci-après sur les circuits de distribution et l'organisation du commerce peuvent leur être utiles. Il existe un certain nombre de possibilités.

1. Importateurs indépendants—De nombreux importateurs disposent de stocks considérables de produits, qu'ils revendent aux grossistes ou vendent directement aux détaillants, aux fabricants ou aux gros consommateurs tels que coopératives agricoles, hôpitaux, etc. La plupart des grossistes allemands importent dans une certaine mesure et cette activité s'intensifie en fonction du développement de la Communauté économique européenne. Les recherches effectuées à divers niveaux en vue d'évaluer l'importance de ces activités sur le plan économique ont abouti à la conclusion qu'environ 70 p. 100 des importations allemandes passaient par des firmes d'importation et des importateurs-grossistes. La plupart d'entre eux appartiennent à l'une des 95 asso-

ciations professionnelles groupées au sein du Bundesverband des Deutschen Gross-und Aussenhandels e.V. (Fédération nationale des grossistes et importateurs allemands), dont le siège est à Bonn.

2. Ventes directes aux grands magasins de détail—La part prise par les grands magasins allemands (Waren-und Kaufhäuser) dans les ventes totales au détail s'est constamment accrue. Les ventes de chacune des quatre principales entreprises oscillent entre 500 millions environ et 850 millions de dollars canadiens. Les grands magasins ont des acheteurs dans le monde entier et ils traitent directement, dans la plupart des cas, avec les fabricants. La section commerciale de l'ambassade du Canada



Il y a quelque temps, un ouragan a dévasté une forêt domaniale près de Nuremberg, ce qui a nécessité d'importants travaux de déblayage. Ceux-ci ont été effectués à l'aide de scies à chaîne de fabrication canadienne. Un groupe d'ouvriers reçoit, avant de commencer son travail, des instructions sur la manière d'utiliser ces scies mécaniques.

à Bonn a élaboré un guide des grands magasins allemands (*Short Guide to German Department Stores*), qui donne des renseignements de chacun de ceux-ci, ainsi que des conseils sur la manière d'entrer en rapport avec eux. On peut l'obtenir sur demande.

Quelque trois mille firmes s'occupent en Allemagne de ventes par correspondance (*Versandhäuser*) et la quasi totalité du chiffre d'affaires est réalisée par quatre cents d'entre elles. Leurs ventes réunies représentent 5 p. 100 de l'ensemble des ventes au détail. La section commerciale de l'ambassade du Canada à Bonn a rédigé, pour cette branche d'activité, un guide (*Short Guide German Mail Order Houses*) analogue à celui des grands magasins.

Dans certains secteurs, notamment l'alimentation et les textiles, les grossistes et détaillants indépendants se sont groupés en coopératives d'achats (*Genossenschaften*). Il est recommandé aux exportateurs canadiens de considérer ces groupes comme un marché, mais il ne faut pas oublier, par ailleurs, que la plupart des transactions effectuées avec eux portent sur des quantités très élevées et que les prix sont calculés au plus juste.

Au début de 1964, il y avait en Allemagne deux cent trente-neuf coopératives de consommation exploitant quelque huit mille magasins. Ces derniers ont été fusionnés et groupés en unités plus importantes et plus efficaces. C'est la *Grosseinkaufsgesellschaft Deutscher Konsumgenossenschaften m.b.H. (GEG)*

à Hambourg, qui est chargée des achats pour le compte de ces coopératives. Elle s'occupe aussi de la vente par correspondance de biens de consommation durables.

D'autre part, il existe des chaînes de détaillants (*Filialunternehmen*), qui vendent surtout des produits alimentaires. Depuis quelques années, on a vu apparaître des chaînes volontaires de plus en plus nombreuses dans des secteurs non alimentaires tels que le textile, les tissus d'ameublement, les appareils et la papeterie.

Bon nombre de fabricants importants ont un service d'importation qui achète des produits semi-finis aux fins de transformation ou des fournitures en vrac pour l'usage propre de la société. Les machines industrielles sont presque toujours achetées directement par l'utilisateur. Cela donne lieu habituellement à des rencontres entre les techniciens de l'acheteur et ceux du vendeur.

Les agents compétents sont très recherchés, mais, depuis quelque temps, les firmes commerciales bien implantées ont tendance à se lancer dans la représentation et les sociétés canadiennes ne devraient pas avoir de difficulté à trouver un représentant qualifié sur le marché allemand. On peut entrer en contact avec des agents de divers secteurs de l'industrie par l'intermédiaire de leurs associations, qui publient chaque mois des bulletins à l'intention de leurs membres. Il est possible de désigner soit un agent général chargé d'établir un réseau de sous-agents dans

toute l'Allemagne, soit plusieurs agents appelés à s'occuper des différentes régions.

Les principaux centres commerciaux de l'Allemagne se trouvent dans les riches agglomérations urbaines. Pour des raisons tenant à la tradition et à la géographie, ces agglomérations peuvent être groupées en zones de commercialisation correspondant exactement aux grandes divisions politiques de l'Allemagne (*Länder*). Celles-ci sont : l'Allemagne septentrionale, Hambourg; la région Rhin-Ruhr, Dusseldorf, Cologne et Essen; la région Rhin-Main, Francfort; le sud-ouest de l'Allemagne, Stuttgart; la Bavière, Munich, et Berlin-Ouest.

Les organisations commerciales jouent un rôle important dans l'économie et peuvent être utiles aux sociétés canadiennes désireuses de prospecter le marché allemand. Les chambres de commerce et les associations professionnelles sont au nombre des organisations les plus importantes. Il y a quatre-vingt-et-une chambres de commerce, (*Handelskammer*) ayant chacune leur circonscription. Toutes les sociétés et tous les hommes d'affaires inscrits au registre du commerce sont tenus d'y adhérer. Ainsi, chaque chambre représente pleinement tous les secteurs de l'industrie dans chaque circonscription, à l'exception des industries agricoles et artisanales. Chacune d'entre elles comporte un certain nombre de services spécialisés, qui sont en mesure de fournir des renseignements sur leur secteur industriel ainsi que sur les sociétés



Les magasins, conçus à l'intention d'une clientèle riche et qui a des goûts de luxe, ne manquent pas d'impressionner les étrangers qui visitent l'Allemagne. Nous voyons ici une élégante examinant en acheteuse avertie un article que lui présente un employé de bijouterie.

représentées. Ces services font souvent insérer gratuitement des demandes dans le bulletin mensuel de la chambre. Les annonces payées sont également acceptées et le tarif dépend du tirage.

Les associations professionnelles représentent presque tous les secteurs industriels, (par exemple le *Fachverband fur KnochenleimIndustrie e.V.* — groupement de l'industrie de la colle d'os). Ces organismes transmettent à leurs membres les demandes en provenance de l'étranger et fournissent des renseignements sur leur propre secteur.

Les sociétés canadiennes doivent accepter de partager les frais de publicité avec leurs agents et représentants allemands, surtout lorsqu'il s'agit de lancer un nouveau produit sur le marché. Il existe dans ce domaine d'excellents services et moyens pour faciliter le lancement et la distribution des produits.

La publicité allemande est extrêmement variée et s'apparente à beaucoup d'égards à ce que l'on voit en Amérique du Nord. De nombreuses agences ont des filiales canadiennes qui offrent une gamme complète de services publicitaires. Ces agences sont rémunérées sous la forme de commissions versées par les media et non par le client. Des divers supports publicitaires, la presse (journaux et revues) vient au premier rang, suivie de la publicité directe. Le répertoire publié chaque année à l'intention de la branche de la publicité, le *«Leitfaden fur Presse und Werbung»* donne des renseignements détaillés sur chacun des media et indique les tarifs.

Il y a en Allemagne un certain nombre d'organismes s'occupant d'études de marché. Ceux-ci comptent, estime-t-on, parmi les plus avancés d'Europe.

Les foires allemandes constituent un intermédiaire extrêmement utile pour la vente. Non seulement elles sont l'endroit par excellence où l'on peut exposer les produits et trouver des représentants, mais elles permettent d'examiner les produits et les innovations les plus récents dans un secteur déterminé. (Voir article à la page 21).

Les acheteurs allemands préfèrent les prix c.a.f., calculés sur la base de la livraison dans un port allemand ou un autre port du continent. Pour les biens de consommation, on indique d'habitude le prix des marchandises déchargées, y compris les droits d'entrée allemands. Pour les biens d'équipement et les matières premières, il suffit en général d'indiquer les prix c.a.f. ou f.à b.. Mais les sociétés canadiennes doivent être prêtes à fixer des prix sur n'importe quelle base préférée par les acheteurs allemands. Les conditions de l'offre doivent être claires et précises. Par ailleurs, il se peut que les sociétés allemandes demandent une facture pro forma pour voir comment se présenterait effectivement l'envoi.

Les conditions de paiement varient considérablement, en partie d'après les produits, et elles peuvent fluctuer légèrement en fonction de l'évolution du marché. D'habitude, le délai est de 30 à 90 jours lorsqu'il s'agit de ventes sur compte courant. Le paiement des machines coûteuses construites d'après les spécifications du client peut s'effectuer comme suit: un tiers lors de la passation de la commande, un tiers à

la livraison et le solde suivant le calendrier convenu. Les fournisseurs de la C.E.E. accordent souvent des conditions prévoyant le paiement dans un délai de 90 jours et un crédit en blanc. Si la solvabilité de l'acheteur est bien connue, il n'est pas rare que l'on demande d'être payé par lettre de crédit. L'escompte en cas de règlement rapide est une pratique courante en Allemagne. L'acheteur bénéficie en général d'une remise de 2 p. 100 si le paiement a lieu dans un délai de 10 jours. Il convient d'accuser réception le plus tôt possible des commandes reçues et de respecter strictement les délais de livraison. Les envois doivent être conformes au contrat et aux échantillons que l'importateur allemand peut avoir vus.

La langue préférée est, bien entendu, l'allemand, mais la plupart des grandes sociétés sont à même de correspondre en anglais et en français. On ne saurait trop souligner combien il est important que la documentation à caractère publicitaire destinée au public soit rédigée en allemand.

Le *Deutscher Normenausschuss* (DNA) a déjà établi plus de 11,000 normes industrielles. Celles-ci sont publiées et peuvent être obtenues contre paiement d'une somme minime. Les normes DIN ne sont pas obligatoires, mais les hommes d'affaires préfèrent les produits qui y répondent. C'est ainsi que les cuillers en matière plastique de fabrication canadienne conviennent à l'acheteur allemand, mais l'emballage, non conforme à la norme DIN, est trop grand pour le présentoir de modèle courant qui s'adapte au véhicule des marchands de crème glacée. D'autres organismes sont habilités à homologuer les installations de chauffage, les appareils électriques et les installations d'eau, qui doivent être vérifiés et reconnus sûrs avant d'être mis en vente sur le marché allemand. Un projet de loi récemment déposé va rendre plus sévères les exigences en matière de sécurité concernant l'équipement mécanique, les appareils électriques et les jouets.

Pour les poids et mesures, on a recours au système métrique. Les hommes d'affaires allemands tiennent à ce que les milles à l'heure, les livres par pouce carré, les pouces d'eau par acre, etc. soient convertis en unités qui leur sont familières. Cela peut entraîner une perte de temps considérable pour les deux parties.

Métaux et minéraux

A. E. GRANT
consul et délégué commercial à
Dusseldorf

L'expansion qui a caractérisé l'ensemble des industries allemandes en 1969 s'est surtout manifestée dans le secteur des métaux et des minéraux. La production, pour ce qui est de la plupart des métaux, a progressé à vive allure durant ces douze mois et la demande de produits importés s'est maintenue à un niveau élevé. Les importations en provenance de notre pays ont augmenté considérablement au cours des neuf premiers mois, mais la diminution des livraisons de nickel au cours du second semestre a eu pour effet de tempérer quelque peu les progrès importants qui avaient marqué la première partie de l'année.

Nos lecteurs trouveront ci-après un aperçu de la situation dans quelques-uns des principaux secteurs.

Avec leurs carnets de commandes remplis au maximum, les sidérurgistes allemands peuvent être satisfaits d'une année qui a vu une production record. En dépit de l'optimisme prudent dont les milieux intéressés faisaient montre au début de l'année, la production s'est maintenue, en 1969, au même rythme que l'année précédente. Selon les estimations actuelles, les chiffres définitifs dépasseraient d'au moins 4.5 millions le niveau atteint en 1968, c'est-à-dire 40.5 millions de tonnes. Les chiffres d'octobre 1969 s'établissent à 4.08 millions de tonnes, soit une augmentation de 3.6 p. 100 par rapport au record précédent, établi en mars.

Voilà qui, à première vue, semble annoncer un avenir assez prometteur pour les sidérurgistes. Cependant, les perspectives sont assombries par un certain nombre de facteurs importants susceptibles de nuire, en fin de compte, à la position concurrentielle de l'acier allemand dans les années à venir. Il est vrai que la production a augmenté, mais il en est de même des prix de revient. En outre, la récente réévaluation du mark réduira quelque peu l'attrait de l'acier allemand sur les marchés d'exportation, une fois que la demande aura fléchi. Par ailleurs, les plans de modernisation et

de développement en cours de réalisation dans d'autres pays, notamment au Japon, obligent les industriels allemands à se préoccuper de la modernisation de leurs installations.

La demande d'acier dans le monde continuera de s'accroître dans les prochaines années, mais il faudra compter, à cet égard, avec les fluctuations inhérentes aux conditions propres à la sidérurgie. C'est pourquoi les producteurs d'acier songent à des plans de modernisation qui leur permettront non seulement de tirer profit de l'accroissement de la demande, mais encore de traverser les périodes creuses sans travailler à perte.

Selon des informations émanant de l'industrie charbonnière allemande, de très nombreux ménages ont dû faire face à la situation créée par un hiver long et rigoureux. Par suite de l'activité fébrile qui a régné dans l'industrie sidérurgique durant l'année écoulée, les stocks de charbon—25 millions de tonnes—dont on disposait il y a seulement un an et demi ont été complètement épuisés et on prévoyait pour cet hiver une légère pénurie.

Pour remédier à cela, les Allemands se sont tournés vers toutes les sources disposant d'excédents pour l'exportation et c'est ainsi qu'ils ont acheté du charbon à des pays aussi éloignés que l'Inde. L'offre mondiale étant à peine suffisante, il ne fallait pas s'attendre à ce que les importations permettent de couvrir entièrement le déficit et de nombreux ménages en ont subi les conséquences.

Le gaz naturel et le mazout pourraient remplacer le charbon pour le chauffage domestique, mais les producteurs de ces deux secteurs n'ont pas été en mesure, pour des raisons d'ordre fiscal, de vendre moins cher que les fournisseurs de charbon à cause des excédents de l'an dernier. Le passage du charbon au mazout sur le plan domestique constituerait un processus de longue durée en raison du nouveau matériel qu'il faudrait acquérir et de l'augmentation des frais d'exploitation qui en résulterait. Il serait préférable que les sidérurgistes procèdent eux-mêmes à la conversion, ce qui

permettrait d'employer une plus forte quantité de charbon domestique.

A l'heure actuelle, une telle solution serait peu rentable, car l'industrie serait obligée de payer la taxe sur le mazout, de sorte que ses frais de production seraient plus élevés.

Cependant le mazout et le gaz naturel commenceront à s'implanter—cela n'est guère douteux—sur le marché dans une assez large mesure au cours des prochaines années. Par ailleurs, grâce au développement de l'énergie atomique, l'économie allemande ne dépendra plus autant du charbon.

Avant 1940, la part de l'Allemagne dans la production mondiale d'aluminium était de 25 p. 100. Depuis lors, la position de ce pays s'est constamment dégradée, au point qu'en 1968 elle n'était que de 4 p. 100 à peine dans cette production.

En raison de l'industrialisation très poussée et de la demande sans cesse accrue d'aluminium et de produits en aluminium, l'Allemagne a été obligée d'acheter à l'étranger pour satisfaire les besoins des consommateurs. Selon les estimations, les importations d'aluminium brut en 1968 auraient dépassé la production de ses propres fonderies pendant cette même année d'environ 300,000 tonnes.

Durant les vingt années qui ont suivi la fin de la guerre, on n'a pas fait grand-chose pour réduire cette dépendance à l'égard des importations, surtout en raison du coût élevé de l'énergie nécessaire à la fabrication. Ce coût représente, en effet, près d'un tiers des dépenses totales de production. Les frais d'acheminement de la matière première vers les fonderies n'ont jamais constitué un véritable élément de dissuasion.

Les producteurs d'énergie se sont rendu compte qu'il était intéressant pour eux d'avoir sur leur territoire de gros consommateurs tels que les fonderies d'aluminium. C'est pourquoi ils offrent des tarifs réduits pour les inciter à s'y installer. La mise en service de centrales nucléaires—qui sont une source d'énergie rentable—favoriserait

aussi, estime-t-on, le développement des fonderies en Allemagne.

On prévoit que trois nouvelles fonderies d'aluminium entreront en activité en 1970 ou au début de 1971 et que la production débutera dans deux autres au cours des cinq ans à venir. La capacité réunie de ces fonderies ajoutera 291,000 tonnes par an à la production allemande. Cette production supplémentaire, ajoutée à celle des autres pays européens d'ici trois ou quatre ans, augmentera de 1.33 million de tonnes le potentiel global de l'Europe.

Étant donné que cette capacité supplémentaire sera supérieure à la demande prévue d'aluminium en Allemagne, il faut s'attendre à une vive concurrence et il sera peut-être nécessaire d'imposer certaines restrictions pour empêcher la surproduction. Mais les producteurs d'aluminium sont persuadés que cette capacité excédentaire va inciter à la consommation et ils espèrent résoudre le problème en multipliant leurs efforts en vue de vendre davantage et en trouvant de nouvelles applications. Ils sont également encouragés par le fait que la consommation d'aluminium par habitant est passée de 3.9 livres en 1950 à 25.9 livres en 1968.

C'est dans l'industrie de la construction que l'emploi de l'aluminium a progressé le plus rapidement—et de loin—au cours de la dernière décennie. Dans ce secteur, en effet, la consommation a plus que triplé. Les perspectives d'expansion y paraissent illimitées. Des quantités croissantes d'éléments structuraux en aluminium sont acceptées aisément par les architectes et constructeurs allemands et l'emploi de ce métal comme revêtement extérieur des immeubles à usage de bureaux s'est imposé depuis les années postérieures à 1950. Il reste encore beaucoup à faire pour en développer l'emploi dans la construction des logements, où les perspectives sont brillantes en ce qui concerne portes et fenêtres.

L'industrie allemande des transports reste le principal consommateur d'aluminium. Celui-ci est largement employé dans la construction des camions réfrigérés et des camions-citernes ainsi que dans l'industrie des voitures de tourisme. Les perspectives sont favorables pour ce qui est de l'emploi de l'aluminium dans l'industrie des trans-

ports lourds, notamment pour la fabrication des wagons de chemin de fer, des tramways et des voitures de métro. Le développement des transports maritimes par containers aura également pour effet de stimuler la demande. Par ailleurs, l'avenir est prometteur en ce qui concerne les industries de l'emballage, des instruments de haute précision, de l'optique et de l'électricité. Du fait de la pénurie de cuivre dans le monde et de la hausse des prix que celle-ci a entraînée, l'emploi de l'aluminium en tant que produit de remplacement s'est développé.

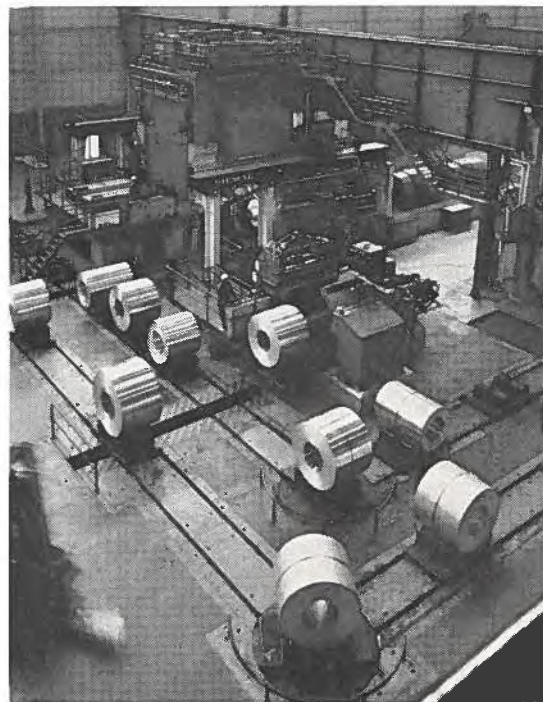
Avec six centrales électronucléaires déjà en activité, six autres en construction et quatre au stade de la conception, l'Allemagne continuera d'être un marché important pour l'uranium enrichi. Les estimations relatives aux besoins de l'Allemagne en énergie entre 1970 et 1980 indiquent qu'il faudra produire au total 50,000 mégawatts de plus pour faire face à la demande croissante d'électricité, dont 50 p. 100 seraient fournis par des centrales électronucléaires. Ensuite, l'utilisation de l'énergie nucléaire augmentera constamment jusqu'en l'an 2,000. Elle représentera alors quelque 85 p. 100 du total de la production de l'Allemagne.

Ne disposant que de ressources limitées en uranium, l'Allemagne sera obligée d'importer pour faire face à ses besoins. On estime que ceux de

l'ensemble des centrales électronucléaires allemandes d'ici à 1980 oscilleront entre 35,000 et 50,000 tonnes.

A la suite des grèves qui ont récemment arrêté la production de nickel au Canada, l'Allemagne s'est trouvée aux prises avec une grave pénurie dans toutes les branches de l'industrie. Pour remédier à cette situation, les importateurs allemands ont cherché un peu partout d'autres sources. Ils ont acheté à peu près tout ce qui contenait ne serait-ce qu'une très minime quantité de ce métal.

Étant donné que des restrictions à l'exportation ont été instaurées au Canada, **on prévoit que la pénurie de nickel se fera encore sentir en Allemagne durant un certain temps** et la plupart des utilisateurs n'ont d'autre possibilité que de réduire considérablement leur production. Les milieux proches de l'industrie prévoient que bon nombre de ces firmes devront cesser toute activité si les approvisionnements en provenance du Canada n'augmentent pas. L'annonce récente de la découverte de vastes gisements de nickel en Australie a fait poindre une lueur d'espoir. La situation sur le plan des approvisionnements restera difficile durant les prochaines années, **mais les perspectives à longue échéance indiquent que les producteurs canadiens devront faire face à une concurrence de plus en plus vive sur le marché allemand.**



Le plus grand laminoir d'aluminium d'Europe se trouve à Norf, près de Dusseldorf: la photo ci-dessus montre une partie de l'installation de laminage à froid, dont la capacité est de 70,000 tonnes métriques par an. La société Alcan Aluminium Limited participe à cette entreprise à raison de 50 p. 100.

Les produits de l'agriculture

Pour les céréales, les graines oléagineuses, les fourrures et les peaux, ainsi que certains produits d'épicerie, il y a des débouchés en Allemagne, où les super-marchés et les magasins à libre service sont de plus en plus nombreux.

C. D. CALDWELL,
secrétaire commercial adjoint (Agriculture) à Bonn.

L'Allemagne, quatrième importateur de produits agricoles dans le monde, ne se suffit à elle-même qu'à concurrence de 78 p. 100 environ dans ce domaine. Mais cela ne signifie pas que ce soit un marché d'accès facile. Au contraire, la concurrence y est très vive, la clientèle attache une grande importance aux prix et à la qualité, et elle est assez traditionaliste. En outre, ce marché est protégé par la politique agricole commune de la C.E.E. Cependant, comme partout, il y a des possibilités allant des produits de base tels que céréales et bétail aux produits de transformation les plus raffinés. Chacun d'entre eux doit être considéré séparément. Dans chaque groupe, il y a des produits pour lesquels les possibilités d'écoulement sont limitées ou nulles. Parmi ceux-ci, citons les produits laitiers (à l'exception, peut-être, des spécialités de l'industrie fromagère), les bovins, de nombreuses conserves de fruits et légumes, les semences non homologuées, la majorité des fruits et légumes frais, ainsi que la viande fraîche.

Le blé.—Depuis longtemps, celui-ci est notre principal produit agricole d'exportation vers l'Allemagne. En 1969, il représentait près des trois quarts de nos ventes de produits agricoles à ce pays, lesquelles se sont élevées au total à 40 millions de dollars. Malheureusement, le marché du blé dur de printemps se détériore. Étant donné que la consommation de pain par habitant est en diminution, qu'il est moins important d'ajouter du blé à haute teneur en protéines par suite de l'amélioration des techniques de mouture, et que la qualité des variétés cultivées sur place s'est améliorée, la demande de blé de qualité tel que le Manitoba est sensiblement moins forte.

Le blé durum.—Les ventes de durum canadien ont également diminué ces



Les Allemands raffolent des manteaux de fourrure aux lignes élégantes en rat musqué avec garniture de renard rouge.

dernières années, mais il n'en est pas de même pour ce qui est des achats allemands. La question qui se pose à cet égard est celle de savoir si les fabricants allemands de pâtes pourront encore résister longtemps à la concurrence résultant des importations moins chères en provenance d'Italie. S'il en est ainsi, ce qui est probable, l'Allemagne restera un important marché pour les durums.

Autres céréales.—Les perspectives, à cet égard, ne sont pas très favorables. Il est difficile pour nous, en effet, de

résister à la concurrence des céréales alimentaires moins chères fournies par les États-Unis et d'autres pays. Cependant, à mesure que l'élevage du bétail prend de l'ampleur, le marché des céréales alimentaires se développe. Il pourrait offrir à l'avenir un important débouché. Un effort accru sur le plan de la promotion permettrait d'améliorer dans une certaine mesure nos ventes de blé et d'autres céréales.

Graines oléagineuses.—L'Allemagne achète des quantités très considérables de graines de lin canadiennes et nos exportations de graines de colza sont encourageantes. Ce sont les graines de soja américaines qui l'emportent sur le marché des graines oléagineuses de la zone tempérée, mais, étant donné qu'on cultive également le colza en Allemagne, notre position est assez favorable, car de nombreuses huileries allemandes sont dotées du matériel nécessaire pour traiter ce produit. Les techniques canadiennes en matière de culture et d'utilisation de l'huile et des tourteaux de colza sont très avancées, ce qui constitue un atout pour nous. Pour développer nos ventes, il faut des techniques et déployer un effort continu.

Perspectives favorables, également, pour les **graines de tournesol et de moutarde.**—C'est un secteur où nous avons bien réussi jusqu'à présent, bien que les ventes tendent à être sporadiques. Nous pourrions même exporter des graines de tournesol en cosques pour être vendues grillées et salées.

Viande.—Nos exportations vers l'Allemagne sont fortement ralenties par les règlements sanitaires en vigueur dans ce pays. Ainsi, on n'y autorise pas l'entrée de viande fraîche en morceaux, ce qui limite les débouchés aux abats comestibles et à la viande cuite et traitée. Les foies de bœuf, les rognons, les

cœurs et autres abats sont utilisés par les fabricants de saucisses et d'aliments pour animaux familiaux. Ceux-ci s'adressent à des fournisseurs canadiens pour faire face à une partie de leurs besoins. Les Allemands apprécient beaucoup les spécialités de viande cuite, mais la concurrence est très forte et les fabricants canadiens n'ont pas très bien réussi par le passé.

Bétail.—L'article publié page 12 a trait au bétail laitier. Il y a aussi des débouchés pour des races spéciales de porcs canadiens, surtout pour l'élevage expérimental. L'hybridation des porcs est une activité encore très récente en Allemagne et les producteurs canadiens ont un avantage considérable sur le plan technique. Nous pourrions exporter des porcs et échanger des licences concernant certaines races hybrides. L'Association des éleveurs de porcs allemands réalise actuellement un vaste programme de recherche sur l'hybridation des porcs en utilisant, entre autres, des races canadiennes. Si les résultats obtenus avec les porcs canadiens sont favorables, nous pourrions en exporter davantage. Le programme vient de débuter, mais il devrait déjà donner des résultats au cours des deux prochaines années.

Fourrures.—Le marché est prometteur. Ces dernières années, nos ventes ont fortement augmenté, notamment celles de vêtements en fourrure. Les ventes canadiennes ont suivi de près le développement du marché allemand, mais notre part est restée essentiellement la même. Il est difficile d'inciter les acheteurs allemands à assister à des enchères dans notre pays parce que celles-ci sont très nombreuses et assez peu importantes alors qu'aux États-Unis et en Scandinavie, elles portent sur des quantités de loin supérieures. Nos faibles ventes aux enchères n'offrent pas aux acheteurs européens la variété qu'ils recherchent. Si on pouvait remplacer celles-ci par des enchères moins nombreuses et plus importantes, il est probable que nous arriverions à améliorer notre position.

Pour ce qui est des vêtements en fourrure, la foire de la fourrure, qui se tient chaque printemps à Francfort, offre à nos fabricants une excellente occasion de faire des affaires. Plusieurs firmes canadiennes y vont régulièrement et nous sommes persuadés que

d'autres pourraient tirer profit des possibilités offertes par ce marché lucratif. Nos services sont à même de vous mettre en rapport avec des personnes qui vous donneront des renseignements détaillés sur la façon de procéder. La foire de Francfort a un caractère vraiment international. On y voit des acheteurs venus du monde entier, surtout d'Europe. C'est l'endroit par excellence où on trouve tout ce qu'on désire.

Peaux.—La puissante industrie allemande du cuir nous offre d'importants débouchés. Les acheteurs allemands réclament des peaux brutes de toute première qualité et cela pose un problème aux fournisseurs canadiens. Par ailleurs, les peaux de bovins se vendent très bien et nous estimons que les producteurs pourraient accroître leurs ventes s'ils faisaient plus d'efforts.

Produits de l'épicerie.—Il y a ici des problèmes difficiles en raison de la complexité du marché et de la politique agricole commune de la C.E.E. Néanmoins, le volume de nos ventes est élevé à cause des très nombreux produits figurant dans cette large catégorie.

En général, c'est pour les spécialités (ou du moins pour les produits qui ne sont pas très connus en Europe) que les perspectives sont les plus favorables. Un certain nombre de conserves de fruits sont soumises à des restrictions quantitatives (par exemple, les cerises) et s'il est vrai que nous pouvions espérer maintenir nos ventes au niveau actuel, il sera par ailleurs difficile de les développer. D'autres produits, tels les haricots jaunes, se vendent bien depuis plusieurs années, mais la concurrence accrue à l'intérieur de la Communauté rend les perspectives d'avenir incertaines. Par ailleurs, il y a de plus en plus de débouchés pour des produits tels que le miel, les pickles, les condiments, le maïs en boîte, les haricots verts, les jus de fruits spéciaux, les sauces, les mélanges pour gâteaux, les colorants alimentaires, les confiseries et autres préparations alimentaires.

La vente au détail dans l'alimentation évolue rapidement en Allemagne dans le sens du supermarché et du magasin général caractéristiques de l'Amérique du Nord.—Les détaillants et les grossistes sont néanmoins beaucoup plus traditionalistes que leurs homologues

canadiens et, pour cette raison, vendent avec une marge bénéficiaire beaucoup plus forte (15 à 30 p. 100), surtout lorsqu'il s'agit de nouveaux produits. Pour la même raison, les détaillants allemands ne sont guère enclins à prendre de nouveaux produits sans faire au préalable des sondages approfondis. C'est pourquoi les commandes initiales sont minimales et l'implantation assez lente sur ce marché est de nature à décourager les exportateurs canadiens désireux d'obtenir dès le début des commandes importantes.

Il y a encore beaucoup de petits magasins à libre service et de magasins spécialisés qui n'ont pas de stocks considérables et ne sont pas à même d'en avoir. Ils comptent sur des approvisionnements réguliers et les réclament. Cela postule un bon agent capable de détenir des stocks. L'existence de petits magasins et le manque de locaux frigorifiques dans les habitations expliquent que les commerçants n'ont pas de grands stocks de produits congelés et ne possèdent pas les installations nécessaires. Ce secteur se développe rapidement, mais, pour convaincre un propriétaire de magasin d'ajouter un nouveau produit à son rayon d'aliments congelés, déjà peu spacieux, il faut que le fournisseur fasse une offre particulièrement intéressante. La vente de produits non comestibles dans les magasins de détail prend également de l'ampleur en Allemagne, mais, ici aussi, c'est une question de temps et l'espace moyen réservé à ces articles est encore relativement restreint. En effet, ils ne représentent qu'environ 2.8 p. 100 des ventes des magasins à libre service.

Il y a en Allemagne beaucoup d'agents qui ont des contacts réguliers avec les dirigeants des grandes chaînes de magasins d'alimentation et qui s'intéressent de plus en plus à de nouveaux produits. Ces agents accompliront un excellent travail pour une firme disposée à leur donner tout l'appui nécessaire en vue de lancer un produit pour lequel il y a des possibilités. Nos délégués commerciaux en Allemagne peuvent soit vous mettre en rapport avec ces agents, soit vous mettre directement en contact avec les chaînes de magasins de détail, selon que l'une ou l'autre solution convient le mieux pour la commercialisation des produits que vous avez à offrir

Cheptel laitier

D. H. CLEMONS

Consul et délégué commercial à Hambourg.

C'est en 1881 que des immigrants hollandais ont introduit au Canada les premiers bovins pie noire. Ceux-ci étaient originaires de la Frise, berceau de la race, qui comprend les Pays-Bas septentrionaux et l'extrémité nord-ouest de l'Allemagne. Par la suite, d'autres animaux ont été importés à plusieurs reprises, la dernière fois en 1905.

En 1969, un groupe de femelles à demi canadiennes de trois ans a été présenté à l'exposition régionale de bovins de la Frise orientale, en Allemagne. Il s'agissait de génisses sélectionnées par le Directeur du service de l'élevage pour le livre généalogique des races bovines pie noire de la Frise orientale, cela en vue de montrer les améliorations susceptibles d'être apportées aux animaux de cette région grâce à des croisements avec des reproducteurs canadiens.

Dans l'intervalle, les caractéristiques du cheptel des deux pays se sont différenciées de plus en plus. Les programmes d'élevage sélectif mis en œuvre dans chacun d'eux avaient des objectifs différents et avaient été réalisés selon des rythmes différents. **Il apparaît aujourd'hui que la variante canadienne de la vache pie noire, la hollandaise-frisonne, est plus rentable dans de nombreux pays que son homologue européen.** Contrairement à ce dernier, la vache hollandaise-frisonne est surtout élevée pour la production de lait et, ainsi, convient très bien aux économies agricoles de plus en plus spécialisées. Cependant, il est surprenant qu'en Allemagne la variante canadienne n'a perdu que dans une très faible mesure son aptitude initiale à fournir aussi de la viande de bœuf ou de veau.

Comme tous les spécialistes du monde, théoriciens ou praticiens, les agronomes allemands s'intéressent vivement aux travaux de leurs collègues étrangers. Beaucoup d'entre eux ont fait des études aux États-Unis et appris à connaître, pendant leur séjour, les réalisations canadiennes. Impressionnés par les qualités de la race hollandaise de

l'Amérique du Nord et après avoir comparé les rendements lors d'une expérience effectuée à Munich, un certain nombre d'agronomes ont persuadé le ministre fédéral de l'Agriculture ainsi que l'Association fédérale des éleveurs de vaches pie noire de procéder à des expériences pour voir s'il serait possible d'utiliser les races nord-américaines en Allemagne. **A cette fin, de la semence et des taureaux canadiens et américains ont été importés en 1964 et 1965 pour être utilisés dans le cadre de trois expériences comparatives,** effectuées sous la direction des départements compétents des universités de Bonn, Kiel et Gottinghen. En outre, des éleveurs et des firmes ont été autorisés à importer, pour leur propre usage, des taureaux et des génisses. Le plus important fabricant d'aliments pour animaux est la société *Wilhelm Schoumann*.

Les résultats obtenus en divers endroits sont suffisamment comparables pour ne pas être mentionnés tous dans cet article. Ils peuvent se résumer comme suit:

Production de veau—Les taurillons allemands d'origine nord-américaine ont augmenté de poids plus rapidement (4 p. 100), que les jeunes taureaux de pure race allemande, atteignant 170 kilos, poids normal du veau pour l'abattage. Pour y parvenir, ils ont eu besoin de 1 p. 100 en moins de protéines alimentaires par kilo. La taille des races croisées était supérieure d'un pouce à celle des taurillons allemands, mais les autres mesures corporelles étaient les mêmes pour les deux groupes.

L'évaluation subjective des carcasses de veau allemandes a été de 2 p. 100 supérieure à celle des races croisées. Contrairement à ce que pensaient les Allemands, le pourcentage des os dans le poids brut de la carcasse n'était pas plus élevé pour les races croisées que pour les animaux de race allemande.

Production de bœuf—Un groupe expérimental de bœufs croisés et de bœufs

de pure race allemande a été engraisé jusqu'à 450 kilos et vendu sur pied. Les races croisées ont rapporté 6 pfennigs (1.6 cent) le kilo soit 1.5 p. 100 de moins. D'autres ventes effectuées après l'élevage ont procuré un revenu assez faible mais qui n'a pas été enregistré.

Production de lait—Une comparaison portant sur la production de lait et de beurre des génisses de race hollandaise-frisonne d'Amérique du Nord et des génisses pie noire de race allemande pure au moment de la première lactation a permis d'obtenir les résultats ci-après en 305 jours:

	Pie noire	Hollandaise-frisonne
Lait	4,381 ki.	6,028 ki.
Matières grasses	162 ki.	216 ki.
Matières grasses	3.70 pc.	3.59 pc.

Dans cette comparaison, la nourriture des animaux a été soumise à un contrôle individuel. Une autre comparaison portant sur l'élevage en pâturage a donné des résultats semblables.

Besoins alimentaires—Bien que ces besoins n'aient pu être évalués dans la comparaison effectuée en pâturage, la première comparaison, au cours de laquelle la nourriture a été contrôlée, a donné les résultats ci-après pour les cent premiers jours:

Consommation alimentaire par kilo de lait à 4 p. 100 (après déductions pour entretien)

	Pie noire	Hollandaise-frisonne
	En grammes	
Protéines brutes digestibles	72	60
Unités d'amidon	261	226

Un certain nombre de points n'ont pas encore fait l'objet d'une comparaison et les résultats ne seront connus que dans quelques années. Cependant, il

apparaît déjà clairement que la vache nord-américaine fournit 20 à 30 p. 100 de lait en plus que sa cousine allemande et que les taurillons croisés procurent en tant que producteurs de viande de bœuf et de veau, un revenu plus faible que leurs demi-frères allemands.

Jusqu'à présent, les ventes de bétail canadien sur pied se sont limitées aux animaux utilisés pour les expériences dont il est question plus haut. La plupart des croisements ont été effectués au moyen de semence importée bien plus qu'avec des animaux vivants. Néanmoins, les tout premiers résultats de cette expérience ont revêtu une portée considérable. De grandes quantités de semence sont importées par les différents centres d'élevage soit pour leur propre usage, soit pour des éleveurs privés. Des rapports enthousiastes au sujet des résultats obtenus sont communiqués à l'occasion des réunions locales d'éleveurs. Nombreux sont les centres d'élevage qui ont manifesté le désir d'acheter des taureaux du Canada.

Le problème principal réside dans le fait qu'en vertu des règlements sanitaires allemands, les animaux vaccinés contre la brucellose ou appartenant à des troupeaux vaccinés au cours des trois dernières années ne sont pas autorisés à pénétrer sur le territoire de la République fédérale. Par ailleurs, la plupart des éleveurs canadiens continuent de pratiquer la vaccination pour des motifs d'assurance. Bien que l'on puisse considérer que cette maladie a disparu dans la plupart des régions, ces éleveurs se souviennent encore de l'époque où un troupeau pouvait être décimé pratiquement en une nuit.

Une autre limitation résulte du fait que seuls quelques-uns des quatorze livres généalogiques des races bovines allemandes autorisent l'enregistrement d'animaux ayant une parenté avec les races d'Amérique du Nord, bien que les autres prennent cette question en considération. Il est également question d'établir un registre séparant les espèces. On comprend, dès alors, que les éleveurs, devant des conditions aussi incertaines, ne soient pas très enthousiastes en ce qui concerne leurs achats.

Ne désirant pas porter préjudice aux exportations de ses propres éleveurs, L'Association allemande des livres généalogiques des races bovines a décidé, du moins pour l'instant, qu'aucun



Les neuf membres de la mission allemande, s'intéressant au cheptel laitier hollandais-frisonne et qui est venue au Canada à l'automne dernier, examinent un taureau au centre d'insémination des Éleveurs de l'ouest de l'Ontario.

animal ayant du sang hollandais ou nord-américain ne pourra être présenté à la principale exposition agricole allemande. Les associations régionales, telles que celle de la Frise orientale, peuvent faire ce qu'elles veulent. Heureusement les expositions régionales ont, sur les éleveurs eux-mêmes, une portée supérieure à celle des expositions nationales.

L'Allemagne, comme toute la CEE, dispose à la fois d'une production laitière excédentaire et d'un énorme excédent de beurre. La consommation de ces produits par personne est stagnante. Par contre, la demande de viande s'accroît. A cela, il convient d'ajouter la nécessité de rationaliser les exploitations agricoles allemandes pour qu'elles puissent s'adapter au marché de la CEE. Les petites doivent être supprimées ou regroupées pour que les grandes exploitations restent rentables.

La production de lait ou de beurre ne doit pas être augmentée, mais un nombre inférieur de vaches plus productives contribuerait à cette rationalisation. Malheureusement, la diminution du nombre des vaches amoindrirait la production de bœuf et, du fait des prix élevés de la terre, l'élevage extensif de races destinées exclusivement à la production de bœuf en Allemagne semble être un non-sens économique. C'est pourquoi il est intéressant de noter que les règlements relatifs à l'importa-

tion de bœuf ont été récemment allégés et l'on peut s'attendre à ce qu'ils le soient davantage à l'avenir. A supposer que ces tendances se prolongent, il est possible que le moment soit venu de passer des vaches productrices à la fois de lait et de viande à **des vaches spécialisées dans la production de lait du type nord-américain.**

L'opposition de nombreux éleveurs allemands à l'adoption entière du type canadien de la race hollandaise-frisonne, telle qu'elle s'oppose à l'actuelle race allemande élevée dans un double but existe toujours et ne disparaîtra pas en l'espace d'une nuit. Étant donné la structure physique des fermes qui prévaut en Allemagne, il est difficile de se prononcer de façon catégorique pour ou contre l'une ou l'autre de ces deux races. Il est certain que les producteurs s'intéressent uniquement au commerce de lait liquide se sont fermement prononcés en faveur de l'adoption de l'animal du type canadien, grand producteur de lait. Cependant, le petit producteur de lait et de crème est encore tributaire de son cheptel laitier pour sa production, non seulement de lait, mais aussi de bœuf. Il met un certain temps à convenir que l'animal de type canadien est également un grand producteur de bœuf et, d'autre part, les organisations d'élevage elles-mêmes ne sont pas totalement convaincues. Elles plaident en faveur d'un programme d'élevage croisé prenant pour base la

race allemande et introduisant des animaux canadiens qui, tout en ayant une production de lait supérieure à la moyenne de la vache allemande, demeurent cependant conformes au type allemand. Ainsi, dans au moins un des livres généalogiques des races bovines, du bétail canadien a pu être introduit en Allemagne en quantité limitée. D'habitude, les vaches peuvent entrer sans restriction, mais les taureaux doivent être contrôlés et agréés par l'Association. Certains livres généalogiques des races bovines autorisent pratiquement l'entrée libre en Allemagne, alors que d'autres exigent des enregistrements de toutes sortes qui constituent des obstacles.

Abstraction faite d'un courant d'information entre le Canada et l'Allemagne, auquel collaborent activement les bureaux canadiens de Bonn et de Hambourg, on assiste à un accroissement des échanges de visiteurs. Divers fonctionnaires et éleveurs allemands sont venus au Canada pour prendre connaissance par eux-mêmes de la question et d'autres envisagent d'y venir. Pour aider le gouvernement allemand à se faire une opinion au sujet des conditions canadiennes, des règlements et des procédures sanitaires et, naturellement, du troupeau canadien hollandaise-frisonne, les ministères de l'Industrie et du Commerce a fait venir dans notre pays au mois de septembre

dernier, une mission allemande composée de vétérinaires et de fonctionnaires du service de l'élevage. L'article ci-dessous donne un rapport sur cette mission. **Les perspectives touchant la vente de semence canadienne à l'Allemagne semblent être prometteuses, car aucun problème d'hygiène ne se pose.** Pour ce qui est des importations de bétail canadien de race, l'exportation sur une grande échelle vers l'Allemagne semble difficile en raison des prix et des règlements sanitaires. Cependant, les progrès réalisés jusqu'à présent ont été beaucoup plus rapides qu'on ne l'avait prévu et les services compétents font l'impossible pour l'implanter sur ce marché.

L'industrie chimique allemande en pleine expansion

Elle poursuit, en effet, sa marche en avant et on ne constate aucun signe de surchauffe en dépit de la vague de prospérité qu'elle connaît. Cela est dû dans une large mesure au fait qu'elle a encore développé sa capacité de production durant la récession de 1966-1967.

En 1969, les investissements réunis des trois principaux producteurs—Farbwerke Hoechst, Bayer et BASF—ont dépassé 900 millions de dollars américains et on pense qu'ils se poursuivront au même rythme au cours des cinq prochaines années.

Bayer—Cette société a investi au cours des cinq années écoulées 975 millions de dollars et prévoit des investissements supplémentaires s'élevant à 1,400 millions de dollars jusqu'en 1973. Quelque 40 p. 100 de ceux-ci iront à des holdings étrangers en vue de renforcer les intérêts qu'elle possède actuellement dans cent vingt-sept usines disséminées dans 47 pays.

Les usines situées en Allemagne entrent pour 78 p. 100 dans son chiffre d'affaires, le reste provenant de soixante et une sociétés étrangères. Abstraction faite du centre pétrochimique d'Anvers et des 50 p. 100 du capital de la société japonaise Nitokumo qui lui appartiennent, la plupart de ses entreprises étrangères se trouvent en Amérique du Nord et du Sud.

Les trois plus importants holdings situés en Allemagne sont Agfa Gevaert (50 p. 100 du capital appartiennent à Gevaert), qui fournit des produits photographiques,

Erdölchemie (50 p. 100 à BP), dont le champ d'activité est la pétrochimie, et Chemische Werke (où Bayer détient 25 p. 100), qui fabrique des fibres, des insecticides, des colorants, des matières plastiques et des produits pharmaceutiques.

Les ventes à l'étranger se sont élevées à 1,925 millions de dollars, soit 61.2 p. 100 des ventes totales.

Hoechst—En 1968, les ventes à l'étranger ont représenté plus de la moitié de son chiffre d'affaires (1,975 millions de dollars) et les investissements ont atteint un niveau record: 300 millions. Pour 1969, les plans d'investissement prévoyaient 62.5 millions de dollars pour l'achat de nouveaux holdings et 200 millions pour le développement du potentiel de production intérieur.

Au cours des cinq dernières années, Hoechst s'est fortement engagé dans le domaine des fibres et possède maintenant des usines au Chili, en Irlande du Nord, en Afrique du Sud et aux États-Unis, ainsi que des intérêts dans la société Chemiefaser Lenzing AG, en Autriche. D'autres holdings étrangers importants comprennent la propriété intégrale de la nouvelle usine de Flessingue, aux Pays-Bas, ainsi que des intérêts dans la société française de produits pharmaceutiques Roussel-Uclaf. Les filiales importantes sont *Kalle KG*, *Messer Griesheim*, *Friedrich Uhde GmbH*, *Knap-sack AG*, *Chemieverwaltungsgesellschaft*.

BASF—Contrairement à Hoechst et à Bayer, la BASF n'a que quelques centres de production à l'étranger. Les exportations

ont représenté environ 50 p. 100 de son chiffre d'affaires, qui s'est élevé à 1,400 millions de dollars, tandis que 90 p. 100 de la production provenaient des usines établies en Allemagne.

L'an dernier, les investissements ont atteint 350 millions de dollars, dont la moitié a été affectée à l'extension de la capacité de production en Allemagne. Les holdings étrangers se composent d'un centre de production à Anvers (BASANT) et d'un certain nombre d'entreprises dont la propriété est partagée avec la *Dow Chemical*, aux États-Unis (*Dow Badische Company*). Des investissements considérables sont actuellement en cours au Canada. En Allemagne, la BASF a pour partenaire *Osterreichische Stickstoffwerke (Domilia Olefinwerke)*, qui fournit du polyéthylène. En outre, elle a récemment acquis 70 p. 100 du capital de la société *Herbol Werke Herbig-Haarhaus AG*, qui fabrique des produits pour la peinture, et elle s'est introduite dans le secteur des produits pharmaceutiques en achetant la société *Nordmark Werke GmbH*.

En reprenant, au début de 1969, la société *Wintershall AG*, la BASF s'est assurée plus de 50 p. 100 de la production allemande de potasse ainsi qu'un pourcentage non négligeable des ressources en gaz naturel et en pétrole du pays. (Wintershall possède également des intérêts dans le pétrole, le gaz et la potasse canadiens—note de l'éditeur)

HENRY MAHNCKE
Agent commercial, Dusseldorf.

Vendez aux Forces canadiennes en Europe

C. D. CALDWELL, Secrétaire commercial adjoint (Agriculture) à Bonn

L'Économat des Forces canadiennes (Terre) en Europe (CLFEX) a été organisé par les Forces armées du Canada pour prendre la relève de l'administration du groupe de magasins à l'usage des soldats canadiens en service dans la région de Lahr du sud-ouest de l'Allemagne. En vendant des biens de consommation tels que des denrées alimentaires, des vêtements et des produits ménagers, ces magasins de détail font un chiffre d'affaires annuel de sept à 10 millions de dollars et offrent un marché qui est captif.

Les producteurs canadiens, qui présentent des prix intéressants et une bonne qualité, devraient avoir la possibilité de bénéficier de ce marché d'exportation qu'il leur est très facile de pénétrer. L'exportateur n'a pas à se préoccuper de calculer des prix c.a.f.. Les cargaisons destinées à l'Économat de Lahr sont généralement rassemblées dans le port de Montréal à partir duquel elles sont transmises. Il n'a pas à se préoccuper non plus des droits de douane ni des autres réglementations commerciales restrictives qui peuvent éventuellement limiter les ventes au marché allemand. Les produits vendus aux Forces armées du Canada par entremise du CLFEX entrent en franchise en Allemagne en vertu d'un accord spécial et leur achat est limité aux soldats et à leurs familles. Les produits sont vendus à des Canadiens qui peuvent éventuellement les connaître et qui préfèrent les produits du Canada, ce qui représente un autre avantage. Cependant il importe de souligner que le fournisseur entrera en concurrence avec des produits non canadiens car le CLFEX peut se fournir comme il l'entend auprès de n'importe quelle source. Le prix est l'élément le plus important pour pouvoir concurrencer favorablement les fournisseurs britanniques, américains, allemands et autres. Le Canada représente moins de 15 p. 100 du total des ventes mais ayant une position favorisée il devrait accroître considérablement sa part de ce marché.

Les fabricants canadiens ne doivent pas s'attendre à s'enrichir grâce aux affaires qu'ils font avec le CLFEX car

les quantités traitées, selon les produits, sont parfois faibles. Néanmoins une telle opération peut se révéler rentable pour les fabricants qui désirent en prendre l'initiative et la poursuivre. Afin de déterminer, avec un effort minimum, si une entreprise canadienne est suffisamment compétitive pour approvisionner le CLFEX en Allemagne, nous vous suggérons de suivre le programme en cinq points suivant :

1. Déterminer le prix exact f.à.b. à Montréal.
2. Faire un paquet d'un groupe d'échantillons représentatifs ou bien, si le produit est d'un volume important ou encombrant, fournir des brochures descriptives convenables qui constitueront la phase initiale. Des échantillons vous seront peut-être demandés, quel que soit le produit, aussi vous devrez être prêt à les envoyer.
3. Si les échantillons ont une valeur importante, déterminer à quel prix de rabais vous pouvez les offrir car les autorités du CLFEX en Allemagne ne peuvent pas renvoyer des échantillons inutilisés, non commercialisables ou non satisfaisants.
4. Calculer le meilleur rabais que vous pouvez accorder contre paiement rapide et indiquer toutes remises spéciales que la société serait prête à consentir.
5. Mettre les renseignements ci-dessus demandés et éventuellement d'autres détails dans une lettre, y joindre une documentation concernant les ventes et l'envoyer à l'adresse suivante: Le commandant, Premier groupe, Forces armées canadiennes, CFPO 5000, 763 Lahr-Schw. Allemagne de l'Ouest. Adresser aux soins de M. H. Bettel, Gérant des ventes au détail. Monsieur Bettel se chargera de faire le nécessaire et fera connaître sa décision à la société concernée ou bien il lui fera savoir s'il a besoin de plus amples renseignements. C'est aussi simple que cela! Pourquoi votre société n'essaierait-elle pas d'y faire des ventes.

Voici la liste des produits qui pourraient présenter un intérêt:

Spécialités alimentaires canadiennes
Aliments d'animaux domestiques
Grille-pain
Mixeurs
Fers à repasser
Coûteaux électriques
Bouilloires électriques
Séchoir à cheveux
Gaufriers
Grills pour sandwich
Thé (non en sachet)
Gelée en poudre
Marmelade
Huile de maïs
Jus de tomate
Sauce tomate
Beurre d'arachides
Fromage Cheddar
Jambon
Volaille fraîche, congelée, en conserve
Navets frais
Pommes fraîches
Produits Cordon Bleu
Salières et poivrières
Potage aux palourdes (Clam chowder) en conserve
Haddock fumé
Sardines
Harengs
Sirop de maïs
Amidon de maïs
Jus de pomme
Autres jus de fruits
Fruits en conserve
Légumes en conserve
Viandes en conserve
Farine de ménage
Mélange à gâteaux
Farine d'avoine
Garnitures de tartes
Œufs de saumon
Crevettes
Homards
Équipement de hockey
Bottes d'hiver
Vêtements d'hiver de toutes sortes
Chaussures
Chemises d'homme
Radio, électrophone et téléviseur de maison

Une autre suggestion: si un échantillon vaut la peine d'être envoyé, envoyez-le par courrier aérien. A moins que cet échantillon ne soit très grand et volumineux, envoyez-le par avion, sous pli séparé, avec une copie de la lettre.

Un voyage d'affaires en Allemagne

À quoi faut-il s'attendre et comment profiter le mieux possible des heures de travail et de loisirs que vos passerez dans ce pays prospère?

RÉJEAN FRÉNETTE

Secrétaire commercial adjoint à Bonn

La République fédérale d'Allemagne est le pays le plus industrialisé et le plus riche de l'Europe. Son niveau de vie se rapproche constamment du nôtre. A elle seule, l'Allemagne vaut la traversée de l'Atlantique et il est hors de doute qu'elle doit figurer parmi les pays à visiter en Europe occidentale.

Préparatifs—A moins d'avoir le temps, il n'est pas nécessaire de faire le tour des bibliothèques avant d'entreprendre un voyage en Allemagne. Il y a cependant un livre que nous vous recommandons. Intitulé "These Strange German Ways", il a été publié en 1967 par Atlantik-Brücke, à Hambourg. Il coûte environ \$2.00. Cet ouvrage de 108 pages sera intéressant à lire pendant la traversée, car il vous mettra au courant de certaines coutumes qui pourront vous paraître étranges. Pour obtenir de la documentation sur l'Allemagne, ses curiosités, son peuple et son industrie, il suffit de vous adresser à l'un des services officiels allemands au Canada. Ceux-ci sont à même de vous donner entière satisfaction.

Informez-nous autant que possible de votre visite quelques semaines à l'avance. Nous pourrions alors vous proposer un itinéraire, réserver une chambre d'hôtel et prendre contact avec des hommes d'affaires que vous aimeriez rencontrer. Si vous nous faites parvenir quelques échantillons accompagnés de prix courants, nous pourrions demander l'avis de spécialistes sur les possibilités qui s'offrent pour vos produits.

Lorsque vous préparez votre voyage, songez que la superficie du territoire allemand est tout de même un peu plus



Vue de Francfort-sur-Main la nuit. C'est une ville très active et très animée. Si vous voyagez par Air Canada, c'est sans doute ici que commencera votre séjour.

grande que celle du grand Montréal ou du grand Toronto. A voir certains hommes d'affaires préparer leur itinéraire, on se demande s'ils espèrent parcourir le pays en deux jours. Certes, l'Allemagne n'est pas un grand pays, mais elle compte 60 millions d'habitants. A proprement parler, il n'y a pas de commerce ni de centre industriel prédominants mais plutôt onze, répartis presque également sur l'ensemble du territoire, chacun comptant un demi-million d'habitants. Le pouvoir d'achat est plus fortement concentré dans la partie septentrionale du pays, mais des études récentes démontrent que la population de certaines villes, comme Stuttgart, dans le Sud, vit généralement aussi très à l'aise.

Les transports—Voici quelques renseignements qui vous aideront à préparer votre budget de voyage. Vous prendrez probablement l'avion. Un billet d'Air Canada aller et retour, classe économique, coûte environ \$516 (Montréal-Francfort), \$566 (Toronto-Francfort) ou \$780 (Vancouver-Francfort). Le tarif d'excursion de 21 jours est de \$370 au départ de Montréal, \$420 de Toronto et \$634 de Vancouver.

Une chambre d'hôtel coûte de \$5 par jour, dans un petit hôtel, à \$20 dans un hôtel de classe internationale. Le petit déjeuner est généralement compris. En règle générale, il est facile de trouver une chambre dans n'importe quelle ville, mais la situation devient difficile,

sinon impossible, en temps de foire. Avant de partir, mettez-vous en rapport avec nous et nous nous chargerons de faire les réservations nécessaires.

Les repas y sont généralement nourrissants. Un déjeuner coûtera environ \$3 et un dîner un peu plus; ce ne sont évidemment là que des minimums. Nous recommandons le vin de table du pays, un vin blanc servi frais. Le service est toujours compris, mais l'usage veut qu'on laisse un petit supplément à titre de gratification.

Les billets d'avion sont un peu plus chers en Allemagne qu'au Canada, exception faite des vols en direction de Berlin, dont les prix sont très abordables. Pour aller de Berlin à Cologne, Bonn, Dusseldorf, Francfort, Hambourg, Hanovre et Munich, les prix des billets aller et retour varient de 15 à 45 dollars canadiens. En chemin de fer, un billet simple de deuxième classe coûtera entre un et dix-neuf dollars canadiens. On trouvera plus loin des renseignements supplémentaires sur les voyages en chemin de fer.

Moyens de transport—Très peu d'hommes d'affaires ont le loisir de traverser l'Atlantique par bateau; vous viendrez

alors probablement par avion. Air Canada offre chaque semaine des vols pour Francfort à partir de divers points du Canada. Un avion quitte Toronto en passant par Montréal tous les soirs à l'heure du dîner et arrive en Allemagne le lendemain en début de matinée. De son côté, la Lufthansa organise une dizaine de vols par semaine. Vous pouvez aussi atteindre facilement l'Allemagne en passant par d'autres capitales européennes. Si vous arrivez directement du Canada, vous feriez bien, à moins d'avoir une constitution particulièrement robuste, de dormir quelques heures avant de vous mettre au travail.

Il y a un vieux dicton qui dit: «Autres pays, autres moeurs». Dans les hôtels allemands, si vous laissez vos chaussures devant la porte de votre chambre, elles seront cirées. En revanche, vous ne trouverez pas de savon dans la salle de bains. N'oubliez pas d'apporter le vôtre.

Que faut-il apporter? Tout citoyen canadien arrivant en Allemagne doit être muni d'un passeport valable, mais il n'a pas besoin de certificat médical à moins qu'il ne vienne directement d'un pays contaminé. Aucun visa n'est nécessaire si son séjour ne doit pas se prolonger au-delà de trois mois. Tous

les effets personnels sont admis en franchise. Si vous apportez quelques échantillons ou articles de démonstration, vous devrez payer des droits, mais votre argent vous sera restitué à la sortie. S'il s'agit d'objets de valeur, ou tout simplement pour faciliter les choses, vous feriez bien de vous adresser à un courtier qui se chargera des démarches nécessaires.

Les voyageurs peuvent entrer ou sortir d'Allemagne tous les Deutsche Marks qu'ils veulent. Des chèques de voyage libellés en marks ou en dollars américains sont très utiles. Si vous avez besoin des services d'une banque canadienne, vous trouverez trois villes qui contiennent une succursale de banque canadienne: La Banque de Montréal, *Königsallee 6, 4 Dusseldorf*; la Banque Royale du Canada, *Zürich-Haus (Pavillon) Am Opernhaus, 6 Francfort*; la Banque Canadienne Impériale de Commerce, *Böckenheimer Landstrasse, 6 Francfort*; la Banque de Nouvelle-Écosse, *Prinzregentenstrasse 16, 8 Munich*.

Les cartes de crédit reconnues sont acceptées dans toutes les grandes villes. Une bonne provision de cartes de visite sera également très utile.

Hôtels suggérés:

Bonn—Königshof, Hotel am Tulpenfeld, Steigenberger Hotel

Duesseldorf—Breidenbacher Hof, Intercontinental, Hilton

Hambourg—Atlantik, Vier Jahreszeiten, Hotel Ambassador

Heidelberg—Brenner, Eden Atlantic-Schlosshotel

Nurnberg—Deutscher Hof, Grandhotel, Kaiserhof

Berlin—Berlin Hilton, Bristol Hotel Kempinski, Hotel Ambassador Berlin

Cologne—Excelsior Hotel Ernst, Dom Hotel, Mondial

Francfort—Frankfurter Hof, Intercontinental, Parkhotel

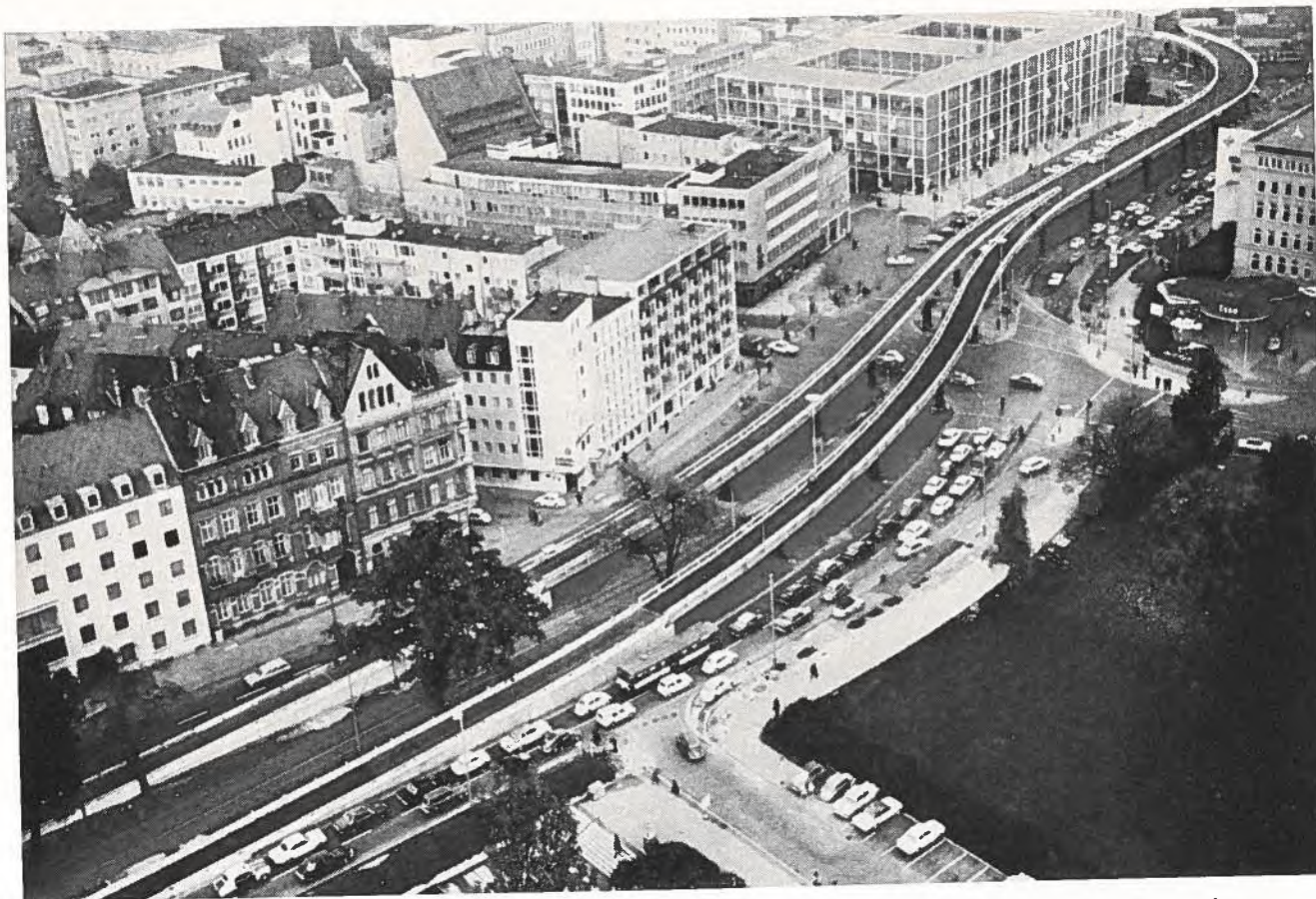
Hanovre—Hannover Intercontinental, Kastens Hotel, Hotel Korner

Munich—Bayerischer Hof, Vier Jahreszeiten, Regina-Palast Hotel

Stuttgart—Am Schlossgarten, Graf Zeppelin, Furstenhof.



Pour vous détendre, vous pourrez monter à bord d'un bateau tel que celui-ci et descendre le Rhin. A l'arrière-plan, on voit le village de Bacharach.



En novembre 1968, on a inauguré le pont le plus long et le plus moderne d'Europe. Il s'étend au-dessus de l'Aegidienplatz, à l'endroit où se trouve le trafic le plus dense de Hanovre, ville célèbre pour sa foire internationale du printemps.

Bien que le climat y soit beaucoup plus doux qu'au Canada, le ciel allemand n'est pas toujours ensoleillé, c'est le moins qu'on puisse dire! Il vous faudra donc un bon manteau pour l'hiver et un imperméable pour le printemps et l'automne. Il sera de bon ton de porter un costume sobre et une chemise blanche: l'homme d'affaires allemand n'est pas encore habitué aux couleurs voyantes.

Comment vous déplacer—Le mode de transport le plus pratique demeure sans contredit le chemin de fer. Les trains allemands sont nombreux, rapides, ponctuels et confortables. Grâce à eux, on peut se déplacer en tout sens dans le pays et atteindre les plus petits villages de Bavière sans difficulté. Les gares de toutes les grandes villes offrent les services habituels, y compris des hôtels confortables et calmes.

Le train *Trans-European-Express* ou TEE est le plus rapide et le plus confortable. L'homme d'affaires peut y travailler, téléphoner et même y engager les services d'une secrétaire. La deuxième catégorie de trains, appelée *D-Zug*,

est aussi très bien, mais là nous vous conseillons la première classe; il ne s'agit que d'un léger supplément. On peut réserver sa place et la chose est même fortement recommandée durant les périodes de fêtes et les vacances. Il existe d'autres catégories de trains, mais ils sont moins bons. Le prix d'un billet de première classe est généralement une fois et demie celui de seconde. Quand vous achèterez votre billet, n'oubliez pas d'indiquer la classe désirée, sauf si vous voyagez par TEE, qui n'a qu'une seule classe.

L'avion est pratique pour voyager entre deux centres éloignés l'un de l'autre. La Lufthansa a un excellent service.

Il est facile de louer une voiture à l'aéroport (on y retrouve des noms familiers), mais, à moins de très bien connaître le pays et d'avoir une bonne expérience de la circulation ultra-rapide, il sera peut-être préférable de vous en dispenser. Surtout dans les grandes villes où la circulation est dense et le stationnement plus que rare, vous perdriez plus de temps qu'autre chose. Les taxis abondent dans les villes ainsi que près des gares et des aéroports. Prix et

pourboires sont comparables à ceux en vogue au Canada.

Visites d'affaires—Les heures d'ouverture des bureaux sont à peu près les mêmes qu'au Canada, mais, dans certaines régions telles que la Bavière et le Bade-Wurtemberg, il ne faudrait pas vous étonner si l'on vous propose un rendez-vous avant huit heures du matin. En effet, de nombreux bureaux ouvrent à sept heures. Les hommes d'affaires allemands connaissent toutefois nos habitudes moins matinales et veulent bien en général patienter jusqu'à neuf heures. Bien entendu, les samedis et dimanches sont des jours chômés.

Dix fêtes légales sont observées dans tout le pays; le Jour de l'An (1^{er} janvier), le Vendredi saint et le lundi de Pâques, la Fête du Travail (1^{er} mai), la fête de l'Ascension, la Pentecôte, le Jour de l'Unité allemande (17 juin), le Jour du repentir (en novembre) et Noël (25 et 26 décembre). En outre, l'Épiphanie (6 janvier) est célébrée en Bade-Wurtemberg et en Bavière. La Fête-Dieu est célébrée partout dans le Nord. La Toussaint est célébrée dans les mêmes régions, sauf en Hesse. Les

villages catholiques de Bavière observent le Jour de l'Assomption, le 15 août. Dans maintes régions, le carnaval, qui finit avec le début du carême, donne lieu à des réjouissances plus propices au rire qu'aux affaires.

Guten Tag, Herr Doktor! Le salut s'accompagne d'une poignée de mains. Chaque détail compte, c'est la politesse qui l'exige. Dites toujours Monsieur (*Herr*) ou Docteur (*Doktor*) selon le cas. Ne vous adressez jamais aux gens en les appelant par leur prénom. Cette coutume n'est pas encore admise dans l'industrie et le commerce. Un autre facteur important est la ponctualité. Arriver en retard à un rendez-vous est généralement très mal vu.

Bien qu'un très grand nombre d'industriels puissent converser en anglais ou en français, il n'en est pas moins vrai que l'allemand est la langue du pays et l'étranger qui l'utilise, même avec l'aide d'un interprète, est mieux accueilli. Il est possible, par l'entremise d'une agence spécialisée, de s'assurer les services d'un interprète professionnel. Le prix en est souvent élevé, mais le jeu en vaut la chandelle. Durant les foires, il en coûte environ 100.—marks par jour pour avoir une jeune interprète à sa disposition au stand même. S'il s'agit d'interviews, ses honoraires sont d'environ DM 250.—(journée de huit heures), frais de voyage et autres en supplément. Notre bureau se fera toujours un plaisir de vous aider à engager un interprète.

Berlin-Ouest—La métropole, avec ses 2.5 millions d'habitants, est le plus grand centre industriel entre Paris et Moscou. Berlin-Ouest ne manquera pas de vous étonner et même de vous fasciner. On l'a surnommée la «ville électrique», non seulement à cause de ses millions de lumières et de néons qui brillent la nuit, mais surtout parce qu'elle approvisionne le reste de l'Allemagne en ampoules électriques, climatiseurs et appareils de tout genre. Étant donné que Berlin-Ouest est en quelque sorte un îlot en territoire soviétique, nous vous recommandons de vous y rendre par avion, ce qui vous évitera d'avoir à vous procurer un visa qu'il vous vaudrait montrer en pénétrant par la route ou par chemin de fer en Allemagne de l'Est.

Malgré ses nombreuses industries, Berlin-Ouest est surtout renommée

pour la fabrication des machines-outils et des instruments de précision, tels que jumelles, télescopes et appareils chirurgicaux. Les visiteurs qui s'y rendent sont généralement impressionnés par l'architecture de ses édifices modernes, tous érigés sur les grands espaces ravagés par la guerre. Berlin possède le deuxième port intérieur du pays, et l'on y compte plus de ponts qu'à Venise. Pour ce qui est de la vie nocturne, il y en a pour tous les goûts.

L'Allemagne de l'Est—À l'occasion de votre séjour à Berlin-Ouest, vous aurez probablement envie de visiter le secteur est de la ville. Tout ce qu'il vous faudra, c'est votre passeport canadien. Si vous revenez le même jour, vous n'aurez pas besoin de visa. Le gouvernement canadien ne peut pas vous aider à vous procurer un visa, mais sur demande, nous vous dirons où vous adresser. Les voyages de plus d'une journée à Berlin-Est, tout comme ceux effectués en Allemagne de l'Est, sont soumis à un contrôle rigoureux de la part des autorités locales. Le gouvernement canadien, qui ne reconnaît pas le gouvernement de l'Allemagne de l'Est, ne peut offrir aucune protection ni venir en aide à ses ressortissants. Tout citoyen canadien doit donc se rappeler qu'il y pénètre à ses risques et périls.

Loisirs—Êtes-vous un fervent de la montagne ou de la mer, un enthousiaste du théâtre ou du ballet? Ou préférez-vous visiter de magnifiques châteaux ou faire une promenade sur le Rhin? Quelles que soient vos préférences, vous aurez le choix. L'Allemagne est le pays de l'opéra. Des centaines d'opéras modernes sont joués chaque année, mais ceux qui ont la faveur du public sont toujours les grands maîtres, Wagner, Mozart et Puccini. Tous les ans, un festival mondial consacré à la musique de Wagner se tient à Bayreuth, en Basse-Bavière. On peut aussi assister à de nombreux concerts et entendre de la musique de Beethoven, Bach et Brahms. En 1970, Bonn, ville natale de Beethoven accueillera, des quatre coins du monde, des virtuoses venus interpréter les œuvres du grand maître.

Depuis Pâques jusqu'à la fin de l'été, vous pourrez faire, à bord d'un navire de la célèbre «flotte blanche», de magnifiques croisières sur le Rhin, aux rives bordées de vignes, et où apparaissent tantôt des châteaux médiévaux, tantôt des villages pittoresques. Que vous disposiez d'une heure, d'une journée ou de cinq jours, vous pourrez toujours inclure une petite croisière dans votre itinéraire.



Après s'être promenés dans les montagnes de la Haute-Bavière, les Allemands aiment se détendre au restaurant et déguster un café et des gâteaux dans le paysage enchanteur que voici. Ce café d'aspect moderne, le Lautersee, est situé non loin de Mittenwald. Plusieurs clients s'y rendent en voiture.



Munich a une vie nocturne active, une atmosphère gaie et très détendue. Les étudiants aiment s'y réunir dans les cafés.

A l'automne, les divers villages organisent des fêtes de vendanges et, fin septembre, l'Oktoberfest, ou festival de la bière, qui attire à Munich des

milliers de visiteurs. Le mois de février est la période du carnaval. Ce ne sont là que quelques-unes des nombreuses attractions qui pourront agrémenter un voyage d'affaires que

nous espérons fructueux. Les délégués commerciaux des trois bureaux du gouvernement canadien en Allemagne vous attendent avec impatience. N'hésitez pas à nous écrire.

L'Australie adoptera le système métrique

L'Australie passera au système métrique de poids et mesures, comme vient de l'annoncer le premier ministre, M. John Gorton. La décision du gouvernement fait suite à une étude détaillée des recommandations formulées par un comité d'enquête du Sénat dans un rapport publié en mai 1968. Le gouvernement se propose d'effectuer la conversion au cours d'une période de 10 ans, mais il prévoit qu'elle sera terminée plus tôt dans certains secteurs. La réaction publique à cette décision a été favorable.

Un conseil de conversion au système métrique représentant une gamme étendue d'intérêts planifiera, guidera et facilitera la transformation. Le Conseil rendra compte au gouvernement par l'entremise du mi-

nistre de l'Éducation et de la Science et devra formuler des recommandations après avoir consulté les personnes intéressées à cette transition.

M. Gorton a déclaré que le gouvernement estime que les bénéfices durables de cette décision compenseront largement les difficultés de transition. Il a ajouté que la décision de passer au système métrique fait suite aux décisions déjà prises dans plusieurs autres pays.

Prêt international

L'Association internationale de développement (AID) va ouvrir un crédit de 3 millions de dollars à la Sierra Leone pour aider ce pays à réaliser un programme d'amélioration de la qualité et du contenu de l'enseignement secondaire et technique

ainsi que de formation des professeurs de l'enseignement primaire. Ce prêt sera utilisé pour la construction d'écoles secondaires disposant d'installations pour l'enseignement des sujets suivants: l'agronomie, le commerce, les sciences et l'industrie. On va agrandir et pourvoir d'un meilleur matériel deux instituts techniques, deux écoles commerciales et le Collège des professeurs de l'enseignement primaire de Freetown. L'Agence canadienne de développement international va accorder une subvention d'un équivalent de \$600,000 des É.-U. pour du matériel d'enseignement destiné à toutes les écoles. On s'attend à ce que le Programme des Nations Unies pour le développement fournisse une équipe de 8 spécialistes de la formation technique et professionnelle et pour la formation associée de professeurs, ce qui coûtera \$500,000 des É.-U.

Visite à une foire allemande

Il en existe pratiquement une pour chaque industrie et chaque produit et les avantages procurés sont considérables.

R. R. PARLOUR

Conseiller commercial à Bonn

Les foires commerciales allemandes sont d'une grande envergure. Les soixante-dix manifestations principales qui se déroulent chaque année attirent près de 6.5 millions de visiteurs et 57,000 exposants, dont un tiers d'étrangers. Elles jouent un rôle essentiel sur le plan intérieur aussi bien qu'extérieur dans cette économie en expansion et il convient que les exportateurs canadiens tirent pleinement profit des possibilités qu'elles offrent.

La plupart des grandes villes allemandes disposent de bâtiments permanents d'exposition ainsi que d'une organisation efficace, grâce à laquelle un grand nombre de foires ont lieu d'un bout à l'autre de l'année. La plupart des grandes foires sont appelées «internationales», de sorte que les sociétés étrangères peuvent y participer et que les exposants et visiteurs venant d'autres pays reçoivent une assistance spéciale. Dans le passé, l'Allemagne était connue dans le monde entier pour ses gigantesques foires générales où étaient vendues des marchandises de toutes sortes. Depuis la guerre, certaines de ces foires ont continué de se développer, telle l'énorme Foire de Hanovre, avec ses 5,000 exposants et ses 600,000 visiteurs appartenant aux milieux d'affaires, mais on met surtout l'accent, désormais, sur les foires spécialisées où quelques catégories de produits seulement sont présentées. Ce système est aujourd'hui très développé. En effet, on trouve des foires spéciales pour une large gamme de produits, allant des fournitures pour coiffeurs et de la lingerie aux machines-outils et au génie chimique.

Générale ou spécialisée, la foire allemande d'aujourd'hui constitue un intermédiaire commercial dynamique et en plein essor, où se rencontrent acheteurs, vendeurs et fonctionnaires des

services commerciaux de nombreux pays. En général, le grand public n'est pas admis à ces foires, qui tendent à être fortement axées sur le produit, avec quelques stands de prestige. Nombreux sont les cadres supérieurs de sociétés allemandes qui se rendent à ces foires soit pour être présents au stand de leur société, soit pour avoir un aperçu général de la branche d'industrie. En outre, de nombreux cadres moyens, ingénieurs à l'échelon inférieur et artisans les visitent pour connaître les nouveaux produits et les idées nouvelles apparus dans leurs domaines respectifs. Certaines foires allemandes se tiennent au printemps et en automne, d'autres chaque année, d'autres encore tous les deux ou trois ans, voire tous les quatre ans. Elles durent de deux à dix jours, dans la plupart des cas de trois à six jours, y compris le samedi et le dimanche. Les foires internationales importantes sont coordonnées afin d'éviter les "doubles emplois" et pour qu'elles coïncident avec les achats saisonniers propres à chaque branche d'activité. C'est pourquoi les grandes foires générales de biens de consommation de Francfort et de Cologne, la Foire du jouet, à Nuremberg et la Foire du Cuir, à Offenbach, se suivent afin que les acheteurs puissent les voir toutes au cours d'un seul voyage.

Les fabricants allemands ont régulièrement recours à ces foires pour lancer de nouvelles gammes de produits et de nouvelles modes saisonnières et on estime que 50 p. 100 des commandes provenant du marché intérieur et 80 p. 100 des commandes à l'exportation sont inscrites à cette occasion. Les exposants britanniques et américains figurent également en bonne place. Une évaluation sommaire montre qu'en 1969, 800 firmes britanniques ont participé à des foires allemandes, soit séparément, soit, le plus souvent, dans



Cette tour d'observation est l'une des attractions des terrains d'exposition où a lieu chaque printemps la Foire commerciale internationale. Elle attire quelque 5,000 exposants et jusqu'à 600,000 hommes d'affaires à tous les ans.

le cadre de l'un des soixante groupes constitués sous l'égide des associations professionnelles britanniques et du Board of Trade. Le nombre des exposants canadiens n'atteint pas 10 p. 100 de ce chiffre.

La participation canadienne à une foire allemande peut revêtir diverses formes. Certaines firmes y viennent d'abord dans le cadre d'une exposition collective organisée par le ministère de l'Industrie et du Commerce. Les dispositions nécessaires sont prises à cette fin avec le fonctionnaire compétent à

Ottawa. Lorsqu'il s'agit d'expositions collectives, la majeure partie du travail administratif est effectuée par le ministère et les frais sont partagés. D'autres exposants participent à des foires allemandes en tant que membres de groupes constitués sous l'égide de l'un ou l'autre gouvernement provincial du Canada. L'Ontario et le Québec déploient une activité considérable dans ce domaine. De son côté, l'exposant organise sa participation en coopération avec les fonctionnaires compétents du gouvernement provincial.

Par ailleurs, il est possible de mettre sur pied des expositions individuelles, surtout lorsque la société canadienne dispose déjà en Allemagne d'un agent capable de monter et de tenir un stand d'exposition. Dans d'autres cas, tels celui de la Foire internationale de la fourrure, à Francfort, les exportateurs canadiens ont eu l'occasion, au cours des années, de se familiariser avec le marché allemand et de connaître leurs clients par le truchement de ventes directe et ils reviennent à la foire chaque année de leur propre initiative. Une autre méthode consiste, pour plusieurs exportateurs canadiens ou leurs agents allemands, à coopérer en vue de l'installation d'un stand commun, en partageant les frais qu'entraînent la location et la tenue de ce dernier. On a recours à cette pratique—avec d'excellents résultats—pour les foires de l'alimentation. Il conviendrait par ailleurs d'envisager la possibilité pour des associations de fabricants de notre pays d'organiser, à l'instar des Britanniques, des stands collectifs.

Quelles raisons un homme d'affaires canadien a-t-il de se rendre à une foire commerciale allemande? La réponse immédiate à cette question est la suivante: que vous soyez exposant ou simplement visiteur, vous avez la possibilité de trouver un agent ou un distributeur pour l'Allemagne, de rencontrer vos clients allemands éventuels, de connaître leurs réactions et d'entendre leurs commentaires sur votre produit et peut-être de vendre. Mais il y a encore d'autres avantages. Dans une foire, vous verrez ce que vos concurrents allemands et ceux des autres pays offrent en fait de modèles, de prix ou d'innovations, vous découvrirez des produits nouveaux susceptibles d'être fabriqués au Canada ou vous trouverez une société étrangère qui acceptera de fabriquer, sous licence, votre produit

en Allemagne. Vous prendrez contact avec le marché européen, ce qui est très important. Parfois, vous pourrez participer, par la même occasion, à un colloque ou assister à la projection de films techniques.

Étant donné que ces foires attirent aussi des visiteurs venus de pays autres que l'Allemagne, elles peuvent vous permettre de rencontrer des agents commerciaux et des acheteurs des autres pays membres de la CEE ou du groupe de l'AELE. Enfin il se peut que vous ayez la chance de prendre contact avec un acheteur américain, britannique ou de toute autre nationalité que votre produit intéresse. Pour réduire les dépenses au minimum, il est possible de faire coïncider une visite à une foire commerciale avec un voyage d'affaires.

Le ministère de l'Industrie et du Commerce, à Ottawa, ainsi que les délégués commerciaux canadiens à Bonn, Dusseldorf et Hambourg sont à même de vous fournir tous renseignements utiles sur les foires allemandes. **Bon nombre d'entre elles ont des représentants au Canada, notamment:**

Foire de Hanovre: *Kuehne Nagel (Canada) Ltd.*
485, rue McGill, Montréal 9 (Québec)

Foire de Cologne: *Fredar Investment Corporation*, 5465 rue Queen Mary, Suite 480, Montréal 29 (Québec)

Foire de Dusseldorf: *Gerd H. Schnier*, 250 Browndale Crescent, Richmond Hill (Ontario)

Foire de Francfort: *Lufthansa German Airlines*, 55 Yonge Street, Toronto 1, Ontario
Lufthansa German Airlines, 1250 rue Peel, Montréal, Québec

Foire de Stuttgart: *R. F. Haussmann, A.A.C.I.*, 130 Willowdale Avenue, Suite 3, Toronto-Willowdale (Ontario)

Foire de Nuremberg: *Defoy & Kegault Ltd*, 26 ouest Notre-Dame, Montréal 1 (Québec)

Foire de Munich: *Gerald G. Kallman*, 30 Journal Sq., Jersey City, N.J. (représentant pour l'Amérique du Nord)

Pour une exposition individuelle d'importance réduite comportant un nombre

limité d'articles amenés du Canada, il y a lieu de prévoir un budget de base de quelque 2,000 dollars, soit environ 566 dollars pour le transport d'une personne par avion de Toronto à Francfort et retour, 300 dollars pour le transport des échantillons par avion, 300 dollars pour le logement (dix jours à l'hôtel), 400 dollars pour la location du stand, 50 dollars pour la location de mobilier, 250 dollars pour les services d'un interprète et 50 dollars pour les services d'un agent en douanes. En cas de participation à une exposition collective, ces frais peuvent être ramenés à 1,500 dollars ou moins grâce au partage.

Dans la plupart des cas, les foires allemandes présentent une gamme de produits soigneusement délimités. **Veillez à ce que celle que vous choisissez convienne pour votre produit, sinon vous risquez de vous voir refuser un emplacement ou, si vous l'obtenez, votre participation risque de ne pas donner de résultats.**

Pour qu'il soit bien situé, il y a lieu de retenir l'emplacement le plus tôt possible. D'habitude, les réservations pour l'année suivante sont acceptées dès la fermeture. Certains emplacements, très bien situés, sont retenus plusieurs années à l'avance avec priorité pour les précédents exposants. Pour les expositions collectives, l'organisme responsable se charge, bien entendu, de réserver un grand espace qu'il répartira entre les différents participants.

La surface est d'habitude de 15 à 20 mètres carrés au minimum, mais elle peut aller jusqu'à plusieurs centaines dans certains cas. Le prix de l'emplacement varie généralement de 45 à 90 DM le mètre carré, suivant la foire et la situation du stand. Il faut également compter, le cas échéant, avec, des frais de location de meubles, de téléphone, de surveillance, de nettoyage, etc.

Il est difficile, sinon impossible, de trouver à se loger en Allemagne au moment où se tient une foire commerciale importante. Les **Canadiens désireux d'en visiter une doivent faire réserver une chambre d'hôtel le plus tôt possible**, soit par l'intermédiaire d'une agence de voyages, soit par la direction de la foire, soit encore en écrivant à notre délégué commercial compétent. Parfois, il est nécessaire de prendre une chambre dans une ville voisine, et de faire la navette par chemin de

fer. Les trains allemands sont rapides et nombreux. Pour les expositions collectives, on réserve d'habitude un certain nombre de chambres.

Dans de nombreux cas, on offre à l'exposant une loge-type préparée à l'avance, ce qui permet de réduire au minimum les travaux d'aménagement et d'équipement du stand. Cependant, si la présentation de ce dernier doit être plus élaborée et plus attrayante, vous devrez vous adresser à un décorateur allemand et la direction de la foire pourra vous indiquer des firmes agréées. **L'aménagement de votre stand par l'une de celles-ci prend un mois au moins.** Lorsqu'il s'agit d'expositions collectives, c'est l'organisme responsable qui se charge d'ordinaire de la conception et de l'aménagement des stands. Lorsque viendra le moment d'expédier les produits à exposer, la direction de la foire ou le délégué commercial canadien seront heureux de vous recommander des agents en douane de confiance, qui s'occupent, dans chaque foire, de l'importation et de la réexportation du matériel d'exposition. Tous les échantillons destinés à des stands collectifs peuvent être groupés.

Il est essentiel que le stand soit constamment tenu par une personne capable de discuter des aspects techniques du produit ainsi que des prix, de la livraison, des diverses conditions, etc. Un interprète allemand doit s'y trouver en permanence ou pouvoir être appelé immédiatement. La direction de la foire peut en recommander d'excellents, qui travaillent à la journée. La rémunération s'élève habituellement à environ 25 dollars par jour, mais on trouve parfois des étudiants d'université qui se contentent d'une somme moindre. La documentation—au moins en ce qui concerne les points principaux—doit être libellée en allemand.

Au stand, il y a lieu de se conformer à la coutume allemande consistant à offrir à tout client éventuel un siège pour s'asseoir et discuter, ainsi que des cigares ou des cigarettes et, le cas échéant, un jus de fruit ou autre rafraîchissement. On ne distribue pas d'échantillons ou autres cadeaux, sauf dans des cas exceptionnels.

La liste ci-dessous donne un aperçu des foires commerciales qui ont lieu en Allemagne et auxquelles les hommes d'affaires canadiens peuvent participer.

Foires commerciales allemandes

Foires générales

Foire internationale de Francfort
Francfort
Printemps et automne
Biens de consommation généraux

Foire internationale de la Sarre
Sarrebruck
Annuelle: avril
Biens de consommation généraux

Foire de Hanovre
Annuelle: avril à mai
Produits industriels généraux

Foire internationale du lac de Constance
Friedrichshafen
Annuelle: mai
Générale

Foire des industries allemandes
Berlin
Annuelle: du 18 au 27 septembre 1970
Produits industriels généraux

Alimentation et agriculture

Semaine verte internationale
Berlin
Annuelle: janvier et février
Alimentation et agriculture

Foire internationale de la gastronomie, de la pâtisserie et de la confiserie «INTER-NORGA»
Hambourg
Annuelle—mars
Spécialités de pâtisserie et de confiserie et matériel

Exposition internationale de denrées alimentaires «LEFA»
Hambourg
Annuelle—du 27 août au 2 septembre 1970
Spécialités alimentaires

Exposition internationale de produits d'épicerie et de denrées alimentaires de luxe «IKOFA»
Munich
Tous les deux ans: du 19 au 27 septembre 1970
Spécialités alimentaires

Exposition internationale de produits alimentaires de luxe «ANUGA»
Cologne
Tous les deux ans: septembre ou octobre 1971
Toute l'alimentation

Vêtements, cuir et textiles

Exposition internationale de la chapellerie pour dames «IFADA»
Cologne
Hiver et été.
Modes

Foire internationale des articles en cuir
Offenbach
Printemps et automne.
Articles en cuir

Semaine internationale de la mode
Berlin
4 fois par an.
Vêtements d'extérieur pour dames et enfants

Foire commerciale internationale de la mode «IGEDO»
Dusseldorf
4 fois par an.
Modes féminines

Semaine munichoise de la mode
Munich
Printemps et automne.
Modes féminines

Foire internationale de la fourrure
Francfort
Annuelle—avril
Fourrures et vêtements en fourrure

Foire internationale de l'enfant
Cologne
Printemps et automne.
Vêtements et équipement pour enfants

Foire internationale du vêtement «INTERCHIC»
Berlin
Printemps et automne.
Vêtements d'extérieur pour dames et enfants

Exposition européenne de la chaussure (échantillons) «DGS»
Dusseldorf
Printemps et automne.
Chaussures

Foire commerciale des textiles pour vêtements «INTERSTOFF»
Francfort
Printemps et automne.
Textiles

Semaine internationale de la mode masculine
Cologne
Annuelle—du 28 au 30 août 1970
Vêtements pour messieurs

Foire internationale de la lingerie fine, des sous-vêtements et costumes de bain
Cologne
Annuelle—septembre 1970
Lingerie fine et costumes de bain

Bateaux et articles de sport

Exposition nautique internationale
Hambourg
Annuelle—janvier-février
Bateaux

Exposition internationale de bateaux et matériel pour les sports nautiques
Berlin
Annuelle—mars
Bateaux et matériel pour les loisirs et le tourisme

Exposition nautique internationale «INTERBOOT»
Friedrichshafen
Annuelle—du 26 septembre au 4 octobre 1970
Bateaux

Exposition nautique de Dusseldorf
Dusseldorf
Probablement annuelle—automne 1970
Bateaux

Foire internationale de l'équipement sportif «ISPO»
Munich
Annuelle—mars
Matériel pour les sports d'hiver

Exposition allemande du camping et exposition internationale de bateaux
Essen
Annuelle—avril
Matériel de camping, bateaux

Exposition internationale de caravanes
Essen
Annuelle—du 26 septembre au 4 octobre 1970
Caravanes et remorques

Foire internationale d'articles de sport, de camping et de meubles de jardin «SPOGA»
Cologne
Annuelle—du 25 au 27 octobre 1970
Articles de sport et de camping, meubles de jardin

Matériel pour hôtels, restaurants, hôpitaux et magasins

Foire de l'hôtellerie et de la restauration «HOGA»
A divers endroits
Annuelle—Wiesbaden, février
Matériel pour hôtels et restaurants

Foire internationale du matériel pour magasins «EUROSHOP»
Dusseldorf
Tous les deux ans—février
Matériel de présentation pour magasins

Exposition internationale de matériel pour hôpitaux «INTERHOSPITAL»
A divers endroits
Tous les deux ans—Stuttgart, avril 1971
Matériel pour hôpitaux

Exposition internationale des hôtels et des restaurants «INTERGASTRA»
Tous les trois ans—du 16 au 23 avril 1972
Matériel pour hôtels et restaurants

Exposition de matériel et de fournitures pour hôpitaux «FAB»
A divers endroits
Annuelle—Hambourg, du 9 au 12 juin 1970
Matériel et fournitures pour hôpitaux

Exposition allemande de la restauration et de l'alimentation
Berlin
Annuelle—du 13 au 22 novembre 1970
Matériel pour les restaurants et l'alimentation

Exposition de la restauration et de la cuisine «IKA»
Francfort
Tous les quatre ans, 1972
Matériel pour hôtels et restaurants

Forêt et construction

Exposition internationale de l'industrie du bâtiment «CONSTRUCTA»
Hanovre
Tous les quatre ans, janvier-février
Matériaux et techniques de construction

Exposition internationale de matériaux de construction, d'éléments de structure et de la finition intérieure «BAU»
Munich
Tous les quatre ans—du 5 au 13 février 1972
Matériaux de construction

Exposition allemande de l'industrie du bâtiment «DEUBAU»
Essen
Tous les deux ans, du 6 au 14 février 1971
Industrie du bâtiment

Foire internationale de machines pour la construction «BAUMA»
Munich
Tous les deux ans—mars 1971
Machines pour la construction

Exposition internationale de matériel de chauffage et de plomberie
Francfort
Tous les deux ans—du 31 mars au 4 avril 1971
Matériel de chauffage et de plomberie

Foire internationale du chauffage au mazout et au gaz «INTHERM»
Stuttgart
Annuelle—avril
Matériel de chauffage au mazout et au gaz

Exposition internationale de la technologie des forêts et des industries forestières
Munich
Tous les quatre ans—juin
Matériel d'exploitation forestière

Congrès et exposition internationaux des instruments et de l'automatisme «INTERKAMA»
Dusseldorf
Tous les trois ans—du 14 au 21 octobre 1971
Instruments de mesure et automatisation

Exposition internationale de la technique des eaux résiduaires
Munich
Tous les trois ans—octobre 1972
Technique des eaux résiduaires

Exposition de l'air propre
Dusseldorf
Tous les quatre ans, 1974
Matériel pour la purification de l'air

Autres produits

Exposition ouest-allemande de matériel de bureau
Dusseldorf
Annuelle—du 13 au 16 octobre 1970
Matériel de bureau

Foire commerciale de Francfort pour le matériel de bureau
Francfort
Tous les deux ans—du 20 au 23 octobre 1970
Matériel de bureau

Exposition et congrès du génie chimique «ACHEMA»
Francfort
Tous les trois ans—juin
Génie chimique et matériel

Exposition internationale de la pharmacie «INDROFA»
A divers endroits
Tous les deux ans: Francfort, du 18 au 22 septembre 1970
Produits pharmaceutiques

Foire du livre
Francfort
Annuelle—du 24 au 29 septembre 1970
Livres

Salon allemand de l'aéronautique
Hanovre
Annuelle—avril—mai
Avions

Exposition internationale de la machine—outil «IHA»
Hanovre
Irrégulière—du 6 au 15 septembre 1970
Machines-outils

Foire internationale de l'ameublement
Cologne
Tous les deux ans—janvier
Meubles

Foire internationale des articles de ménage et de la quincaillerie
Cologne
Printemps et automne—février
Articles de ménage et quincaillerie

Exposition internationale de la bicyclette et de la motocyclette «IFMA»
Cologne
Tous les deux ans—du 26 au 29 septembre 1970
Bicyclettes et motocyclettes

Foire mondiale de la photographie «PHOTOKINA»
Cologne
Annuelle—du 3 au 11 octobre 1970
Matériel photographique

Foire internationale des industries légères et de l'artisanat «IHM»
Munich
Annuelle—mars
Artisanat

Foire internationale de l'industrie électronique «ELECTRONICA»
Munich
Tous les deux ans—du 5 au 11 novembre 1970
Composants électroniques et matériel de fabrication

Foire internationale du jouet
Nuremberg
Annuelle—février
Jouets

Exposition internationale de fournitures pour coiffeurs et produits de toilette
A divers endroits
Annuelle—Stuttgart, du 13 au 15 septembre 1970
Fournitures pour coiffeurs, produits de toilette

Foire internationale de l'industrie des matières plastiques «KUNSTSTOFFE»
Dusseldorf
Tous les quatre ans—du 16 au 23 septembre 1971
Industrie des matières plastiques

Foire internationale de machines et matériaux d'emballage et de machines pour la confiserie «INTERPACK»
Dusseldorf
Tous les trois ans—1972
Machines et matériaux d'emballage, machines pour la confiserie

Foire internationale du travail du bois et des accessoires d'ameublement «INTERZUM»
Cologne
Tous les deux ans—juin 1971
Travail du bois et accessoires d'ameublement

Foire du container «CONTAINERIZATION»
Munich
Tous les quatre ans—du 21 au 25 octobre 1970
Industrie du container

Foire internationale du container et du transport combiné
Hambourg
Tous les quatre ans—1972
Industrie du container

Foire internationale du volet «R71»
Stuttgart
Tous les deux ans—du 10 au 13 juin 1971

Salon international de l'automobile
Francfort
Tous les deux ans—du 16 au 26 septembre 1971
Automobiles, pièces et accessoires

Foire internationale de l'imprimerie et du papier
Dusseldorf
Tous les cinq ans—mai 1972
Imprimerie

Exposition nationale allemande de la radio* et exposition internationale «haute fidélité»
A divers endroits
Annuelle—Dusseldorf, du 21 au 30 août 1970
Matériel de radio, de télévision et de «haute fidélité»

*Deviendra internationale en 1971

La B.I.D. en 1969

En 1969, la Banque interaméricaine de développement a autorisé l'octroi à des pays de l'Amérique latine de soixante-sept prêts s'élevant au total à 631.5 millions de dollars, soit une augmentation de 200 millions par rapport au chiffre de 1968 (430.8 millions) et de 135 millions par rapport à celui de 1967 (496.4 millions), qui était jusqu'à présent l'année-record. Les engagements financiers de 1969 ont porté le montant net total des prêts accordés par la Banque en vue du développement économique et social de l'Amérique latine à un peu plus de 3,430 millions, qui se décomposent en 565 prêts.

Dans un rapport de fin d'année, M. Felipe Herrera, président de la B.I.D., a souligné que ces prêts étaient destinés à financer en partie des projets de développement dont le coût total était estimé à près de 10 milliards de dollars. «En d'autres termes, a-t-il ajouté, la quote-part des pays d'Amérique latine équivaut aux deux tiers des dépenses totales afférentes aux divers projets que la Banque contribue à financer.»

En 1969, la Banque interaméricaine a mis l'accent sur l'aide au secteur agricole latino-américain, en particulier la commercialisation tant sur le plan intérieur que sur celui de l'exportation, ainsi que sur l'aide aux transports, aux communications et à l'énergie électrique. L'enseignement a fait l'objet d'une attention spéciale.

L'an dernier, la Banque a fait plus pour accélérer l'intégration économique qu'au

cours de toutes les années antérieures. Elle a autorisé à cette fin des prêts d'une valeur de 99.6 millions de dollars, auxquels s'est ajoutée une subvention de 2.4 millions au titre de l'assistance technique accordée pour les programmes visant à favoriser le processus d'intégration. A la fin de l'année, l'aide fournie par la B.I.D. en vue de promouvoir l'intégration de l'Amérique latine s'élevait au total à plus de 400 millions de dollars.

Parmi les prêts approuvés en 1969, quatre, s'élevant à 69.7 millions, avaient pour but d'aider l'Amérique latine à se doter d'un réseau régional de transport. Sur cette somme, 15.2 millions ont été affectés au tronçon de la route panaméricaine reliant Pasto à Popayan, en Colombie, 26.5 millions à la route Trans-Chaco, au Paraguay, 25.5 millions au dragage d'un canal maritime entre le port de Buenos Aires et divers ports du fleuve Parana, dans le but d'améliorer le trafic fluvial avec le Paraguay et la Bolivie, et 2.6 millions à une étude relative à la construction d'un tronçon de la route qui reliera finalement la capitale du Brésil, Brasilia, ainsi qu'à celle du Pérou, Lima.

Deux prêts, s'élevant au total à 16 millions de dollars, sont destinés à favoriser l'intégration de l'Amérique latine dans le domaine de l'énergie électrique. Ils permettront de construire des réseaux de distribution de l'énergie produite par la centrale hydro-électrique d'Acaray, au Paraguay, également financée par la Banque, dans toute la province de Misiones, en Argentine, ainsi que dans l'Etat de Parana, au Brésil.

Par ailleurs, un prêt de 10.5 millions sert à financer une campagne destinée à enrayer les progrès de la fièvre aphteuse qui sévit en Argentine et finalement à l'éliminer. Cette campagne s'inscrit dans le cadre des efforts déployés dans toute l'Amérique du Sud pour débarrasser le continent d'une maladie qui provoque chaque année dans le bétail des pertes représentant près d'un demi-milliard de dollars. La Banque avait déjà consenti des prêts à des fins similaires au Paraguay ainsi qu'au Chili.

Enfin, la Banque a autorisé deux autres crédits en vue de financer les exportations de biens d'équipement d'un pays sud-américain vers un autre. C'est ainsi qu'elle a prêté 2.4 millions au Mexique pour financer l'exportation de biens et de services nécessaires à la construction d'un gazoduc en Colombie. Un million a été prêté au Brésil pour lui permettre de financer son programme général d'exportations intra-régionales. En outre, certains crédits renouvelables accordés précédemment à l'Argentine, au Brésil, au Mexique et au Venezuela, ont été accrus de 4.2 millions du fait des remboursements.

La mode féminine en Afrique du Sud

D'après une enquête effectuée récemment par nos délégués commerciaux à Johannesburg, il y a des débouchés pour les vêtements féminins un peu partout en Afrique du Sud.

GEORGE P. ORBAN
Délégué commercial adjoint
à Johannesburg.

L'Afrique du Sud est un pays où l'on s'intéresse beaucoup à la mode. Il y a beaucoup de magasins «chics» à Johannesburg et de nombreux défilés de mode. Tous les journaux réservent de grandes pages à la publicité du prêt-à-porter pour dames et les articles sur la mode paraissent souvent en première page dans les deux principaux quotidiens de langue anglaise, le Star et le Rand Daily Mail. A Johannesburg, les femmes blanches s'habillent très élégamment; elles se mettent d'habitude en robe du soir pour aller au théâtre,



Les importateurs sud-africains qui ont vu des photos de nos modèles tels celui d'Anne-Marie Perron (ci-dessus), estiment qu'avec une publicité bien faite, les Canadiens ont de belles perspectives sur le marché sud-africain.

au concert, aux ouvertures de discothèques et au cinéma.

Les Africaines noires constituent aussi une clientèle intéressante, qui s'accroît de jour en jour. Elles dépensent la majeure partie de leurs revenus en toilettes, mais il ne faut pas espérer vendre des toilettes de haute mode ou de semi-couture à ce secteur du marché.

Les couturiers étrangers s'intéressent de plus en plus au marché sud-africain.
Susan Small, du groupe britannique

Courtauld, a récemment fait une tournée de promotion en Afrique du Sud, où elle a été suivie par un couturier australien bien connu. Un groupe d'acheteurs sud-africains a participé à une tournée organisée sous les auspices du gouvernement australien en vue de vendre les modèles de leurs couturiers. Par ailleurs, l'*Israeli Company for Affairs and Exhibitions* a organisé, du 11 au 17 août 1969, une semaine de la mode israélienne en collaboration avec les quatre principaux grands magasins d'Afrique du Sud.

Il y a seulement deux saisons pour la mode dans ce pays. Les vêtements canadiens pour le printemps et l'été peuvent très bien se porter au printemps et en été, tandis que nos vêtements d'automne conviennent très bien pour l'automne et l'hiver dans ce climat subtropical et tempéré.

Le tableau donne un aperçu du total des ventes de vêtements pour dames en Afrique du Sud. Ce sont des chiffres qui ont été obtenus par le recensement de 1960; on peut donc y ajouter sans hésiter 10 p. 100 pour avoir une idée des pourcentages actuels.

Le tableau 2 indique le total des importations par catégorie de vêtements pour dames, au cours de l'année 1968, ainsi que les types de vêtements que nous y avons exportés. Les principaux fournisseurs ont été la **Grande Bretagne (dont la part représente près de 20 p. 100)**, les **États-Unis** et l'. Les exportations des États-Unis ont été 70 fois supérieures à celles du Canada. Le tableau 3 donne le détail des exportations par pays.



Voici un autre modèle d'Anne-Marie Perron. Les créations des couturiers montréalais, de goût français, seront appréciées par les femmes sud-africaines, en raison de leur cachet différent. Il y a d'importants débouchés pour les modèles semi-couture et le prêt-à-porter de prix moyen et à prix budget.

TABEAU 1

IMPORTATIONS DE VÊTEMENTS POUR DAMES EN AFRIQUE DU SUD

	Total de 1968 comparé à celui de 1967		Importations du Canada
	Rands	Pourcentage	Rands
Non tricotés			
Robes	2,780,890	+10-25	1,500
Manteaux	430,557	+10-25	
Autres vêtements de dessus	622,902	+10-25	5,200
Châles et écharpes	504,822		
Combinaisons	195,893	-10	
Chemises	99,271	+10-25	
Pyjamas, chemises de nuit	72,191		
Autres vêtements de dessous	47,087		
Soutien-gorge et gaines			
Ceintures	534,295	-10	4,400
Corsets, ceintures	173,450	+10	3,500
Autres articles de corseterie	41,950	+10	
Autres accessoires vestimentaires	288,179	+10	
Articles en cuir	513,888	+10-25	
Tricotés			
Bas	246,515	+10	1,500
Tricots, vestes, jaquettes etc.	1,025,746	+10	150
Pyjamas et chemises de nuit	152,667	+10	
Autres vêtements de dessous	682,631	plus de 25	
Robes (laine)	536,956	-10	
Robes (autres qu'en laine)	1,196,904	+10	
Autres vêtements de dessus	6,716,275	+10-25	11,500
Total	16,862,069		27,750
Un Rand équivaut à 1.50 dollar canadien			

Il est intéressant de noter que les dépenses pour les vêtements et les chaussures ont augmenté plus rapidement que pour d'autres produits de consommation. En 1947, les dépenses du consommateur en vêtements et en chaussures s'établissaient à 9.6 p. 100; en 1968, cette proportion était passée à 14 p. 100 et seules les dépenses pour les produits alimentaires étaient proportionnellement plus élevées. L'indice d'accroissement annuel moyen dans ce secteur a été de 6.2 p. 100. C'est le taux le plus élevé de toutes les autres dépenses de consommation et, au total, le plus considérable dans tout le tableau économique. Le total des achats de vêtements en Afrique du Sud s'est élevé en 1947 à 350 millions de dollars canadiens. En 1968, il a atteint 1,050 millions de dollars.

Nous avons effectué récemment une enquête sur le marché de la mode féminine en Afrique du Sud; nous avons interrogé quatorze fabricants, ainsi que

des importateurs et des détaillants, et nous avons assisté à trois défilés de mode de façon à avoir le point de vue d'un groupe de l'industrie de la mode sud-africaine. Au cours de ces interviews, nous avons expliqué en quoi consiste le rôle des délégués commerciaux canadiens dans un pays. Ceux-ci servent d'agents de liaison entre les exportateurs canadiens et les importateurs du pays où ils sont en poste. Nous leur avons également indiqué que l'industrie de la mode, au Canada, était vaste et diversifiée; nos fabricants produisent des articles pour quatre saisons différentes et le marché intérieur est très semblable, en importance et pour la qualité des produits vendus, à celui des États-Unis. Cependant, ce marché étant relativement restreint, l'industrie canadienne du vêtement, qui est progressive, diversifiée et raffinée, doit maintenant trouver des débouchés à l'étranger. D'où les possibilités d'exportation que nous recherchons. Nous avons donné à tous ceux avec qui nous

avons discuté un exemplaire de la revue commerciale «Élan» et nous leur avons expliqué qu'il y a beaucoup de couturiers canadiens français très doués qui, du fait de leur tempérament et de l'influence nord-américaine, sont à même de produire des modèles très différents de ceux auxquels la mode européenne traditionnelle nous a habitués et des modèles du genre américain que l'on voit couramment en Afrique du Sud.

Dans l'ensemble, nos efforts de promotion ainsi que le magazine «Élan» ont été accueillis avec intérêt. Tous ceux avec qui nous avons pris contact n'avaient jamais songé au Canada comme source possible de fournitures. Après avoir examiné le magazine «Élan», plusieurs importateurs sud-africains ont déclaré qu'ils souhaitaient prendre contact avec des fournisseurs canadiens. Ils ont tous exprimé le désir de recevoir des catalogues, des échan-

TABLEAU 2

PRINCIPAUX FOURNISSEURS DE VÊTEMENTS POUR DAMES

Pays	Valeur (en rands)	Pourcentage du total des exportations
Grande-Bretagne	2,670,430	19.5
États-Unis	1,521,419	11.1
Italie	1,503,365	11.0
Japon	808,479	5.9
Hong Kong	629,598	4.6
France	619,529	4.5
Suisse	570,358	4.2
Allemagne de l'Ouest	305,745	2.2
Autres pays (y compris le Canada)	107,215	37.0
Total	13,736,138	100.0

tillons et des prix c.a.f. avant de passer des commandes.

Si on évalue le potentiel de ce marché d'après les importations de vêtements des États-Unis, il semble que ce sera un débouché intéressant pour les fabricants canadiens. Les femmes sud-africaines apprécient les vêtements importés des États-Unis et, d'après les statistiques, les achats sont considérables. Un des acheteurs sud-africains nous a dit que les modèles et les tailles des vêtements américains conviennent mieux à leur clientèle que ceux des vêtements importés de Grande-Bretagne ou d'autres pays d'Europe. Il a ajouté que, si le prêt-à-porter canadien est comparable et aussi bien fini que la confection américaine, nous y obtiendrons un égal succès.

Le marché des vêtements pour dames se divise en quatre catégories: les modèles couture, semi-couture, le prêt-à-porter de qualité et la confection moins chère pour les femmes noires.

Les modèles couture.—Les vêtements de couture sont importés par les grands magasins, les boutiques et certains importateurs pour leur propre compte. On voit beaucoup les modèles de Balmain, Ferand, Cardin, Pucci, Dior et St-Laurent dans les magasins «chic» et dans le département couture des grands magasins. Le prix de ces modèles est variable. Un ensemble de bain de Pucci se vend 45 dollars et une robe de Christian Dior, par exemple, coûte de 375 à 450 dollars. D'habitude, ces modèles se vendent aux ache-

teurs sud-africains qui se rendent en Europe. On les achète également sur place, lorsque des couturiers européens viennent présenter une collection. Pierre Balmain est venu récemment.

Modèles semi-couture.—Il s'agit des vêtements importés qui se vendent entre 60 et 195 dollars. Ce sont des vêtements moins inédits que les modèles couture; ils consistent pour la plupart en modèles de couturiers étrangers bien connus ou en modèles exclusifs de créateurs de patrons réputés tels que Vogue et McCalls. Les acheteurs des grands magasins sud-africains se procurent ces modèles, en grandes quantités, lorsqu'ils se rendent outremer ou sur commande, par l'intermédiaire d'agents.

Prêt-à-porter de prix moyen et à prix «budget». Dans cette catégorie, la confection sud-africaine produit des vêtements de bonne qualité, mais nous pouvons lui faire concurrence si nous offrons des modèles d'un genre tout à fait différent à des prix compétitifs ou en tissus spéciaux. Ainsi, les femmes sud-africaines aiment beaucoup les tissus lavables—sans repassage, pour tous les genres de vêtements, des chemises de nuit aux tailleurs-pantalons. Les vêtements en tissus lavables-sans repassage et de bonne qualité trouveront une clientèle enthousiaste.

Plusieurs de ceux avec qui nous avons eu des entretiens nous ont dit que la demande de vêtements de sport était forte; ils ont vu beaucoup de modèles intéressants dans le magazine «Élan».

TABLEAU 3

IMPORTATIONS DE VÊTEMENTS POUR ENFANTS

	Total de 1968 par rapport à celui de 1967	
	Rands	Pourcentage
Non tricotés		
Vêtements de dessous pour enfants	842,392	+0-10
Layette pour enfants	121,561	+25
Tricotés		
Jaquettes de bébé	81,678	+10-25
Autres vêtements de dessus pour bébé	1,682,660	+25
Chaussons de bébé (tous genres)	381,939	+25

Prêt-à-porter pour les femmes africaines.—Le directeur des ventes d'une importante société fabriquant des vêtements de confection pour les femmes sud-africaines de race noire nous a confié que cette partie de la population n'a que des revenus peu élevés, mais elle dépense plus que les femmes blanches pour les toilettes. A titre d'exemple, il nous a indiqué que les magasins dépendant de sa société avaient créé à l'intention de leurs clientes africaines un système qui leur permet de payer leurs achats en six mois. Il nous a montré des tricotés et des blouses coûtant 24 dollars et qui se vendent très bien à cette clientèle. Cependant, seize Rands (c'est-à-dire 24 dollars) représentent deux semaines de salaire pour beaucoup de ces Africaines noires. Il nous a expliqué que ces dernières achetaient beaucoup de tricotés et que ceux-ci, n'étant pas fabriqués en Afrique du Sud, devaient être importés d'autres pays.

Les femmes sud-africaines constituent une clientèle différente de la nôtre et des Européennes. Ainsi, il est intéressant de noter que les femmes sud-africaines ne portent pas de robes sans manches ou au-dessus du genou. Elles aiment avoir ce que les autres portent et, une fois qu'elles ont trouvé un article qui les satisfait, elles restent fidèles au choix qu'elles ont fait.

Deux points principaux se dégagent de notre interview sur les vêtements et textiles pour enfants:

Vêtements pour enfants.—Il y a d'importants débouchés pour les vêtements

d'enfants parce qu'il y a seulement deux grandes maisons de confection en Afrique du Sud. Celles-ci ne peuvent pas, de toute évidence, suffire aux besoins du marché. Ces faits semblent confirmés par les statistiques relatives aux importations figurant au tableau 3.

Textiles.—Trois personnes nous ont dit que les tissus importés, avec des imprimés inédits et surtout en fibres synthétiques, lavables sans repassage, étaient assurés de larges débouchés en Afrique du Sud. Cela s'explique par le fait que, sauf du coton et une faible quantité de laine, les filatures sud-africaines produisent surtout des tissus de jersey, mais pas de textiles tissés. Ainsi, l'Afrique du Sud offre un vaste marché pour toutes les étoffes tissées d'importation.

Les importations de tissus canadiens en Afrique du Sud se sont élevées à

340,000 dollars en 1968. Les droits d'entrée sur les tissus varient de zéro à 25 p. 100 et on peut obtenir des renseignements précis à ce sujet en s'adressant à notre bureau de Johannesburg. Les Britanniques jouissent généralement d'un taux préférentiel de 5 p. 100 par rapport à ceux pour lesquels s'applique la clause de la nation la plus favorisée.

A l'issue de notre enquête, nous sommes arrivés aux conclusions ci-après:

1. Les importations de vêtements pour dames et enfants se développent à un rythme accéléré. En 1968, les achats de prêt-à-porter pour dames avaient fortement progressé par rapport à l'année précédente, atteignant environ 28 millions de dollars. La quantité totale de vêtements importés peut constituer 15 p. 100 des articles vendus dans les grands magasins, par exemple, et représenter jusqu'à 100 p. 100 du stock

des magasins de classe. Le gouvernement a allégé les restrictions assez sévères qu'il avait imposées dans le passé sur le plan des importations.

2. L'Afrique du Sud est un marché dont il ne faut pas sous-estimer les possibilités. Le niveau de vie de la population blanche est aussi élevé, sinon plus, que le nôtre, et cette clientèle réclame des articles de qualité. Le marché formé par les acheteuses sud-africaines noires s'accroît de jour en jour et continuera de se développer en même temps que le niveau de vie.

Nos délégués commerciaux à Johannesburg seront heureux d'aider les exportateurs désireux de vendre dans ce pays. Lors de votre première démarche, il est indispensable de nous envoyer des modèles et des échantillons accompagnés de prix courants.

L'agriculture japonaise va de l'avant.

Selon le ministre japonais de l'Agriculture et des Forêts, la récolte de riz du Japon en 1969 est la troisième en importance de l'histoire du pays. Cependant les productions de blé, de céréales communes et des graines oléagineuses sont inférieures. On estime la production du blé à 726,700 tonnes métriques, soit une baisse de près de 26 p. 100 par rapport à la campagne agricole de 1968 et la production d'orge à 812,100 tonnes métriques soit une diminution de plus de 20 p. 100. On s'attend à ce que la production de graines de colza diminue d'environ 40,000 tonnes métriques. Cette importante récolte de riz et la baisse permanente des autres récoltes mettent en lumière le problème le plus délicat de l'agriculture japonaise: la surproduction de riz face au déperissement des autres récoltes.

Au fur et à mesure du développement des industries manufacturières, l'agriculture a pris du retard du fait de sa faible productivité et de son inefficacité générale. Les agriculteurs souffrent également de la pression qu'exerce le coût de la vie. Seuls 21 p. 100 des familles d'agriculteurs peuvent subvenir à leurs besoins grâce à leur seul revenu agricole, les autres familles doivent trouver des revenus additionnels. L'émigration du secteur agricole vers les industries manufacturières, de construction et de services s'est continuée; au cours des huit dernières années la population agricole a diminué de plus de 25 p. 100. Seuls 3.9 p. 100 des diplômés d'écoles secondaires restent dans les fermes. Étant donné que la moyenne de la superficie des fermes

est de l'ordre de six acres, il est difficile de tirer profit de la mécanisation ainsi que le font les grandes exploitations agricoles.

Le gouvernement est conscient du fait que le Japon doit accroître sa production agricole en augmentant la superficie de chaque ferme et en utilisant la mécanisation, si les agriculteurs veulent rattraper le reste de l'économie et que leurs produits soient concurrentiels sur le marché international. La politique de réduction des terres ensemençées envisage pour les prochaines années une réduction de 10 p. 100 des rizières, libérant ainsi 800,000 acres pour d'autres récoltes. On avait envisagé de les réduire de 25,000 acres cette année mais les fermiers ont refusé de convertir plus de la moitié de cette superficie. Il s'agit là d'une conséquence directe de programme de soutien du riz en vertu duquel l'agriculteur vend son riz au gouvernement à un prix équivalent à 380 dollars des É.-U. la tonne. Ce prix de soutien n'a pas été relevé cette année bien qu'il ait été augmenté régulièrement jusqu'à présent.

A long terme, la demande de denrées alimentaires riches en protéines et de type occidental continuera de s'accroître, accentuée par la libéralisation progressive du système japonais de contrôle des importations. Le Japon désire, à long terme, se suffire à lui-même en ce qui concerne les légumes, les fruits, les produits laitiers et la viande, mais il dépendra davantage des importations pour le blé, l'orge et les graines oléagineuses. Les perspectives relatives à ces produits sont les suivantes:

Blé—De grandes possibilités s'offrent aux exportations de blé canadien car le gouvernement japonais a annoncé que la production nationale de blé serait diminuée en 1977 à 75 p. 100 de son niveau actuel et d'autre part la demande devrait s'accroître de 16 p. 100 pour atteindre 5.79 millions de tonnes métriques. De fait en se fondant sur notre part actuelle du marché, nos exportations devraient atteindre 1.66 million de tonnes métriques.

Orge—La prévision à long terme indique ici une baisse de 20 p. 100 de la production intérieure d'ici 1977 et une hausse de 16 à 20 p. 100 de la demande. Il devrait en résulter en 1977 des importations en provenance du Canada représentant 1.99 million de tonnes métriques.

Oléagineux—Les besoins d'huile et de corps gras s'accroîtront de 60 p. 100 d'ici 1977. Comme la production intérieure décline et que les graines de colza peuvent se révéler utilisables pour l'alimentation des animaux, de bonnes perspectives s'offrent aux graines de colza du Canada.

Produits laitiers et produits de la viande—Un effort considérable est entrepris pour augmenter la production intérieure. Dès aujourd'hui le Japon assure 84 p. 100 de ses propres besoins de viande et l'on s'attend à ce que ce pourcentage atteigne 94 p. 100 en 1977. Il faudra donc exporter vers le Japon un cheptel laitier, des bovins, des porcs et des moutons de qualité. Bien que le degré d'autarcie s'accroisse, on prévoit que la demande augmentera elle-même de 250 p. 100 au cours des dix prochaines années et il devrait en résulter de plus importantes ventes de viande et de produits laitiers importés.

Délégués commerciaux adjoints envoyés à l'étranger

Les 18 membres de la promotion 1969-1970, dont le stage de plusieurs mois qui a comporté des visites dans des entreprises canadiennes est maintenant terminé, ont reçu leur affectation à l'étranger. Deux d'entre eux ont déjà rejoint leur poste et les autres partiront au cours de l'été.



Peter W. Bélanger

Né à Vancouver (C.-B.)

Études: Université de la Colombie-Britannique, baccalauréat ès arts, 1965; Université Carleton, maîtrise ès arts, 1967.

Envoyé à Cape Town (Afrique du Sud), en qualité de délégué commercial adjoint.



Donald C. Butler

Né à Pasadena (Californie)

Études: Université Queen's, baccalauréat ès arts, 1969.

Envoyé à Stockholm (Suède), en qualité de secrétaire commercial adjoint.



Peter G. Campbell

Né à Calgary (Alberta)

Études: Université Queen's, baccalauréat ès sciences, 1969.

Envoyé à Tokyo (Japon), en qualité de secrétaire commercial adjoint.



Claude Courtemanche

Né à Montréal (Québec)

Études: Université de Montréal, baccalauréat ès arts, 1966; Université McGill, maîtrise en administration des affaires, 1969.

Envoyé à Lagos (Nigeria), en qualité de secrétaire commercial adjoint.



Charles H. Cummer

Né à Gravelbourg (Saskatchewan)

Études: Université de Saskatchewan, baccalauréat en commerce, 1965; Université Western Ontario, maîtrise ès arts, 1966; London School of Economics, maîtrise en philosophie (incomplète) 1967.

Envoyé à Kuala Lumpur, (Malaysia), en qualité de secrétaire commercial adjoint.



Simon Doyon

Né à Québec (Québec)

Études: Université Laval, baccalauréat ès arts, 1966, et licence en administration, 1969.

Envoyé à Boston (Massachusetts), en qualité de vice-consul et délégué commercial adjoint.



Pierre-L. Duchastel

Né à Ottawa (Ontario)

Études: Université de Sherbrooke, baccalauréat en commerce, 1967; Université York, maîtrise en administration commerciale, 1969.

Envoyé à Paris (France), en qualité de secrétaire commercial adjoint.



Paul-A. Gagnon

Né à Macamic, Abitibi (Québec)

Études: Université Laval, baccalauréat ès arts, 1969, et maîtrise ès arts (spécialisation en économie), 1969.

Attaché à la Mission permanente du Canada auprès des Nations Unies, à New York, en qualité de troisième secrétaire.



Paul Gibeau

Né à Montréal (Québec)

Études: Collège Sainte-Marie, baccalauréat ès arts, 1964; Université Laval, baccalauréat ès arts (spécialisation en économie), 1969.

Envoyé à Guatemala (Guatemala), en qualité de secrétaire commercial adjoint.



Roland J.-A. Goulet

Né à Plessisville (Québec)

Études: Collège Brébeuf, baccalauréat ès arts, 1964; Université de Sherbrooke, maîtrise ès sciences, 1969.

Envoyé à Seattle (États-Unis), en qualité de vice-consul et délégué commercial adjoint.



Philip A. Holton

Né à Windsor (Ontario)

Études: Université Western Ontario, baccalauréat ès sciences, 1964, et maîtrise en administration des affaires 1969.

Envoyé à Vienne (Autriche), en qualité de secrétaire commercial adjoint.



Mlle Lucille Lee

Née à Shanghai (Chine)

Études: Université de la Colombie-Britannique, baccalauréat en commerce, 1969.

Envoyée à Milan (Italie), en qualité de vice-consul et délégué commercial adjoint.



Charles R. Mann

Né à Sudbury (Ontario)

Études: Université de Toronto, baccalauréat ès sciences, 1967, et maîtrise en administration commerciale, 1969.

Envoyé à Manille (Philippines), en qualité de vice-consul et délégué commercial adjoint.



Mlle Patricia Marsden

Née à Edmonton (Alberta)

Études: Université de la Colombie-Britannique, baccalauréat ès arts, 1967; Collège de l'Europe, Certificat des Hautes Études, 1968.

Envoyée à New Delhi (Inde), en qualité de secrétaire commercial adjoint.



Robert D. Merner

Né à Wetaskiwin (Alberta)

Études: Université de l'Alberta, baccalauréat ès arts, 1963.

Envoyé à Berne (Suisse), en qualité de secrétaire commercial adjoint.



Marc-C. Pelletier

Né à Québec (Québec)

Études: Université Laval, baccalauréat ès sciences (mécanique), 1966; Université de Londres, maîtrise ès sciences (administration), 1968.

Envoyé à Caracas (Venezuela), en qualité de secrétaire commercial adjoint.



Jean Roy

Né à Montréal (Québec)

Études: Université de Montréal, baccalauréat ès arts (sciences politiques), 1965, et maîtrise en commerce (marketing) 1968.

Envoyé à Belgrade (Yougoslavie), en qualité de secrétaire commercial adjoint.



David G. Ryan

Né à Sao Paulo (Brésil)

Études: Université Carleton, baccalauréat (avec spécialisation) 1968.

Envoyé à Bangkok (Thaïlande), en qualité de secrétaire commercial adjoint.

Tournées des délégués commerciaux

Au Canada

Si vous désirez rencontrer les délégués commerciaux dont l'itinéraire est publié dans cette page, veuillez communiquer avec—

Le ministère de l'Industrie et du Commerce à Ottawa

Le bureau régional du ministère de l'Industrie et du Commerce à Saint-Jean (T.-N.), Halifax, Montréal, Winnipeg, Regina, Edmonton ou Vancouver

L'Association des manufacturiers canadiens à Toronto

La Greater Windsor Industrial Commission à Windsor (Ontario)

Le ministère de l'Industrie à Fredericton (Nouveau-Brunswick)

Le Board of Trade ou la Chambre de Commerce de toutes les autres villes importantes.

Autriche

C. R. D. Kelly, secrétaire commercial adjoint à Vienne

Montréal: le 1^{er} juin

Winnipeg: du 4 au 6 juin.

Philippines

D. S. M. Baker, consul et délégué commercial à Manille

Toronto: les 1^{er} et 2 juin

Winnipeg: du 3 au 5 juin

Dans leur propre territoire

Les hommes d'affaires qui aimeraient que les délégués commerciaux entreprennent des démarches pour leur compte devraient écrire le plus tôt possible au poste en question.

Bulgarie, Hongrie et Roumanie

Les délégués commerciaux en poste à Vienne (Autriche) se rendent régulièrement dans ces pays, mais il ne nous est pas toujours possible de publier leur itinéraire à l'avance. En conséquence, les hommes d'affaires qui désirent qu'un délégué commercial entreprenne des démarches pour leur compte dans ces pays de l'Europe orientale doivent écrire au plus tôt au bureau de Vienne.

Chypre

Un délégué de Tel-Aviv (Israël) se rend à Chypre une fois par mois, habituellement au cours de la dernière moitié du mois, et y passe trois jours.

Côte d'Ivoire

J. P. Bell, secrétaire commercial, et J. Filion, secrétaire commercial adjoint, à Accra (Ghana) seront à la Côte d'Ivoire du 7 au 20 juin.

Nigeria

B. Dussault, secrétaire commercial adjoint à Accra (Ghana) se rendra au Nigeria du 1^{er} au 6 juin.

République populaire de Chine

Les délégués commerciaux à Hong Kong visitent régulièrement les expositions de produits qui ont lieu à Kwangchow au printemps, en avril et mai et à l'automne, en octobre et novembre. Les hommes d'affaires canadiens qui aimeraient que les délégués commerciaux étudient pour leur compte les possibilités de vente ou d'achat de produits doivent faire parvenir les détails complets de leurs offres ou de leurs besoins au bureau de Hong-Kong.

Turquie

Les délégués commerciaux à Ankara se rendent fréquemment à Istanbul. Les hommes d'affaires canadiens qui aimeraient qu'un délégué commercial entreprenne des démarches pour leur compte dans cette ville sont priés d'écrire à la Division commerciale, Ambassade du Canada, Vali Dr. Resit Caddesi 52, Cankaya, Ankara (Turquie).

Nouveaux bureaux commerciaux aux États-Unis



G. E. Woollam



J. H. Bailey

Le gouvernement vient d'ouvrir deux bureaux commerciaux aux États-Unis afin d'aider les entreprises canadiennes à accroître leurs ventes dans des régions qu'elles ont plutôt négligées jusqu'ici. Le ministère y a maintenant 14 bureaux.

Le bureau de Minneapolis, qui a été inauguré le 17 avril par l'honorable J. A. Richardson, ministre des Approvisionnements et Services, est sous la direction de Glyn E. Woollam, consul et délégué commercial. Il était auparavant conseiller commercial (agriculture) à Londres. M. Woollam sera assisté de Pierre W. Aubin, consul et délégué commercial adjoint et d'un personnel auxiliaire de quatre personnes. Le bureau est situé au 15 sud, Cinquième rue, Minneapolis (Minn. 55402). Tél.: (612) 336-4641 télex: 29-0229.

Ce bureau apportera une aide précieuse aux hommes d'affaires des provinces des Prairies. Il desservira le Minnesota, le Dakota du Nord, le Dakota du Sud, le Montana (à l'est de la ligne de partage des eaux), le nord du Wisconsin et la partie supérieure de la péninsule du Michigan.

Le bureau de Buffalo a été inauguré le 22 avril par l'honorable J. J. Greene, ministre de l'Énergie, des Mines et des Ressources. Il est dirigé par John Bailey, consul et délégué commercial, assisté de John Quigley, agent commercial, et d'un personnel de trois personnes. Le bureau est situé au 1400, rue Main, Buffalo (New York 14202). Tél.: (716) 852-1247 télex: 9-1329) DOMCAN-BUF).

Le bureau desservira la partie septentrionale de l'État de New York.

Règlements tarifaires et commerciaux étrangers

Iraq

«Une nouvelle loi sur les organismes commerciaux est entrée en vigueur le 24 décembre 1969. Aux termes de celle-ci, tous les agents de fabricants, fournisseurs et autres firmes commerciales étrangers doivent, pour pouvoir se faire inscrire au registre des organismes commerciaux, avoir la nationalité iraquienne, être domiciliés en Iraq et y posséder un bureau commercial. Le nom commercial ou l'adresse de ce dernier doit être communiqué à la Direction générale de l'enregistrement et du contrôle des sociétés. En outre, tous les agents doivent faire partie d'une chambre de commerce iraquienne.

Les ressortissants des autres pays arabes bénéficieront du même traitement que les Iraquiens à condition que leur pays d'origine accorde à ces derniers des droits similaires et pour autant qu'ils se conforment aux autres dispositions de la loi.

Les sociétés qui représentent des firmes étrangères doivent être dotées d'un statut légal en Iraq et la totalité de leurs actions doit appartenir à des Iraquiens ou à des ressortissants d'autres pays arabes, pour autant que ces derniers accordent des droits similaires aux Iraquiens.

Aucun permis ne sera accordé pour des matériaux et du matériel dont l'importation est monopolisée par le secteur public.

Le Ministère de l'Économie peut exclure des dispositions précitées les organismes qui exigent une expérience technique spéciale que ne possèdent ni les ressortissants irakiens, ni ceux des autres pays arabes.

Liban

Les vêtements de nuit de tous genres sont soumis depuis le 15 février 1970 à la réglementation libanaise sur les licences d'importation. Ils ne peuvent être importés qu'à condition qu'un permis est accordé au préalable par le ministère de l'Économie nationale.

Nouvelle-Zélande

De nouvelles possibilités s'offrent aux exportateurs canadiens à la suite de la suppression, à la date du 13 mars 1970, des restrictions à l'importation concernant les matières textiles et les tissus de verre classés sous le poste tarifaire des chapitres 50 à 58 ainsi que du chapitre 70.

Ne sont pas exemptés les tissus bouclés et les tissus de chenilles utilisés comme tissus d'ameublement (autres que les velours de laine, les velours lisses de coton, les tissus veloutés et les peluches contenant des fibres synthétiques et artificielles discontinues, mais non de la laine de mouton ou d'agneau ou des poils fins d'animaux, et pesant plus de cinq onces et demie par verge carrée).

La suppression de ces restrictions aura pour effet de créer un marché extrêmement compétitif dans un secteur de biens de consommation qui, durant de nombreuses années, a été réglementé. Les chapitres tarifaires que cette mesure concerne sont les suivants:

- 50: Soie
- 51: Fibres synthétiques et artificielles (continues)
- 52: Textiles métallisés
- 53: Laine et autres poils d'animaux
- 54: Lin et ramie
- 55: Coton
- 56: Fibres synthétiques et artificielles discontinues
- 57: Autres matières textiles végétales
- 58: Carpettes, tapis et paillasons; tissus bouclés et tissus de chenilles; tissus en bandes; passementeries; tulle et autres tissus à mailles; dentelles; broderies.
- 70: Verre

La liste des produits que l'on envisage de dispenser de licences d'importation à compter du 1^{er} juillet 1970 a été publiée dans la *New Zealand Gazette* du 26 février 1970. On projette d'examiner les objections que pourraient soulever les industriels néo-zélandais en ce qui concerne les postes qui sont énumérés ci-dessous. Ces objections devront être présentées le 26 mai 1970 au plus tard.

Annexe 1—Produits classés sous certains postes tarifaires

Poste tarifaire et désignation

- | | |
|-------------|---|
| 15.04.03 | Huile de baleine, raffinée ou non. |
| Ex 28.47.00 | Sels d'acides métalliques (à l'exception du molybdate de sodium et du vanadate de sodium, à condition que le fabricant déclare que ces produits seront utilisés comme engrais chimiques ou entreront dans la composition d'engrais chimiques; permanganate de potassium). |
| Ex 29.07.09 | 2:4 dichlorophénol (à l'exception de ses sels et esters); parachlor-orthocrésol. |
| Ex 32.13.19 | Encre magnétique pour la lecture des caractères. |
| 37.08.02 | Produits pour la production de lumière-éclair du type et de la forme convenant pour la photographie. |
| Ex 37.08.09 | Produits chimiques, sur déclaration attestant qu'ils serviront uniquement au traitement de films pour rayons-X. |
| 38.03.01 | Charbons activés (décolorants, dépolarisants ou absorbants) |
| Ex 38.13.09 | Flux, sur déclaration attestant qu'ils seront utilisés uniquement avec des films dans des machines à souder automatiques et semi-automatiques. |
| Ex 38.17.01 | Mousse de protéines hydrolysée, sur déclaration attestant qu'elle sera seulement utilisée comme préparation destinée à des extincteurs. |

38.19.35	Compositions pour le travail en surface des métaux et la trempe artificielle.	Ex 82.02.19	Lames pour scies à couper le métal
Ex 38.19.36	Gaz mixtes, liquéfiés ou comprimés, notamment: gaz d'hydrocarbure fluorés.	82.09.05	Couteaux à lames pliantes
Ex 39.03.83	Cellulose régénérée, imprimée, gaufrée ou travaillée, en surface, notamment éponge de cellulose en feuilles dont la surface dépasse 300 pouces carrés.	Ex 83.01.03	Serrures, sur déclaration attestant qu'elles seront utilisées pour la fabrication et la réparation de malles et articles similaires.
Ex 39.03.84		84.49.09	Outils pour le travail à la main, pneumatiques ou à moteur autonome non électrique (à l'exception des pompes à graisse et autre matériel de graissage sous pression, ainsi que des scies articulées).
39.05.19	Résines naturelles modifiées par fusion, autrement qu'en solution	Ex 87.09.01 à	Motocyclettes, c'est-à-dire véhicules motorisés sur deux ou trois roues au maximum, lorsqu'ils sont utilisés avec des side-cars (à l'exception des motocyclettes du type utilisé dans les fermes, des cyclomoteurs, vélomoteurs, cycles moteurs et scooters), lorsque le Ministre décide qu'elles seront utilisées uniquement ou principalement sur les grandes routes; side-cars.
39.05.29	Résines artificielles obtenues par l'estérification d'acides résiniques naturels ou d'acides résiniques, autrement qu'en solution.	Ex 87.09.05	
		87.09.09	
Ex 39.07.99	Stencils électroniques pour duplicateurs	Ex 87.12.11	Pièces et accessoires de motocyclettes (à exception de celles qui sont entièrement ou principalement en caoutchouc vulcanisé non durci ou en matières plastiques artificielles, et pièces et accessoires de cyclomoteurs, vélomoteurs, cycles moteurs et scooters).
Ex 48.13.03		Ex 87.12.12	
40.07.01	Fils et cordes composés entièrement de caoutchouc vulcanisé non durci (non recouvert d'une matière textile).	Ex 87.12.19	
Ex 40.14.07	Anneaux circulaires et joints hydrauliques.	90.01.06	Éléments optiques polarisants pour lunettes; feuilles ou plaques en matières polarisantes.
48.02.00	Papiers et cartons fabriqués à la main.	90.01.09	
48.13.04	Papiers à correspondance	Ex 90.26.19	Compteurs de liquides ou compteurs de production (autres que les compteurs d'eau); appareils d'étalonnage pour le gaz, les liquides, l'électricité ou les compteurs de production.
Ex 53.11.03	Tissus pour billards, sur déclarations attestant qu'ils serviront uniquement à la fabrication ou à la réparation de tables de billard.	Ex 90.26.22	
		Ex 90.26.23	
		Ex 90.26.24	
		90.26.29	
56.01.19	Fibres synthétiques (à l'exclusion de la fibranne de nylon et de polyester et des tops de nylon et de polyester. Câbles pour discontinus en fibres textiles synthétiques et artificielles autres qu'en nylon et en polyester, pour la fabrication de fibres synthétiques discontinues.	97.06.01	Tamis et cribles à main, en toutes matières (autres que ceux faits entièrement ou principalement en fils métalliques)
56.02.19		Ex 96.06.02	
56.03.00		Ex 96.06.09	
56.04.19		Ex 98.01.11	Moules métalliques de boutons; ébauches et leurs pièces métalliques.
57.07.02	Filés et fils de coir et de raphia non utilisés comme fils à coudre.	Annexe 2—Catégories générales de produits	
57.07.03		Articles de verre d'éclairage et articles de verre de signalisation; non travaillés optiquement, ni faits de verre optique, notamment: verres moulés pour feux de véhicules et verres grossissants. Pièces d'audiomètres	
59.09.02	Textiles enduits ou imprégnés d'huile ou de préparations à base d'huile siccative (à l'exception des tissus désignés par le Ministre).	Pièces d'audiophones	
59.09.03		Cartes perforées pour accessoires de machines Jacquard et machines similaires.	
59.09.09		Rasoirs de sûreté, y compris les rasoirs en matière plastique et leurs pièces.	
Ex 60.01.03	Ébauches de cravates, tricotés et tissus piqués, sur déclaration du fabricant attestant que ces articles serviront uniquement à la fabrication de cravates.	Ciseaux (y compris les ciseaux de tailleurs) et leurs lames.	
Ex 60.01.07		Pérou	
Ex 60.01.22		Le gouvernement vient de prolonger d'un an, jusqu'au 31 mars 1971, l'interdiction frappant l'importation de bon nombre de produits non essentiels. Cette mesure était entrée en vigueur le 1^{er} mars 1968.	
Ex 60.01.24		Philippines	
Ex 60.05.21		Le droit de légalisation des factures consulaires a été porté de 10 à 20 dollars.	
Ex 61.07.00		Le ministère des Finances a annoncé que le taux de conversion du change étranger qui doit être utilisé comme base de l'imposition dans le calcul des droits de douanes, des taxes de revenus internes et autres droits qui frappent les produits	
Ex 60.01.04	Garnitures de tricot ne dépassant pas 30 centimètres de largeur, à condition qu'un fabricant déclare que ces articles serviront uniquement à la confection des vêtements.		
Ex 60.01.07a			
Ex 60.01.25			
Ex 60.01.27a			
Ex 60.01.29			
67.01.03	Peaux et autres parties d'oiseaux revêtues de leurs plumes ou de leur duvet, leur duvet, et articles en ces matières (autres que les plumes et parties de plumes).		
67.01.09			
Ex 73.14.06	Fils de fer ou d'acier, enduits ou non, mais non isolés, notamment: fils métalliques, fils à souder en bobines, sur déclaration attestant qu'ils serviront aux machines à souder automatiques ou semi-automatiques.		
Ex 73.14.09			
Ex 73.15.92	Fils métalliques pour sommiers en acier fin au carbone ou alliage d'acier		
73.15.96			
Ex 73.27.09	Fils de renfort, sur déclaration attestant qu'ils seront utilisés uniquement pour la fabrication de pneus en caoutchouc et autres bandages.		
Ex 73.38.33	Autoclaves		
Ex 76.15.15			

importés après le 21 février 1970, sera soumis au taux du marché libre en vigueur au moment de l'entrée des marchandises.

Les formalités relatives à tous les produits importés à l'exception des produits de consommation non classés, des produits de consommation semiclassés et des produits de consommation non essentiels (on continuera de les interdire) seront accomplies au taux de change en vigueur, par les banques, par le truchement de lettres de crédit, de docu-

ments contre acceptation et de comptes courants sans l'autorisation préalable de la Banque centrale.

Les importations ont été dispensées des dépôts spéciaux à terme (STD); les dépôts actuels seront libérés à échéance. La limite maximum du change étranger accordé mensuellement au moyen de lettres de crédit émises par des banques commerciales a été supprimée. Les limites plafonnant les crédits intérieurs ont été abolies. Ces mesures sont entrées en vigueur le 24 février 1970.

Actualités commerciales

On construit une usine de congélation d'aliments frais de 3 millions, à Ashdod, Israël. L'usine sera mise en service au printemps; durant la première année d'exploitation, on y conditionnera quelque 10,000 tonnes de denrées alimentaires, principalement des fruits et des légumes. Ces aliments congelés sont destinés à la vente sur le marché intérieur et en Europe.—Tel Aviv.

Le directeur du Tourisme de l'archipel des Bahamas affirme que les îles pourraient accueillir presque deux millions de touristes par an en 1972. Pour cela, il faudrait prévoir des dépenses d'établissement de quelque 200 millions à Nassau et de 19 millions dans les îles extérieures par million de touristes supplémentaires. En outre, les Bahamas ont besoin de 64,000 travailleurs dans tous les secteurs de l'économie.—Kingston.

Le groupe «Montecatini Edison» envisage d'investir 700 millions de dollars dans le sud de l'Italie au cours des cinq prochaines années, particulièrement dans les secteurs chimique, pétrochimique, minier et textile. Le groupe a déjà investi plus d'un milliard dans cette région au cours des quinze dernières années—Rome

Récemment, l'Afrique du Sud a exporté, pour la première fois, des pois congelés vers le marché européen. On s'attend à ce que cette initiative ouvre des débouchés aux producteurs et industriels sud-africains—Le Cap

Le nombre de crédits en devises étrangères accordés à des entreprises tchécoslovaques pour l'importation de machines a triplé de 1967 à 1968. La Banque commerciale tchécoslovaque octroie les crédits et les débiteurs les remboursent grâce à leurs bénéfices à l'exportation. Plus de la moitié des fonds a été fournie de cette manière en 1968—Prague

En Afrique du Sud le tourisme se place au troisième rang avec l'industrie fruitière comme source majeure de devises étrangères, communique l'Union internationale des organismes officiels de tourisme à Genève en Suisse.

En 1967 les exportations principales de l'Afrique du Sud ont été l'or (1.1 milliard de dollars), la laine (150 millions) et les fruits (140 millions) les recettes dues au tourisme se sont élevées également à 140 millions de dollars—Johannesburg.

Une fonderie d'étain sera construite en Bolivie par Klockner-Humboldt d'Allemagne fédérale. On prévoit que la construction de cette fonderie coûtera 9.3 millions de dollars des É.-U. et qu'elle sera en état de fonctionner vers le mois de juin. Elle aura une production initiale annuelle de 7,500 tonnes métriques s'élevant à 20,000 tonnes métriques vers 1971—Lima

Des savants soviétiques ont augmenté le taux de croissance des graines de semence en les exposant à un champ magnétique continu. La respiration de graines ainsi traitées a augmenté de 25 p. 100 au cours des premiers jours de croissance et leur taux de photosynthèse a doublé. Ces expériences contribueront peut-être à accroître le taux de croissance des plantes dans les régions où la saison favorable à la croissance est courte et à augmenter les récoltes—Moscou

Le gouvernement de Hong Kong dépensera plus de 1.6 million pour introduire à Hong Kong la télévision éducative. Les frais initiaux se rapporteront à un édifice contenant deux studios, l'équipement de production et 3,000 téléviseurs destinés aux écoles publiques et aux écoles subventionnées. Dans un proche avenir des soumissions seront demandées; on s'attend que les installations seront terminées au début de 1971—Hong Kong

On projette de construire à Tel Aviv, la capitale de l'État d'Israël, un édifice de 22 étages comprenant un centre commercial et un hôtel de 750 chambres. L'immeuble coûtera 12.3 millions de dollars canadiens et sera dénommé le Migdalor. L'entreprise Alben de Tel Aviv a l'intention d'investir 8.6 millions de dollars canadiens dans ce projet et espère que le gouvernement fournira le reste des capitaux—Tel Aviv

En Argentine, le projet «Salto Grande» sur le fleuve Uruguay a reçu la plus haute priorité maintenant que la construction des installations «d'El Chocón» est en bonne voie d'exécution. *Acres International Ltd*, experts-conseils canadiens, préparent actuellement les derniers plans ainsi que le cahier des charges du projet international pour la production de 1.4 million KW—Buenos Aires

Une nouvelle société, Aeritalia, a été établie à Naples, en Italie, pour coordonner divers projets. Elle a été approuvée par *Finmeccanica* du groupe IRI et par Fiat. On espère que la nouvelle entreprise donnera un nouvel élan à l'industrie aéronautique italienne. Des représentants commerciaux du Canada ont visité Aeritalia et sont en communication avec ses dirigeants—Rome

Une entreprise hollandaise établie à Almelo (Pays-Bas) fabriquera des centrifugeuses utilisées pour enrichir l'uranium qui, après d'autres traitements appliqués aux matières fissiles, pourra servir dans les centrales nucléaires d'électricité. La nouvelle entreprise, *Ultra-Centrifuge Nederland N.V. (UCN)* construira aussi une usine pilote à Almelo où les centrifugeuses seront installées; celle-ci produira 25 tonnes d'uranium enrichi par année. Les entreprises qui ont collaboré avec le gouvernement pour former UCN sont les suivantes: *Dutch State Mines, Philips, Shell, Verenigde Machine Fabrieken*, le groupe Rhin-Escault et *Reactor Centrum Nederland*. Le gouvernement des Pays-Bas détient 56 p. 100 du capital-actions—La Haye.

Le gouvernement de Hong Kong a institué un comité consultatif sur les délais relatifs à l'adoption du système métrique par différents secteurs de l'économie. Il a formé le comité à la suite d'une étude achevée récemment et portant sur les avantages de l'introduction du système métrique à Hong Kong. Les auteurs de l'étude estiment qu'il existe des domaines économiques dans lesquels, en raison des relations internationales ou d'autres circonstances extérieures à Hong Kong, il est essentiel d'effectuer une conversion au système métrique dans un délai assez bref—Hong Kong

Au Brésil, la production de soja augmente rapidement dans l'État de Rio Grande do Sul. Cette hausse découle principalement des prix intéressants sur les marchés internationaux et à l'existence d'un complexe industriel moderne dont l'expansion est constante. En 1969 la production de soja a dépassé les 673,000 tonnes envisagées—Rio de Janeiro

Le nombre d'habitations construites en Suisse au cours des sept premiers mois de 1969 a diminué de 1.4 p. 100 par rapport à la même période de 1968. Néanmoins, le nombre de permis octroyés pour la construction des habitations a augmenté de 8.8 p. 100 par rapport à l'année précédente. En Suisse 53,000 habitations ont été construites en moyenne chaque année au cours de

la dernière décennie, mais jusqu'ici la demande n'a pas encore été satisfaite. On envisage de consacrer environ 1.4 milliard de dollars à la construction de nouvelles habitations en 1969. Les maisons préfabriquées représentent 1 p. 100 des nouvelles demeures—Berne

Quelque 200 personnes se sont inscrites à des cours de formation de guides touristiques. L'Université Chulalongkorn et l'Office de tourisme de Thaïlande organisent ces cours (OTT). Huit cycles d'études ont eu lieu depuis 1960 et le nombre des candidats voisine les 700. Le quatrième colloque sur le thème «Voyage et Tourisme» organisé par l'OTT s'est tenu à Chiang Mai. Des projets d'amélioration des installations touristiques dans les lieux intéressants des provinces ainsi que des projets d'intensification du tourisme local ont figuré au nombre des sujets discutés—Bangkok

Une mission technique soviétique est arrivée récemment à Lima, la capitale du Pérou. La mission composée de 15 membres étudiera le financement et le développement du projet d'irrigation d'Olmos dans le nord du Pérou. On envisage que le premier stade du projet permettra l'irrigation de 250,000 acres de terre améliorant ainsi la situation de plus de 300,000 personnes. Le projet comporte également un programme d'électrification à Tumbes, Piura et Lambayeque—Lima

Le gouvernement argentin a l'intention d'offrir en adjudication l'exploration et la mise en valeur de 54 zones cuprifères découvertes à Mendoza, San Juan et Neuquén par une mission d'étude sur le cuivre porphyrique organisée dans le cadre du Programme des Nations Unies pour le développement. Des 54 zones, 33 révèlent des possibilités d'exploitation appréciables et sept autres la présence certaine de gisements de cuivre porphyrique. *Fabricaciones Militares*, l'organisme militaire industriel argentin, fera les appels d'offres aux entreprises nationales et internationales le 17 mars 1970. L'adjudicataire explorera les gisements durant une période s'étendant jusqu'à cinq ans et assumera tous les frais d'exploration. *Fabricaciones Militares* deviendra propriétaire des mines et accordera une concession pour une période ne dépassant pas cinquante ans. Le minerai de cuivre sera traité en Argentine—Buenos Aires

L'industrie de la pêche de l'Afrique du Sud a consacré de 15 à 22.5 millions de dollars canadiens à l'acquisition de nouveaux chalutiers en 1969 en vue d'accroître ses pêches, surtout à l'extérieur des eaux territoriales. L'industrie de la pêche côtière est également en train de remplacer ses chalutiers de bois par des chalutiers d'acier. Ces bateaux de pêche seront utilisés avec l'un des navires-usines de l'Afrique du Sud présentement en service sur la côte ouest du Maroc. Des restrictions quantitatives ont été imposées sur les navires-usines au large des côtes sud et sud-ouest de l'Afrique.—Le Cap.

Cours du change étranger

Les cotes nominales qui suivent peuvent être utiles aux exportateurs pour vérifier les prix, mais ces derniers devraient consulter leur banque avant de prendre un engagement définitif. Lorsqu'il y a plus d'un cours, on choisit celui qui s'applique au produit faisant l'objet de la transaction. On peut obtenir des renseignements en ce sens au sujet de n'importe quel produit en s'adressant à la Direction générale des relations avec les régions,

ministère de l'Industrie et du Commerce, Ottawa.

Les taux représentent le cours moyen du marché, sauf s'il est indiqué qu'il s'agit des taux d'achat et de vente. Le taux d'achat correspond au cours adopté par les banques à l'achat de change aux exportateurs, le taux de vente, à celui qu'elles adoptent à la vente de change aux importateurs.

Les cours qui servent à des fins autres que le commerce des marchandises ne figurent pas au tableau.

Pour convertir les cours de la première colonne en dollars des É.-U., multipliez par .92.

Pour la deuxième colonne, divisez par .92.

Pays et devise	Valeur		Pays et devise	Valeur	
	de l'unité de change étranger en dollars canadiens au 23 avril	du dollar canadien en unités de change étranger		de l'unité de change étranger en dollars canadiens au 23 avril	du dollar canadien en unités de change étranger
Afrique du Sud Rand	1.508	.66	Costa Rica Colon	.1620	6.17
Algérie Dinar	.1939	5.15	Cuba¹ Peso cubain		
Allemagne Deutsche Mark	.2952	3.38	Danemark Couronne danoise	.1429	6.99
Antilles néerlandaises Florin	.5689	1.75	Dominicaine, Rép. Peso dominicain	1.073	.93
Arabie Saoudite Rial	.2066	4.84	Équateur Sucre (officiel) (libre)	.0596 .0537	16.77 18.62
Argentine Peso argentin (libre)	.3070	3.25	Espagne et dépendances Peseta	.0153	64.93
Australie Dollar australien	1.204	.8305	États-Unis Dollar	1.073	.93
Autriche Schilling	.0414	24.15	Fidji Livre	1.238	.80
Bahamas Dollar	1.072	.93	Finlande Mark finlandais	.2554	3.91
Belgique et Luxembourg Franc belge	.0216	46.72	France, Monaco, etc.² Franc	.1942	5.14
Bermudes Dollar	1.07	.93	Ghana Nouveau Cédi	1.051	.95
Birmanie Kyat	.2253	4.43	Grande-Bretagne Livre sterling	2.581	.38
Bolivie Peso bolivien	.0901	11.09	Grèce Drachme	.0357	27.93
Brésil Cruzeiro (officiel et libre)	.2397	4.17	Guatemala Quetzal	1.073	.93
Ceylan Roupie cinghalaise	.1802	5.54	Guyane Dollar	.5367	1.86
Chili Escudo chilien (taux bancaire) (libre)	.0956 .0819	10.46 12.21	Haïti Gourde	.2148	4.65
Chine, Rép. pop. de Nouveau dollar de T'ai-wan (officiel)	.027	37.04	Honduras Lempira	.5364	1.86
Colombie Peso (fixe)	.059	16.94	Honduras britannique Dollar	.5364	1.86
Congo (Kinshasa) Zaire	2.144	.46	Hong Kong Dollar de Hong Kong	.1770	5.64

Pays et devise	Valeur		Pays et devise	Valeur	
	de l'unité de change étranger en dollars canadiens au 23 avril	du dollar canadien en unités de change étranger		de l'unité de change étranger en dollars canadiens au 23 avril	du dollar canadien en unités de change étranger
Hongrie			Paraguay		
Forint (officiel)	.0921	10.85	Guarani (libre)	.0086	116.28
Îles françaises du Pacifique³			Pays-Bas		
Franc	.0107	93.44	Florin	.2955	3.38
Inde			Pérou		
Roupie indienne	.1424	7.02	Sol (libre)	.0246	40.65
Indonésie⁴			Philippines⁵		
Rupiah			Peso (libre)	.185	5.39
Iran			Pologne		
Rial	.0142	70.42	Zloty (taux de base fixe)	.2700	3.71
Iraq			Portugal et colonies⁶		
Dinar irakien	3.006	.33	Escudo	.0373	26.66
Irlande			République arabe unie		
Livre irlandaise	2.582	.38	Livre (officiel)	2.58	.38
Islande			Républiques franco-africaines⁷		
Couronne islandaise (officiel)	.0122	81.96	Franc	.0039	256.40
Israël			Salvador		
Livre israélienne	.3065	3.26	Colón	.4294	2.38
Italie			Sierra Leone		
Lire	.0017	588.23	Leone	1.508	.66
Jamaïque			Singapour		
Dollar	1.290	.76	Dollar	.3507	2.85
Japon			Suède		
Yen	.0030	333.33	Couronne suédoise	.2062	4.84
Kenya			Suisse		
Shilling	.1526	6.55	Franc suisse	.2495	4.00
Liban			Syrie		
Livre libanaise (libre)	.3326	3.00	Livre syrienne (libre)	.2819	3.55
Malaysia			Tchécoslovaquie		
Dollar	.3505	2.85	Couronne tchécoslovaque	.1491	6.70
Maroc			Thaïlande		
Dirham	.2156	4.63	Baht (libre)	.0523	19.15
Mexique			Trinité-et-Tobago⁸		
Peso mexicain	.0855	11.69	Dollar	.5364	1.86
Nicaragua			Tunisie		
Cordoba	.1534	6.51	Dinar tunisien	2.044	.48
Nigeria			Turquie		
Livre nigérienne	3.017	.33	Lira turque	.1192	8.38
Norvège			Uruguay		
Couronne norvégienne	.1502	6.65	Peso uruguayen (libre)	.0043	232.56
Nouvelle-Zélande			Venezuela		
Dollar néo-zélandais	1.207	.82	Bolivar (officiel et libre)	.2389	4.18
Pakistan			Yougoslavie		
Roupie pakistanaise	.2254	4.43	Dinar (officiel)	.0858	11.65
Panama					
Balboa	1.073	.93			

1. A l'heure actuelle, on n'échange pas les pesos cubains dans les banques du Canada et des É.-U.

2. Le franc est également utilisé en Guyane française, à la Guadeloupe et à la Martinique.

3. Nouvelle-Calédonie, Nouvelles-Hébrides, Polynésie française.

4. En raison de la complexité du cours du change en Indonésie, on ne peut donner un taux précis pour la rupiah.

5. Taux de change aux Philippines sur la base d'un système de taux de change flottant, avec une cotation journalière des banques.

6. Le même taux s'applique à peu de chose près dans les territoires portugais d'Afrique.

7. Congo (Brazzaville), Côte-d'Ivoire, Dahomey, Gabon, Haute-Volta, Niger, République Centrafricaine, République islamique de Mauritanie, Sénégal, Tchad, Cameroun, Togo et Madagascar. Aussi les îles de la Réunion, Comores, et Saint-Pierre-et-Miquelon.

8. Cette monnaie a également cours à la Barbade et dans les îles du Vent et Sous-le-Vent.

Renseignements concernant le marché

Autriche

Superficie

32,374 milles carrés

Climat

A Vienne et dans l'est du pays, la température moyenne est de 25° F en janvier et de 65° en juillet. Dans les régions alpines (au Sud et à l'Ouest), elle est de 17° F en janvier et de 59° F en juillet. On se sert de l'échelle centigrade.

Population

En 1967, il y avait 7.3 millions d'habitants, dont 3.4 millions d'hommes et 3.9 millions de femmes. Par ailleurs, on comptait 3.6 millions de personnes âgées de 35 ans au moins, 969,499 personnes âgées de 25 à 34 ans et 702,220 personnes âgées de 18 à 24 ans.

Ménages

En 1968, on en comptait 2.3 millions. En 1961, il y avait 2.2 millions d'habitations dont 607,326 habitations comportant un ou deux logements et 1.2 million trois ou plus. On comptait 387,995 habitations rurales et 57,396 autres unités.

Revenus

Le revenu national pour 1968 est évalué à 11.8 milliards de dollars canadiens et le revenu par habitant à 1,670 dollars. Le salaire horaire moyen était de 86 cents (Can.).

Vente au détail

En 1968, les ventes au détail se sont élevées à 3.4 millions de dollars canadiens. Chaque habitant a acheté pour 480 dollars canadiens.

Véhicules automobiles

Il y avait, en 1968, 2.1 millions de véhicules immatriculés, dont 1.1 million de voitures particulières, 374,078 véhicules utilitaires et 632,000 motocyclettes et scooters.

Téléphones

En 1968, on comptait 170 appareils pour mille habitants.

Radio et télévision

En mai 1969, il y avait 2.0 millions de détenteurs de poste de radio et 1.2

million de détenteurs d'appareil de télévision. Les stations de radio et de télévision dépendent des pouvoirs publics.

Approvisionnement en eau

La pression moyenne est de 20 mètres au minimum et de 80 mètres au maximum. Elle a une teneur en minéraux de 7 p. 100 (échelle allemande de duresse de l'eau).

Énergie électrique

Courant alternatif de 5 cycles, 220/380 volts monophasé pour usage domestique et triphasé pour usages commercial et industriel. A Vienne, le prix de l'électricité à usage domestique et commercial va de .012 à 12 cents canadiens l'unité, selon que c'est le jour ou la nuit, l'été ou l'hiver, et suivant les appareils ou moteurs utilisés. Dans la capitale, le prix de l'électricité à usage industriel est fixé par voie d'accords spéciaux avec les fournisseurs. En province, le prix est légèrement différent. La fréquence est stable, car le réseau est relié aux réseaux d'Allemagne de l'Ouest, de France et de Suisse. Il faut une prise de terre pour les cordons des appareils électriques. Le système de distribution en est également muni. En 1967, la production d'énergie électrique a été de 24,339 kWh, dont 72.4 p. 100 produits par des centrales hydrauliques et 27.6 p. 100 par des centrales thermiques. Aucune transformation n'est envisagée dans le réseau de distribution.

Charbon

On y trouve du lignite et de la houille anthraciteuse. En 1968, on en a consommé 8.8 millions de tonnes métriques et produit 4.2 millions. Les réserves sont de 117.8 millions de tonnes métriques.

Gaz

On ne trouve que du gaz naturel. En 1968, on en a produit 808.6 millions de mètres cubes. Les réserves sont évaluées à 11.6 milliards de mètres cubes. En 1968, la teneur thermique était de 4,600 kilo/calories par mètre cube

(chiffre élevé). La pression de fonctionnement est de 120 mm par colonne d'eau. La longueur de ce réseau à basse pression est de 2,330 kilomètres. Le réseau de distribution à moyenne pression (pression: 5 à 10,000 mm par colonne d'eau) est alimenté principalement par deux usines tandis qu'environ 100 postes régulateurs assurent l'approvisionnement du réseau à basse pression. Il y a quelque 700,000 usagers domestiques et 70,000 usagers commerciaux et industriels. Le prix du gaz domestique est de 39 cents canadiens le mètre cube et le prix du gaz à usage commercial de 36 cents. La consommation est en augmentation.

Produits pétroliers

Essence—La super a un indice d'octane de 96 à 98, la normale de 86 à 88. Les carburants légers contiennent de 9,900 à 9,950 kilos/cal., les moyens 9,800 et les lourds de 9,500 à 9,700 kilos/cal.

Huiles pour automobiles

20 à 40 S.A.E. En 1967, la consommation de mazout s'est élevée à 3.3 millions de tonnes métriques. La même année, on a produit 2.7 millions de tonnes métriques. Les réserves sont évaluées à 24.8 millions de tonnes métriques.

Poids et mesures

Système métrique.

Filetage des vis

Système métrique. On a recours, pour les machines importées, aux S.A.E. Whitworth et nord-américaine.

Normes

Il est préférable de demander l'homologation officielle pour les appareils à gaz, les appareils électriques et autres. La demande doit être faite par l'importateur. Les organismes compétents sont les suivants: Bundesversuchs-u.-Forschungsanstalt, Arsenal, Objekt 210, 1030 Vienne; Chem.u.-phys.tech. Labor der Gemeinde Wien, Eslarnasse 23, 1030 Vienne; Technologisches Gewerbemuseum, Währingerstrasse 59, 1090 Vienne, Autriche.



Qu'y a-t-il de nouveau dans cette maison que nous voyons en train de prendre forme? Ses murs sont faits de blocs creux de mousse de polystyrène, dans lesquels l'ouvrier coule du béton. Aucun autre isolant ne sera nécessaire, et on pourra utiliser n'importe quel type de revêtement courant pour la finition des murs, tant à l'extérieur qu'à l'intérieur.

Ces blocs en plastique soufflé ont été inventés par Werner Gregory, qui en a eu l'idée en regardant un appareil à rafraîchir les boissons non alcoolisées. Sa société, la *Foam-Form Canada Limited*, établie à Oakville, dans l'Ontario,

fabrique maintenant des blocs de 4 pouces pesant 2 livres et demie. Ils sont conçus de façon à s'adapter aisément les uns aux autres. La partie centrale comporte des cavités pour le béton ainsi que des rainures pour les ronds à béton. C'est à l'occasion du congrès de la «*National Association of Home Builders*», qui s'est tenu à Houston, au Texas, que ce nouveau procédé de construction a été présenté récemment au stand canadien, où il a suscité un très vif intérêt. La société *Foam-Form* détient des brevets dans vingt-deux pays et exporte une grande partie de sa production.

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

CANADA
POSTAGE PAID
PORT PAYÉ

