

commerce extérieur

Essor de l'économie grecque

Programme des foires
commerciales du Canada
1971-1972

Ministère de l'Industrie et du Commerce, Canada

Janvier/1971



Évolution des exportations

Tous ceux qui s'intéressent de près à la vaste entreprise que constituent maintenant les exportations ne sont pas sans noter les nombreux changements qui se produisent d'année en année. De nouveaux produits et de nouvelles formes de services font leur apparition à mesure que s'accroissent les progrès technologiques. Nous n'avons qu'à consulter les informations et les communiqués de presse qui encombrant nos bureaux pour nous en rendre compte.

Dans le domaine du transport, par exemple, les services de conteneurisation ont accompli des progrès sensationnels. Nous constatons que la société Canbargo Limited opère même un service de traversiers qui sert à transporter les containers et à franchir la rivière qui sépare Windsor, Ontario et Detroit, Michigan. Cette société, dont les quais se trouvent directement à l'ouest du pont Ambassador, rend en outre d'autres services tels que l'emballage, l'assemblage de petits articles, l'entreposage, l'entretien et la location de containers. Le traversier a présentement une capacité de 40 containers par jour.

Si votre entreprise expédie des biens périssables à l'Europe occidentale, elle aimera savoir qu'il existe un service de transport en commun par container réfrigéré entre Montréal, Hambourg et Rotterdam. La première expédition se composait d'environ 20 tonnes de poissons et de mollusques congelés, ce qui représentait les envois de cinq différents fournisseurs du Québec. Le navire a été amarré à Hambourg et les agents de la société Kuehne & Nagel (Canada) Limited, qui opèrent ce service, ont vidé le container et acheminé les commandes à leurs destinations respectives. La société fournit ce service deux fois par mois et il se peut qu'elle l'étende éventuellement à

d'autres ports de l'Europe occidentale et de Grande-Bretagne.

La Ligne CP Ships a mis en service l'un de ses trois navires à containers que la société Cammel Laird & Co. lui construit à ses chantiers maritimes de Birkenhead. C'est le CP Voyageur, le premier à être mis en service et auquel viendront se joindre le CP Discoverer et le CP Trader, qui auront eux aussi une capacité totale de 700 containers de 20 pieds.

Il y a ensuite les aéronefs, surtout ceux à décollage et à atterrissages courts, domaine dans lequel le Canada a battu la marche. Le sultan de Mascate et d'Oman a récemment acheté trois avions de transport Caribou pour son aviation militaire. Son pays est ainsi devenu le 16^e à adopter le Caribou pour le transport de ses approvisionnements et de son personnel militaires. Le compagnon du Caribou, le Twin Otter, produit lui aussi par de Havilland, fait également son tour du monde. Une ligne d'aviation intercités de la Norvège a acheté quatre Twin Otters pour ses envolées entre Bergen et Bodo. Cet achat démontre jusqu'à quel point la Norvège tient à relier par la voie des airs ses localités isolées. Un autre Otter est en service depuis deux ans sur la ligne Trondheim-Bodo.

Aux dernières nouvelles, les Allegheny Airlines Inc. devaient faire l'acquisition du Twin Otter pour ses lignes reliant Atlantic City (New Jersey) et Philadelphie (Pennsylvanie). Les caractéristiques STOL de l'Otter lui permettront de laisser les passagers descendre à l'aéroport urbain d'Atlantic City. Il serait possible d'organiser 16 vols par jour à une demi-heure d'intervalle.

Il se peut fort bien que les golfeurs britanniques se servent avant longtemps de produits de fabrication canadienne. La société Campbell

Manufacturing, de Willowdale (Ont.), qui fabrique des bâtons et balles de golf, a récemment retenu les services d'un important agent britannique qui fait la vente d'équipement aux clubs de golf ainsi que dans les magasins d'articles de sport. L'été dernier, on pouvait voir des bâtons de golf canadiens exposés dans une vitrine à l'Ontario House, rue Charles II, à Londres.

Nos ingénieurs eux aussi sont très actifs à l'étranger. La société Watts, Griffis and McOuat Limited, de Toronto, a accepté récemment un travail pour le compte de l'aide extérieure du Canada au Niger, en Afrique occidentale. Elle a été chargée d'exécuter une étude géographique et une évaluation de la rentabilité d'exploitation de gisements de phosphate qui serviraient d'ingrédient de base à une industrie d'engrais chimique. Par ailleurs, à Nordenham, Allemagne, la Corporation Asbestos est à construire une usine de 15 millions de dollars où se fera la classification, l'emballage et la distribution de fibre d'amiante extraite des mines du nord de l'Ungava, au Québec. C'est la société Surveyer, Nenniger et Chênevert, de Montréal, qui a été chargée des plans et devis et de la surveillance de la construction. L'usine pourra disposer de 100,000 tonnes de fibres par année.

Même le poulet n'est pas une industrie à dédaigner. Il arrive en effet que des spécialistes de la Peel's Poultry Farm, de Port Perry, en Ontario, se soient rendus à l'Université Khonkaen, en Thaïlande, pour aider au gouvernement du pays à développer son industrie avicole. Les succès remportés jusqu'ici ont été fort appréciables.

La page couverture fait voir les ruines d'un ancien temple grec et sert d'entrée en matière à notre premier texte qui donne un aperçu des conditions qui existent dans ce pays millénaire.

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

O. Mary Hill, rédactrice
W. H. Lambton, rédacteur adjoint

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

Vol. 122 N° 1

Janvier 1971

Articles

Essor de l'économie grecque	2
L'Australie fait le bilan de ses gains et pertes	5
Les vêtements de qualité et les outils peuvent se vendre en Australie	9
La Norvège: Motoneige	12
Les États-Unis: Paradis de la motoneige	14
Débouchés pour des installations hospitalières	16
Programme des foires commerciales du Canada 1971-1972	19
Le Canada en vedette dans les magasins Macy	22
De l'énergie pour l'industrie du Brésil	27
L'affermissement de nos relations commerciales avec l'Afrique ouest-centrale	32
La petite Suisse est un gros acheteur de matériel didactique	35
Locomotives pour la Yougoslavie	44

Rubriques

On demande: Des manufacturiers	39
Règlements tarifaires et commerciaux étrangers	41
Tournées des délégués commerciaux	41
Cours de change étranger	42

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
Information Canada, Ottawa, Canada.

Essor de l'économie grecque

Grâce à un plan efficace et à une forte activité dans tous les secteurs, 1969 a été une année record et il semble que l'expansion se poursuivra.



Lorsque l'homme d'affaires a besoin de se reposer, il peut toujours se rendre dans des lieux de villégiature comme Glyfata (ci-dessus) à environ une demi-heure d'Athènes.

P. D. DONOHUE
Secrétaire commercial, Athènes

En 1968, le ministère grec de la Co-ordination a publié son plan quinquennal pour la période allant de 1968 à 1972. En somme, ce plan visait essentiellement à moderniser l'économie; en termes plus précis, il prévoyait une croissance annuelle de 7.5 à 8.5 p. 100, le maintien de la stabilité monétaire, l'augmentation de la productivité ainsi que des changements de composition de la production, des investissements et de la balance des paiements. L'accroissement des emplois figurait parmi les objectifs principaux et comportait

l'amélioration de la répartition des revenus.

Dans presque tous les secteurs de l'économie grecque, 1969 a été une année de grande expansion. Une augmentation de 14 p. 100 des exportations a été contrebalancée par un accroissement similaire des importations (voir le tableau ci-joint). Bien que la balance commerciale de la Grèce laisse encore à désirer, le déséquilibre traditionnel a été compensé par des augmentations marquées d'autres sources de devises. Les plus remarquables sont les remises effectuées par les émigrants et les Grecs travaillant à

l'étranger qui se sont élevées à 268 millions de dollars. Les revenus du transport maritime s'élevaient à 242 millions de dollars et les recettes du tourisme étaient estimées à 149.5 millions. Sans entrer trop dans les détails statistiques, disons que les réserves de change étranger sont demeurées presque stables en dépit d'un déséquilibre commercial toujours défavorable qui atteignait presque la proportion de trois contre un.

Les statistiques peuvent être trompeuses et il importe de souligner certains changements plus subtils des tendances du commerce. Les exporta-



Les exportations canadiennes vers la Grèce ont augmenté l'année dernière de 1.4 million de dollars. Nous voyons un débardeur décharger des pommes de terre de semence du Canada.

tions industrielles représentaient presque un tiers du commerce d'exportation de la Grèce et se sont accrues de près de 300 p. 100 depuis trois ans. Ce fait met en lumière un des aspects du plan quinquennal: l'économie dépend moins de l'agriculture et davantage de l'industrie, ce qui signifie un équilibre plus intéressant de la productivité globale.

D'autres indices révèlent que l'économie a nettement tendance à prendre

de l'expansion tout en s'assainissant. Le nombre des actions transigées à la Bourse d'Athènes a augmenté de presque 50 p. 100. La liquidité de l'économie, c'est-à-dire le coefficient d'avoirs liquides aux mains du public par rapport aux revenus disponibles, est passée de 66.5 p. 100 au cours de l'année dernière à 68.3 p. 100. De toute évidence, l'économie grecque progresse à un taux conforme aux objectifs fixés; ce rythme entraîne donc une croissance économique stable plutôt qu'inflationniste.

En 1969, l'expansion industrielle (voir le *Foreign Trade* du 10 octobre 1970) et le développement rapide de l'infrastructure ont figuré en tête des secteurs de croissance. En ce qui concerne les intérêts canadiens, le premier secteur n'est pas encore significatif mais devrait le devenir et le second revêt une importance considérable. Un des objectifs du plan quinquennal est la modernisation de l'infrastructure notamment dans le domaine de l'électricité, des télécommunications, des transports et de l'aménagement des terres. Les efforts pour atteindre cet objectif ne se sont pas ralentis et c'est dans ce domaine que les entreprises canadiennes ont le plus de possibilités de contribuer à l'expansion rationnelle et rapide de l'économie grecque tout en bénéficiant de cette croissance.

Certaines sociétés canadiennes ont déjà profité de l'occasion, notamment *Northern Electric* (télécommunications) et *S.N.C. Enterprises* (aménagement des ressources hydro-électriques), se qui prouve bien que le travail et l'audace permettent de réussir.

Il vaut la peine de souligner certains projets de ce secteur annoncés au cours de 1969 pour illustrer les débouchés actuels: expansion du métro d'Athènes, du port de Pirée et de l'aéroport d'Athènes, modernisation continue et expansion des réseaux de téléphone et de communication, construction de deux (ces contrats sont déjà accordés), et peut-être de plusieurs centrales thermiques et exploitation des ressources hydrauliques disponibles. Ces projets sont parmi les plus importants en voie de préparation. Ce n'est évidemment qu'un commencement et la Grèce monte dans l'échelle des nations qui se modernisent rapidement.

Il convient de noter, toujours dans le cadre du plan quinquennal, l'expansion projetée dans le domaine des services sociaux. C'est la construction accrue de centres de formation (surtout professionnelle) qui intéresse le plus le Canada. Les exemples suivants indiquent l'importance accordée à ce secteur: construction de cinq hôpitaux dont le nombre total de lits s'élève à près de 4,500 et construction de cinq écoles professionnelles en collaboration avec la Banque Mondiale.

La balance commerciale internationale de la Grèce est hautement défavorable car les importations qui s'élèvent à près de 1.5 milliard de dollars dépassent les exportations, qui excèdent à peine un demi-milliard, dans une proportion de trois contre un. Bien que d'autres sources de devises atténuent largement ce déséquilibre, les acheteurs grecs, notamment le gouvernement, doivent choisir avec beaucoup de soin leurs sources d'approvisionnement.

COMMERCE GREC, PAR PRINCIPAL GROUPE DE PRODUITS

Importations	en dollars américains			Exportations	en dollars américains		
	1967	1968	1969		1967	1968	1969
Aliments	163,319	181,022	211,328	Aliments et boissons	148,364	150,456	150,939
Matières premières	241,058	253,697	309,485	Tabac	124,955	104,553	94,084
Combustibles	89,227	104,964	106,936	Matières premières et produits semi-ouvrés	58,091	56,551	64,887
Biens d'équipement	302,690	325,427	390,203	Minerais et minéraux	24,596	34,060	39,149
Produits de consommation ouverts	340,008	358,970	388,395	Produits pétroliers	2,558	9,716	4,521
Non décrits (fret surtout)	13,061	12,740	12,138	Produits industriels et artisanaux	81,273	107,947	172,888
Total	1,149,363	1,236,820	1,418,485	Autres produits (non décrits)	12,763	1,627	3,866
				Total	452,600	464,910	530,334

L'appartenance de la Grèce, à titre de membre associé, à la Communauté économique européenne est le premier facteur qui détermine son régime commercial. En fait, elle s'est fixée comme objectif dans le plan quinquennal de s'adapter entièrement aux conditions économiques des pays membres de la Communauté. De toute évidence, elle suit cette ligne de conduite. Au cours de 1969, les importations grecques en provenance des pays de la C.E.E. dépassaient 600 millions de dollars et représentaient presque les 3/7 des importations totales (y compris les crédits des fournisseurs étrangers). L'Allemagne de l'Ouest était le principal fournisseur avec 270 millions de dollars, suivie de l'Italie (143 millions) et de la France (88 millions).

Presque 40 p. 100 (203 millions de dollars) des exportations totales de la Grèce étaient destinées à des clients de la C.E.E. L'Allemagne venait encore en tête (93 millions) suivie de la France et de l'Italie qui ont acheté toutes deux pour plus de 35 millions de dollars de marchandises chacune.

Un des aspects les plus intéressants et probablement unique des échanges de la Grèce avec l'étranger, surtout aux yeux d'un pays "occidental", est son commerce avec le Bloc de l'Est. En 1969, ses achats au Bloc se sont élevés à près de 100 millions de dollars et ses ventes ont atteint 84 millions.

Ce commerce s'effectue, dans le cadre de divers accords bilatéraux, sur la base d'un «compte clearing». C'est dire que le vieux système du troc joue un rôle très important dans cette région du monde et présente une forme de concurrence très difficile. Du point de vue de la Grèce, c'est une méthode sûre de conserver du change étranger; bien que ce ne soit peut-être pas la façon idéale de conclure des affaires, il semble qu'elle sera de plus en plus utilisée jusqu'à ce que la Grèce s'assure une base industrielle plus ferme.

La modernisation de l'économie s'étend également aux campagnes; ci-contre, un groupe de villageois du nord de la Grèce se réunissent à la terrasse d'un café local pour discuter de leurs projets et de leurs progrès.

Le commerce de la Grèce avec le Canada illustre le caractère général de son commerce mais à une petite échelle. En 1969, les ventes du Canada en Grèce étaient évaluées à 10.3 millions de dollars et ses achats, à 4.3 millions. Les principaux achats du Canada comprenaient des olives et des produits à base d'olives (\$732,000), de la bentonite (\$564,000), du fromage (\$442,000) et du magnésium (\$302,000).

Les ventes du Canada à la Grèce se composent surtout d'appareils et de pièces de téléphone (2,739,000 dollars), de pâte à papier (2,006,000 dollars), d'amiante (1,207,000 dollars) et de pommes de terre de semence (851,000 dollars). Ces chiffres indiquent clairement que certains produits dominent le marché grec en ce qui concerne le Canada. Toutefois, le BFS indique que les ventes du Canada à la Grèce se répartissent entre 230 types de produits. Ce tableau ne comprend pas les ventes de services d'experts-conseils quant aux projets d'infrastructure qui, comme nous l'avons déjà mentionné, intéressent au plus haut point l'expansion économique de la Grèce.

La méthode de conquérir le marché grec est la même que pour la plupart des marchés étrangers. A moins que vous ne possédiez une agence de commercialisation pouvant effectuer de fréquentes visites en Grèce, la meil-

leure solution est de recourir à la représentation. Dans tous les domaines, il y a plusieurs bons représentants.

Selon les produits, les conditions de crédit varient entre la lettre de crédit et le comptant contre documents (méthode la plus courante). Dans certains cas, on demande de 90 à 180 jours de délai. Pour les biens d'équipement, il est essentiel d'offrir des conditions de financement.

Si possible, les prix cotés devraient être en dollars américains, c.a.f. au port d'entrée.

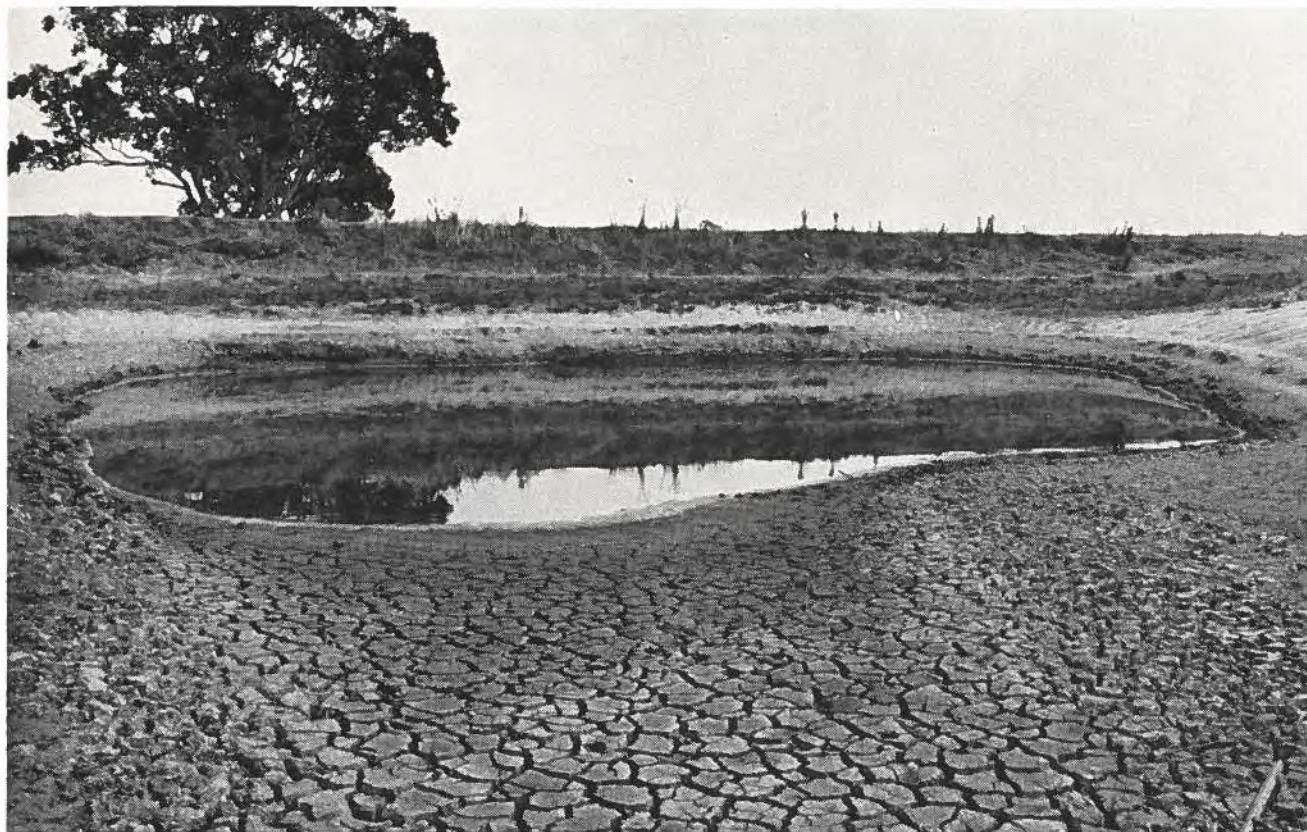
Le plan quinquennal de la Grèce s'affirme une façon pratique et logique de réaliser une expansion continue. La concurrence est variée et extrêmement serrée mais il existe des possibilités d'aider à l'expansion économique de la Grèce. Le plan n'est pas un assemblage d'initiatives plus ou moins réalistes mais un moyen logique de mettre sur pied une économie saine et viable à l'intérieur du cadre européen.

Les entreprises canadiennes ont peut-être eu tendance à méconnaître le potentiel de la Grèce, notamment dans le vaste contexte du marché européen. C'est un défi sans doute mais également une occasion rarement égalée dans le monde commercial d'aujourd'hui.



L'Australie fait le bilan de ses gains et pertes

La sécheresse qui a commencé à sévir en 1969 continue à nuire à l'agriculture, mais le boom minier compense ses méfaits. L'expansion industrielle et les investissements toujours élevés maintiennent une forte demande d'importations.



Cette photo se passe de commentaires; elle illustre la sécheresse qui accable l'agriculture sur le plus sec des continents.

A. J. STEWART, Secrétaire commercial adjoint, Sydney

L'ensemble de l'Australie connaît depuis un an une saine expansion économique. Les seules ombres au tableau sont le danger persistant de l'inflation et l'effet de la sécheresse sur la production agricole. Les statistiques préliminaires indiquent que le Produit national brut, aux prix courants, a progressé de 10.6 p. 100 pour dépasser 30 milliards de dollars australiens.* Cependant, le secteur agricole,

traditionnellement voué aux grandes fluctuations, a souffert de la sécheresse; il a enregistré une baisse de près de 13 p. 100 cette année, contrairement à sa montée de 28 p. 100 au cours de la campagne agricole de 1968-1969. De nouveau, le secteur minier a contribué fortement à l'économie; les chiffres préliminaires indiquent que la valeur ex-mine de tous les minéraux a grimpé à 1.1 milliard de dollars australiens au cours de l'année civile 1969.

L'essor soutenu des mines a été probablement le plus grand stimulant des investissements privés; malgré son

fléchissement par rapport à l'exercice 1968-1969, il n'en constitue pas moins un grand apport à l'économie. Environ la moitié des fonds privés sont consacrés au développement minier et il semble qu'une part importante des entrées de 1969-1970 soit également destinée à ce secteur. Les ressources de l'Australie ont été fortement mises à contribution, mais l'arrivée de quelque 127,000 personnes au pays a permis aux producteurs de satisfaire la demande sans précédent.

Le secteur agricole connaît depuis quelques années une évolution frappante. Le tableau 1 esquisse les modi-

*Tous les chiffres de ce rapport sont exprimés en dollars australiens. Le taux de change actuel est environ \$1.15 du Canada au dollar australien. L'exercice financier australien va du 1^{er} juillet au 30 juin.

fications des recettes agricoles depuis 1965-1966 exprimées en dollars actuels.

La sécheresse est chronique sur ce continent, le plus sec de tous. En 1969-1970, elle a atteint cruellement bien des zones, notamment une bonne partie du Queensland, le nord de la Nouvelle-Galles du Sud et quelques régions de l'Australie occidentale. Les cultivateurs de blé ont été les plus éprouvés; la moisson de 1969-1970 était estimée à près de 400 millions de boisseaux, quelque 28 p. 100 de moins que la moisson record de 1968-1969. Les perspectives de la présente campagne sont encore moins brillantes. La sécheresse sévit toujours dans les régions précitées et les estimations préliminaires indiquent une nouvelle diminution qui réduirait la récolte à quelque 240 millions de boisseaux. Cependant, cette baisse est attribuable en partie à la politique de réduire les emblavures. Quoi qu'il en soit, les exportations de blé pour 1969-1970 atteindraient quelque 280 millions de boisseaux.

La laine a également déçu les Australiens en 1969-1970. Une des premières estimations plaçait la valeur brute de la production de laine à 780 millions de dollars australiens, soit quelque 6 p. 100 de moins que celle de l'année précédente. La diminution tient au fléchissement des cours; au début de la campagne 1969-1970, ceux-ci avaient diminué de quelque 5 p. 100 au regard de la fermeture précédente et cette tendance à la baisse s'est poursuivie durant l'année, aboutissant à une diminution moyenne de 8 p. 100. A cause de la sécheresse et de la chute des cours, le gouvernement est intervenu récemment pour aider d'urgence les producteurs de laine; il fixera son assistance d'après la moitié de la baisse moyenne des cours des deux dernières années.

En revanche, la viande a été un des points saillants de l'agriculture en 1969-1970; la demande extérieure s'est accrue fortement surtout aux États-Unis. D'après les chiffres préliminaires, les exportations de viande et de préparations à base de viande pour 1970 étaient évaluées à quelque 420 millions de dollars australiens au regard du total de 285 millions enregistré en l'année 1968-1969. Les prix sont demeurés fermes sur le marché des États-Unis, mais depuis la mise en œuvre des

TABEAU 1
REVENU AGRICOLE AUSTRALIEN

	Millions de dollars australiens	Changement en pourcentage
1965-1966	1,043	
1966-1967	1,334	+ 28
1967-1968	810	- 39
1968-1969	1,228	+ 52
1969-1970	1,017*	- 21

Source: Commonwealth Bureau of Census and Statistics

*Chiffre préliminaire

contingents américains et du programme australien de détournement, on en a expédié de plus fortes quantités vers la Grande-Bretagne, le Japon et le Canada.

D'après les chiffres publiés à la fin de l'année civile 1969, on ne peut guère douter de l'essor soutenu du secteur minier; les évaluations visant les mois écoulés depuis lors confirment cette tendance. Le tableau 2 indique la production ex-mine pour certains minéraux importants.

La production de nickel figure au tableau surtout parce que c'est en 1969-1970 que les premiers lingots de nickel produits en Australie ont été livrés aux fabricants du pays. L'an dernier a vu en outre l'expansion soutenue des établissements aux stades de la bauxite, de l'alumine et de la fabrication de l'aluminium. On projette une nouvelle raffinerie d'alumine en Australie occidentale et l'expansion des présentes installations au Queensland. On a poursuivi la mise en valeur des gisements de minerai de fer du Pilbara, en

Australie occidentale, où l'appellation «Province du Fer» est devenue courante.

Le secteur de la fabrication a fourni sa part à l'essor de 1969-1970. Si les données disponibles ne visent que les trois premiers trimestres de l'année financière, l'indice de la production industrielle publié par les banques d'Australie et de Nouvelle-Zélande s'est accru de 6 ou 7 p. 100 au cours du trimestre se terminant en mars dernier. Cette saine expansion s'est donc apparemment poursuivie durant les trois derniers mois de l'exercice financier 1969-1970.

L'indice des biens durables, qui tient compte des variations saisonnières, est sorti de la stagnation au dernier trimestre de 1968-1969 pour monter de quatre points en autant de mois en 1969-1970. Cette reprise est largement attribuable à la production soutenue de voitures automobiles, dont l'indice a augmenté de quelque 11 points au cours de la même période. Les ventes de véhicules ont ralenti au cours de la dernière moitié de l'année et la production a diminué en conséquence. Toute fois, celle des matériaux de construction, qui fléchissait depuis la fin de 1968, s'est ranimée dans l'intervalle et a contribué à la vive allure de la production industrielle. L'indice de la production de biens non durables, redressé pour tenir compte des conditions saisonnières, a fléchi au premier trimestre de 1970 et cette tendance s'est vraisemblablement maintenue pendant le dernier trimestre de l'exercice écoulé. Dans l'ensemble, la production industrielle a soutenu sa croissance en 1969-1970 en mettant davantage l'accent sur les biens durables.

TABEAU 2
HAUSSE DE LA PRODUCTION MINIÈRE EN AUSTRALIE

Minéral	Unité de quantité	1968	1969	en pourcentage 1968-1969
Bauxite	000 tonnes	4,877	7,792	+ 60
Cuivre	000 tonnes	107	128	+ 20
Minerai de fer*	000 tonnes	25,929	38,478	+ 9
Minerai de manganèse	000 tonnes	734	907	+ 24
Nickel	000 tonnes	5	11	+ 120
Pétrole	000 barils	13,877	15,805	+ 15

*Contenu en fer, 1968, 16,920,000 tonnes, et en 1969, 24,468,000 tonnes.

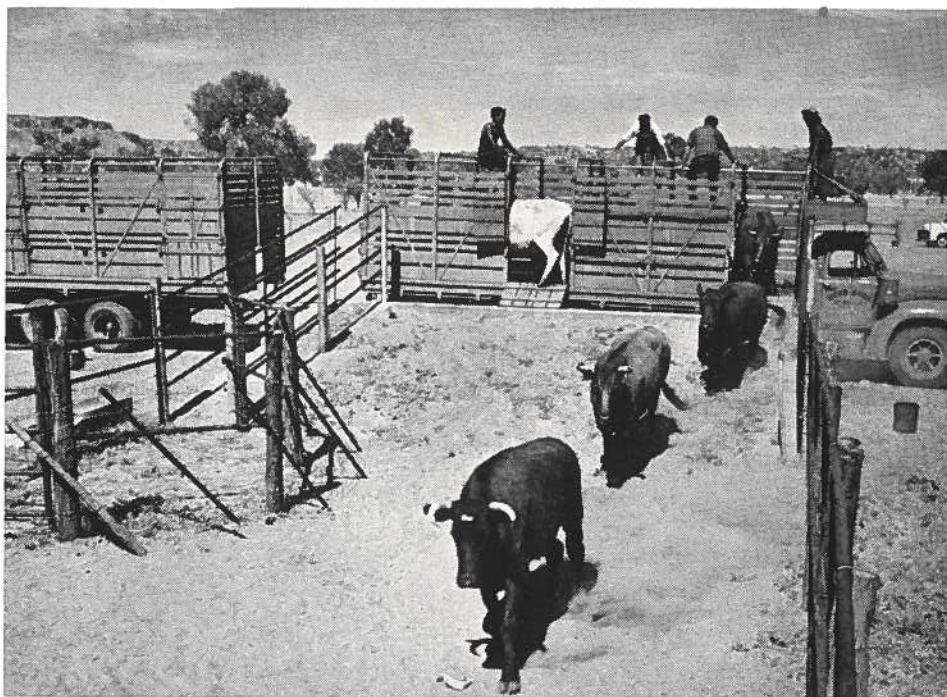
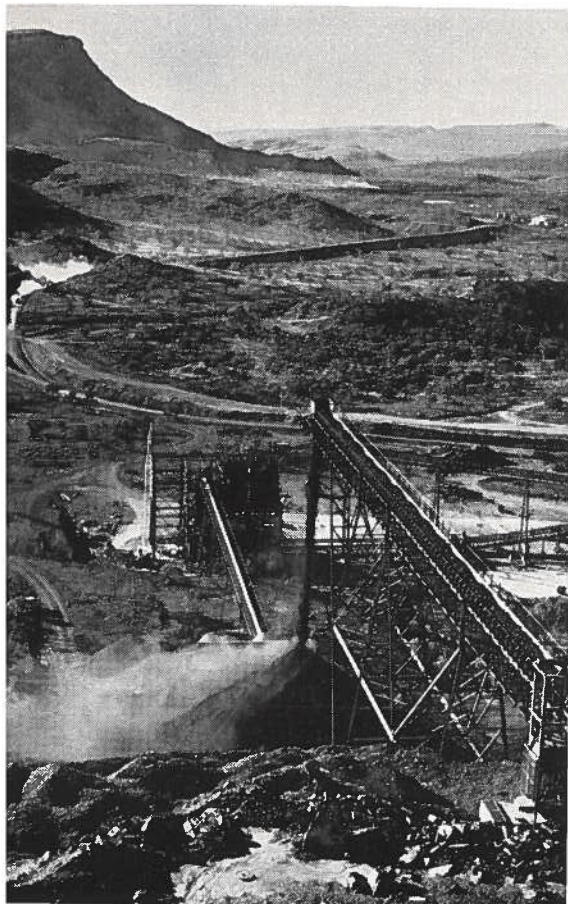
Source: Australian Bureau of Mineral Resources.

Si la hausse des prix en Australie n'a pas été aussi prononcée que dans bien d'autres pays, les pouvoirs publics s'en inquiètent tout de même.

Le prix de gros des matériaux de construction a progressé de quelque 4.9 p. 100 jusqu'en mai 1970; l'augmentation pour la période correspondante de 1969 était de 4.3 p. 100 et en 1968 de 3.0 p. 100. Les prix de consommation ont augmenté de 3.2 p. 100 de janvier à mars de 1970 et la hausse pour tout l'exercice 1969-1970 dépasserait 3 p. 100.

L'emploi a atteint un niveau sans précédent au premier semestre de l'exercice 1969-1970. En octobre, 1969, le chômage avait baissé à 0.8 p. 100 de la population active. Depuis lors, les conditions ont évolué quelque peu; le taux d'accroissement des emplois non pourvus et le nombre de chômeurs commencent à indiquer une détente de

Près de la moitié des investissements privés en Australie en 1969-1970 ont été consacrés au développement des mines. Ci-dessus le stockage du minerai de fer à Mount Tom Price: une bonne part de ce minerai est destiné aux aciéries du Japon.



Un train routier livre des bovins à Alice Spring, terminus ferroviaire pour leur expédition aux marchés du sud. La sécheresse n'a pas nui à la production de la viande et les exportations en 1969-1970 ont monté en flèche, notamment vers le Canada, la Grande-Bretagne, les États-Unis et le Japon.

la situation. L'immigration, toujours élevée, a contribué l'an dernier à réduire la pénurie de main-d'œuvre.

Le taux d'augmentation des prix et le manque de main-d'œuvre a incité les autorités monétaires à prendre des mesures en vue de resserrer le crédit en 1969-1970: par exemple, on a majoré le rapport statutaire du dépôt en réserve d'un total de 1 p. 100 en août et en octobre; on a majoré le taux bancaire à long terme de 5.4 p. 100 en juillet et on a haussé le taux des découverts en mars et le taux maximal des dépôts bancaires en avril 1970. Bien que les mises en chantier aient semblé fléchir avant les restrictions au crédit, l'effet probable de ces dernières est de les réduire davantage; la construction non résidentielle, toujours élevée, s'en ressentirait aussi.

Les chiffres définitifs pour l'ensemble de la balance des paiements ne sont pas encore parus, mais les estimations mises de l'avant jusqu'ici indiquent qu'elle est à peu près équilibrée, ou légèrement déficitaire. Quoi qu'il en soit, les réserves sont suffisantes. Le fait le plus saillant de 1969-1970 a été la hausse prodigieuse des exportations, qui ont dépassé de quelque 24 p. 100 celles de l'exercice précédent. Comme on s'y attendait, les exportations de

minéraux venaient en tête, mais les produits fabriqués ont fait belle figure et malgré les difficultés, les exportations agricoles ont progressé de façon appréciable. Les importations, par contre, n'ont augmenté que de 12 p. 100 environ.

L'an dernier, le total des exportations visibles et non visibles était évalué à 4,139 millions de dollars australiens. Les principales exportations par catégorie étaient (principaux produits entre parenthèses): fibres et rebuts de textiles, 770 millions de dollars australiens (laine); minerais métallifères et rebuts de métal, 504 millions (minerai de fer, cuivre, plomb, rutile, ilmenite); céréales, 434 millions (blé); viande et préparations à base de viande, 421 millions (viande); produits fabriqués à partir des métaux non ferreux, 284 millions; produits fabriqués à partir du fer et de l'acier, 135 millions. Le Japon est demeuré le plus grand débouché (1,020 millions), suivi des États-Unis (557 millions) et de la Grande-Bretagne.

Le Canada figure toujours en dixième place, mais la France, au neuvième rang, le dépassait de moins d'un million de dollars australiens. Les exportations australiennes vers le Canada ont atteint quelque 113.8 millions en 1969-1970 au regard de

66.5 millions l'année précédente. La viande et les préparations à base de viande, les minerais métallifères, dont le minerai de nickel, et le sucre et les préparations sucrées ont accusé les plus fortes hausses.

Les importations australiennes ont atteint 3,885 millions de dollars australiens pour 1969-1970. Les produits les plus importants étaient de nouveau les machines (710 millions), le matériel de transport (568 millions), les textiles (287 millions), le pétrole (254 millions), les instruments (121 millions) et les produits chimiques (117 millions).

Le Canada était de nouveau au cinquième rang des fournisseurs de l'Australie, suivant les États-Unis (965 millions), la Grande-Bretagne (846 millions), le Japon (482 millions) et l'Allemagne occidentale (259 millions). Les exportations canadiennes vers l'Australie ont atteint 151 millions; les principales catégories étaient les machines (23.9 millions), le papier fini

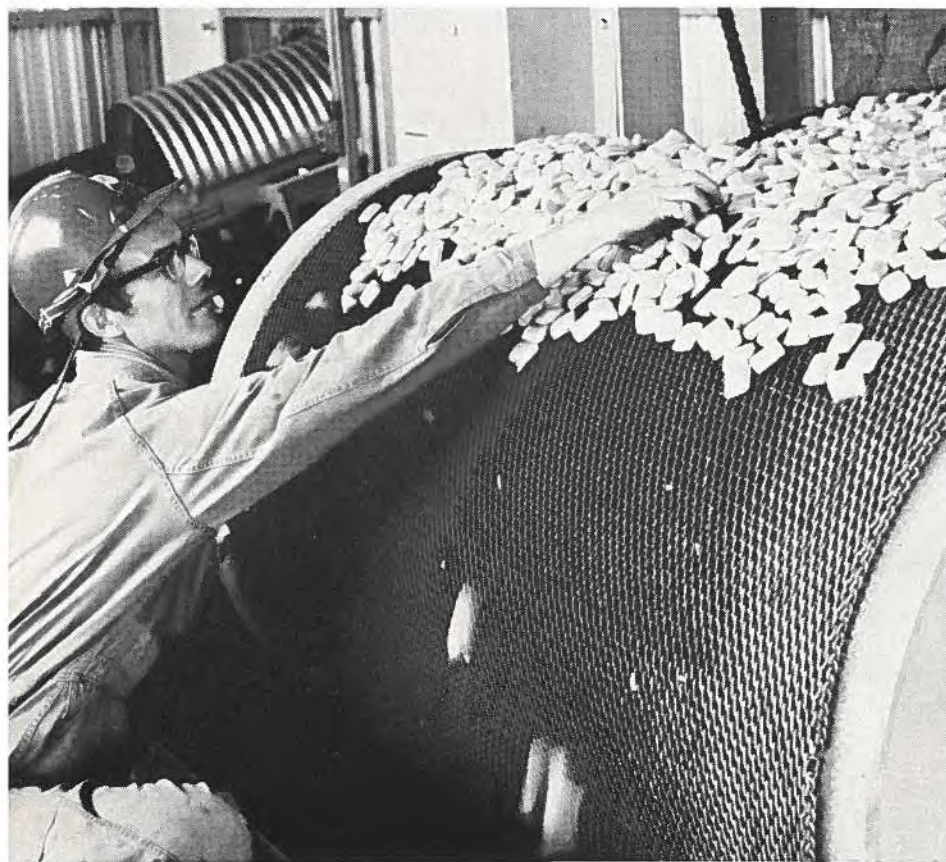
et ses produits (23.1 millions), le bois d'œuvre (17.2 millions), les engrais et les minéraux (14.0 millions), enfin la pâte et les rebuts de papier (10.5 millions). Mais au cours de l'année, la part canadienne du total des importations a diminué de 4.4 à 3.9 p. 100.

Que réserve l'avenir? Maintenant que plusieurs mois du présent exercice financier se sont écoulés, toutes les prévisions au sujet de l'économie australienne en 1970-1971 sont optimistes. Le boom minier se poursuivrait, surtout après la divulgation de la plus riche découverte d'uranium au monde dans le nord du Queensland. L'expansion industrielle se poursuivra vraisemblablement. La balance des paiements demeurerait saine grâce aux facteurs nouveaux, notamment l'effet positif de la production nationale de pétrole, la diminution des dépenses à l'importation et le bond en avant des exportations de minéraux. Cette expansion n'est pas sans nuages. Pour certaines parties du secteur agricole, les

perspectives sont peu encourageantes en raison de la sécheresse tenace au Queensland, dans le nord de la Nouvelle-Galles du Sud et en Australie occidentale. Par exemple, une récente extrapolation indique que le Queensland connaîtra en 1970-1971 sa plus maigre moisson de blé depuis 1946. L'évolution de la situation dépendra dans une large mesure de la possibilité d'enrayer l'inflation avec les restrictions déjà imposées ou du besoin de recourir à d'autres mesures.

Malgré ces problèmes, l'expansion se poursuivra probablement pendant une autre année. Cette croissance ouvrira des débouchés nouveaux et variés aux produits canadiens. Les Australiens continuent d'adopter progressivement les produits nord-américains et l'on note une demande de machines perfectionnées, de matériel scientifique, de produits chimiques, de biens de consommation et de textiles. Les marchandises canadiennes sont généralement bien accueillies en Australie. La première démarche de l'exportateur intéressé à ce marché devrait être d'écrire au bureau régional le plus rapproché du ministère de l'Industrie et du Commerce ou au délégué commercial à Sydney ou à Melbourne. Les renseignements fournis par ces sources l'aideront le plus souvent à évaluer ses chances sur ce marché restreint mais important et de plus en plus évolué.

Voici des briquettes de nickel produites à la première affinerie australienne de nickel, mise en branle en mai. La production initiale atteint 15,000 tonnes de briquettes par an, dont 90 p. 100 seront exportées. Le minerai est extrait à Kombolda, puis transformé en concentré; les briquettes sont fabriquées à l'affinerie de Kwinana. Ci-dessus, une livraison de l'usine de frittage; les briquettes passent ensuite à la benne de chargement pour être expédiées.



République populaire de Chine

Après l'établissement des relations diplomatiques entre le Canada et la République populaire de Chine, Commerce extérieur a préparé et publié en collaboration avec le bureau de Hong-Kong un supplément spécial: Le Canada et la Chine, destiné aux hommes d'affaires canadiens qui désirent sonder les possibilités commerciales dans ce pays. Ce numéro a été distribué à tous ceux qui figurent sur la liste d'envoi de Commerce extérieur. Prière d'adresser toute demande d'exemplaires supplémentaires à la Division «Commerce extérieur», Direction de la publicité, au ministère de l'Industrie et du Commerce, Ottawa.

Les vêtements de qualité et les outils peuvent se vendre en Australie

L'évolution du commerce de détail en Australie accroît les ventes d'année en année; les occasions se multiplient grâce aux droits préférentiels dont bénéficient nombre de marchandises canadiennes.

H. J. HORNE
Conseiller commercial à Sydney

Contrairement à l'opinion populaire, la population de l'Australie est très urbanisée; la plupart de ses 12.5 millions d'habitants demeurent à l'intérieur ou près des grandes capitales. Leur niveau de vie est parmi les plus élevés au monde.

Les ventes de détail pour l'année financière 1969-1970 s'élevaient à 8,505 millions de dollars australiens, soit en moyenne 687 dollars per capita. De ces ventes, 37.8 p. 100 s'effectuent en Nouvelle-Galles du Sud (capitale: Sydney, population: 2.7 millions), 28.7 p. 100 au Victoria (capitale: Melbourne, population: 2.2 millions), 13.4 p. 100 au Queensland (Brisbane, population: 778,000), 8.9 p. 100 en Australie du Sud (Adelaïde, population: 771,000), 8.2 p. 100 en Australie occidentale (Perth, population: 559,000), et 3.0 p. 100 en Tasmanie (Hobart, population: 141,000). Canberra, qui compte 107,000 âmes, complète la liste des capitales.

Depuis sept ans, l'accroissement des ventes de détail dans la plupart des États a atteint en moyenne quelque 50 p. 100. Cependant, les ventes en Australie occidentale ont augmenté de 80 p. 100, ce qui tient en partie à son progrès démographique au-dessus de la moyenne, mais en premier lieu à l'essor rapide de son économie, surtout attribuable à l'exploration, aux découvertes et à la production minières. Malgré ces hausses significatives, l'augmentation de 8.8 p. 100 dans les ventes de détail en 1969 n'a pas marché de pair avec la hausse du PNB (9.5 p. 100) et du revenu personnel disponible. Le secteur le plus dynamique a été celui des meubles et des couvertures de parquet, suivi des appareils électriques, des



C'est le temps des emplettes rue Collins, à Melbourne. Cette rue ressemble étrangement à certains quartiers des boulevards parisiens. En effet, on appelle communément l'extrémité est de la rue Collins «le bout de Paris».

vêtements, des draperies et des chaussures, la plus faible se manifestant dans le domaine des aliments et de l'épicerie. Ce dernier groupe compte pour plus du tiers de toutes les ventes de détail, comme l'indique le tableau ci-contre.

Le commerce de détail en Australie a beaucoup évolué depuis la Seconde Guerre mondiale. Par exemple, les emplettes se font en banlieue plutôt qu'en pleine ville. L'essor des centres commerciaux polyvalents a entraîné une diminution du commerce au centre-ville dans les capitales. De 1960 à 1965, le nombre de ces centres commerciaux est passé de 14 à 70, et, d'après les estimations, se situe maintenant à près de 200. Cependant, malgré cette aug-

mentation, on ne saurait qualifier de rapide l'essor des ensembles commerciaux à un arrêt, peut-être à cause des heures restreintes et au fait qu'en moyenne, il y a une voiture pour trois personnes. Une autre influence a été l'expansion des deux grandes chaînes de bazars dans le secteur alimentaire et la part assez prépondérante du marché acquise par l'une et l'autre et, plus récemment, l'établissement très fructueux dans chaque État d'au moins un magasin à succursales du type nord-américain qui vend à rabais des marchandises courantes; ces établissements font un gros chiffre d'affaires à faible marge de bénéfice.

Dans bien des régions, surtout en campagne, la formation de chaînes et

de groupes volontaires ou coopératifs en vue de consolider le pouvoir d'achat en épicerie, en marchandises électriques et en quincaillerie a transformé le commerce de détail.

Les ventes des trois principaux détaillants en Australie ont atteint 991 millions de dollars australiens, soit 12.6 p. 100 du total en 1968-1969. La plus grande chaîne, Woolworths, a réalisé un chiffre de 423 millions (5.4 p. 100 du total), suivie de Coles (346 millions, soit 4.4 p. 100) et de Myer (222 millions, soit 2.8 p. 100).

Quelques autres grands détaillants ne publient pas de chiffres de vente, ce qui rend impossible une comparaison plus complète. Cependant, les grandes compagnies ont tendance à s'imposer davantage et les fusionnements et acquisitions de magasins petits et moyens deviennent plus fréquents.

Un aperçu détaillé de l'exploitation, de la portée et des méthodes d'achat des grands magasins en Australie a paru dans le *Foreign Trade* du 25 octobre 1969. Les principaux bureaux d'achat pour ces magasins sont situés à Sydney ou à Melbourne; trois des grandes chaînes ont des agents à Montréal.

Il y a quelques différences significatives entre les opérations des détaillants australiens et celles de leurs homologues canadiens. La plus grande est peut-être la restriction des heures d'affaires. La plupart des États imposent la fermeture des magasins en soirée, le samedi à midi et le dimanche. Le magasinage du samedi matin est fort mouvementé étant donné qu'environ 25 p. 100 de l'effectif ouvrier est constitué de femmes qui ne peuvent faire leurs emplettes les autres jours de la semaine.

Malgré la rigidité des heures imposées aux détaillants, on a eu guère recours pendant les heures de fermeture aux machines distributrices pour les produits tels que les bas de femme, les pellicules photographiques ou les aliments de base.

Une autre différence est l'aire relativement restreinte des magasins. Le supermarché moyen en Australie ne vend que la moitié ou les deux tiers des articles d'épicerie qu'on trouve dans les supermarchés canadiens et peu d'entre eux stockent la gamme étendue de produits qu'on peut se procurer au Canada. La plupart des clients s'attendent encore à acheter dans des boutiques distinctes le pain, la viande, les épiceries et le café.

Les aliments apprêtés tels que les repas de télévision et les légumes congelés ne s'implantent pas vite en Australie. Cependant, l'espace consacré aux aliments congelés s'accroît rapidement, notamment dans les nouveaux magasins, ce qui permet d'accroître la disponibilité d'une gamme plus étendue de produits en vue de stimuler les ventes.

Il n'y a pas de grands magasins fonctionnant à base de commandes postales par catalogue, mais quelques-uns des grands magasins ordinaires offrent des marchandises aux clients de l'extérieur au moyen de petits catalogues ou de volants. Cependant, le chiffre des ventes n'est pas important. Les débits concessionnaires d'aliments apprêtés sont un secteur nouveau et dynamique du commerce de détail, offrant de nouveaux débouchés aux produits emballés en usine, dont le poisson et les frites congelées.

Dans le secteur des appareils électriques durables, quelques détaillants ont des prix de vente peu réalistes accompagnés d'extravagantes offres, de reprise, de cadeaux gratuits, ce qui fait que même dans les magasins conservateurs, les clients marchandent les appareils ménagers comme dans un bazar. Les négociants eux-mêmes

Une vue extérieure de ce que l'on prétend être le plus vaste centre d'achats de l'hémisphère méridionale. Roselands se trouve en banlieue de Sydney. L'Australie a connu un accroissement de 50 p. 100 dans ses ventes au détail au cours des sept dernières années.





La fontaine des roses dans le vaste centre d'achats Roselands à Sydney. Les produits canadiens jouissent, dans certains cas, de tarifs préférentiels sur le marché australien. Quelques sociétés canadiennes ont même trouvé ce marché assez lucratif pour y établir leurs propres manufactures.

essaient de stabiliser la structure des prix. Des organismes d'État correspondant au ministère canadien de la Consommation existent déjà ou sont en voie de formation. Leur portée et leur champ d'action sont comparables à ceux du ministère canadien.

Il n'y a pas de normes nationales pour les tailles de vêtements de femmes, de filles ou d'enfants. L'Association australienne des normes poursuit maintenant une étude qui, espère-t-on, conduira à l'uniformité des tailles. Elles seront peut-être exprimées en termes métriques puisque l'Australie doit passer au système métrique au cours de la décennie. Les détaillants australiens ont déjà exécuté la conversion au système monétaire décimal et ont manifesté leur intention d'appuyer ce deuxième pas, d'ailleurs logique. L'Australie maintient en général des droits douaniers élevés en vue de protéger et d'encourager l'industrie nationale. Dans bien des cas, cependant, les produits canadiens ont accès au marché grâce à des droits préférentiels leur permettant de surmonter la barrière tarifaire tandis que le tarif général exclut les marchandises des pays non privilégiés tels que les États-Unis, l'Allemagne et le Japon. Certaines firmes canadiennes ayant atteint un chiffre de vente suffisant ont commencé à fabriquer en Australie. Des exemples récents sont à relever dans le domaine des aliments apprêtés.

D'après les demandes de renseignements reçues des importateurs et des

négociants australiens, nous entrevoyons des possibilités de vente pour les produits ci-après dans le commerce de détail australien : aliments congelés en vrac ou apprêtés, poisson congelé, mis en conserve, fumé ou séché, cornichons et sauces, sirop d'érable, graines, pneus, pièces de rechange d'automobiles, articles de sport, toiles de ménage, dont les articles en chenille et les textiles issus des nouveaux procédés,

simili-fourrures, tapis, essuie-mains, vêtements de sport pour dames et enfants, outils à main et petites machines spécialisées, quincaillerie nautique et structurale, appareils ménagers 220 volts, divers articles de ménage, bijoux, cadeaux pour hommes, jouets, enfin tout article nouveau, unique en son genre ou original.

Les fabricants et exportateurs canadiens qui ont des produits susceptibles d'intéresser le commerce de détail en Australie sont invités à s'adresser par courrier aérien aux bureaux des délégués commerciaux à Sydney ou à Melbourne en fournissant les détails de leur offre, prix inclus. Ceux-ci leur enverront immédiatement une évaluation du marché et, si le résultat est positif, des noms d'importateurs, d'agents ou de représentants éventuels.

VENTES DE DÉTAIL EN AUSTRALIE

	1961-2	1965-6	1969-70
Aliments et épicerie	†2,010.6 * 189	2,530.4 221	3,149.3 254
Bière, vin et spiritueux	† 546.0 * 51	684.9 60	941.9 76
Vêtements et draperies	† 900.0 * 85	1,120.5 98	1,371.7 111
Chaussures	† 154.4 * 15	180.5 16	228.2 18
Quincaillerie, porcelaine et verrerie	† 146.0 * 14	164.0 14	223.0 18
Produits électriques	† 348.0 * 33	401.0 35	502.5 41
Meubles et couvertures de parquet	† 230.0 * 22	311.4 27	427.8 35
Produits pharmaceutiques	† 265.8 * 25	362.0 32	498.9 40
Journaux, livres et papeterie	† 166.4 * 16	213.7 19	295.6 24
Autres	† 490.0 * 46	652.9 51	866.8 70
Total	†5,257.2 * 495	6,621.3 578	8,505.7 687

† Valeur en millions de dollars australiens

* Valeur par habitant



La Norvège: Motoneige

Il sera difficile de convaincre les Norvégiens que l'on exagère les inconvénients attribués aux motoneiges, mais l'effort en vaut probablement la peine.

J. R. CAUX, Secrétaire commercial, Oslo

La topographie et le climat de la Norvège se prêtent admirablement à l'utilisation de la motoneige. En effet, la précipitation de neige est abondante, pouvant aller jusqu'à 87 millimètres en février dans la région d'Oslo. De plus, l'hiver dure normalement de la fin novembre jusqu'à la mi-avril. Il ne faudrait cependant pas croire qu'il est rigoureux car la température moyenne à Oslo en janvier n'est que de 26 degrés Fahrenheit. Enfin, la plus grande partie de la superficie de la Norvège se compose de plateaux élevés et non boisés, mais qui comprennent de nombreux lacs. Dans les régions boisées, d'innombrables sentiers et pistes ont été tracés au cours des années, de façon à faciliter l'accès de la forêt à la population norvégienne, qui est traditionnellement férue de grand air et de sport en pleine nature.

Les Norvégiens peuvent se permettre financièrement de posséder des motoneiges. Par exemple, en 1968 il y avait en Norvège 619,000 automobiles de promenade et plus de 174,000 motocyclettes pour une population totale de 3.8 millions. En outre, les Norvégiens possédaient 77,000 bateaux de plaisance à moteur, sans compter les nombreux voiliers d'Oslo et de Bergen.

Ceci dit, qu'en est-il de la situation faite aux motoneiges en Norvège?

On divise habituellement le marché des motoneiges en deux secteurs principaux, le secteur utilitaire et le secteur de plaisance. C'est surtout pour le secteur utilitaire que des motoneiges ont été importées en Norvège jusqu'à maintenant. Celles-ci sont uti-

lisées par les agriculteurs, qui s'en servent pour transporter du bois ou des victuailles dans les régions où les communications routières sont interrompues par la neige. Les compagnies de téléphone et d'électricité en emploient aussi quelques-unes pour effectuer les réparations de fils. Quelques machines sont également à l'œuvre dans les centres de ski, pour apporter les provisions aux hôtels et aller à la rescousse des gens égarés. Enfin, les Lapons les utilisent dans le rassemblement et aussi pour la garde de leurs troupeaux de rennes.

Il n'y a pas d'usines d'assemblage en Norvège et toutes les motoneiges sont importées. Les Norvégiens achètent un peu plus de quatre cents unités annuellement, principalement de Suède, d'Autriche et de Belgique. Il faut dire que les machines provenant de ces deux derniers pays sont assemblées par des filiales de compagnies

canadiennes et que le Canada accapare plus de la moitié du marché norvégien.

Quant au secteur de plaisance, à l'encontre de l'Amérique du Nord, il est pratiquement inexistant. Plusieurs raisons expliquent cet état de choses.

Comme il a été mentionné plus haut, les Norvégiens adorent les sports de plein air, surtout durant l'hiver. On aurait pu penser qu'ils accepteraient avec allégresse une innovation telle que la motoneige. Cependant il n'en est rien. Le sport d'hiver traditionnel de la Norvège est le ski de fond, et il n'est pas rare de voir des familles complètes passer des journées entières sur les pistes forestières qui sillonnent les environs d'Oslo. Ces skieurs abhorrent le bruit produit par les motoneiges et craignent que ces machines endommagent les pistes ou même qu'elles mettent leur vie en danger. De plus, on accuse les motoneiges de pol-





La vente de motoneiges a été entourée d'une forte campagne défavorable en Norvège. C'est pourtant un pays qui possède de vastes espaces pour la pratique de ce sport. Les skieurs et propriétaires fonciers craignent que la faune et les jeunes pousses d'arbres en souffrent. D'autres vont jusqu'à y voir un sport dangereux. Pourtant, les jeunes en raffolent comme on peut le constater sur la photo de ce groupe réuni autour de Skidoos de fabrication canadienne. Ce serait un marché fort profitable si on réussissait à faire disparaître les préjugés.

luer l'atmosphère pure des montagnes, de faire fuir les animaux sauvages, de briser les jeunes pousses des sous-bois.

Les skieurs, par leurs associations professionnelles et par de nombreux articles défavorables parus dans la presse locale, ont réussi à créer un «lobby» puissant dans toute la Norvège contre l'utilisation sportive de la motoneige avec le résultat qu'une grande partie de la superficie du pays est maintenant fermée à la circulation de ces machines, tant par les propriétaires de forêts privées que par les autorités nationales et municipales.

En outre, les règlements qui s'appliquent à ce genre de véhicule sont très stricts. Par exemple, il est nécessaire de posséder un permis de conduire pour être aux commandes d'une motoneige, et celle-ci doit porter des plaques minéralogiques. A toutes fins pratiques, les motoneiges sont assimilées à des automobiles et même s'il n'est pas nécessaire d'obtenir un permis d'importation, ceux qui en achètent doivent payer un droit de douane

de 9.2 p. 100 de la valeur C.A.F. et une taxe de 35 p. 100 de la valeur facturée. Enfin, on inflige aux «moto-skieurs» une taxe de route annuelle de 100 couronnes (\$15.00) en plus d'une taxe de vente de 20 p. 100.

Il ne faut pas cependant croire que tous les Norvégiens s'opposent à la motoneige. Il nous est arrivé assez fréquemment de lire dans les journaux des protestations vigoureuses contre les restrictions imposées, surtout de la part d'associations telles que celles des hôteliers, des chasseurs et des pêcheurs. Quantité de Norvégiens croient que les interdictions causent plus de pertes que de gains, et ceci doit être considéré comme un bon signe pour l'avenir de la motoneige en Norvège.

Que faire pour augmenter les ventes de machines canadiennes à ce pays? Avant tout, il faut que l'exportateur s'assure les services d'un distributeur qui a des points de vente dans toute la Norvège, soit par des succursales, soit par des sous-traitants. Il est important de vérifier que le distributeur

possède des ateliers de réparations de ces machines, assez fragiles.

Mais plus important encore est le fait que l'exportateur canadien doit être prêt à consacrer du temps et de l'argent à une publicité essentielle, qui pourrait être faite dans les journaux, par des démonstrations, des présentations de films, et même par l'organisation possible d'une association, qui n'existe pas encore. Il faut prouver aux acheteurs potentiels que la motoneige comporte beaucoup plus d'avantages que d'inconvénients et que ces mêmes inconvénients ont été souvent exagérés. Pour ce faire, il faut commencer par informer les distributeurs; une visite personnelle en Norvège est donc presque indispensable.

Le marché norvégien n'est peut-être pas encore tout à fait mûr pour des ventes massives mais, comme il est impossible de résister longtemps au progrès, ce petit pays pourrait bien avant peu s'avérer un territoire très intéressant pour les producteurs canadiens de motoneiges.

Les Etats-Unis: Paradis de la motoneige

Les ventes de motoneiges ont progressé constamment au cours des dernières années et on prévoit de nouveaux débouchés pour les vêtements et les accessoires spéciaux.

PIERRE AUBIN, Consul et délégué commercial adjoint, Minneapolis

Malgré le ralentissement de l'économie et le repli de la consommation qui en a découlé, les ventes d'équipement récréatif semblent continuer de progresser. Les ventes de yachts de luxe et de bateaux à grande puissance ont fléchi, mais cette diminution est contrebalancée en grande partie par les achats de bateaux moins coûteux et d'autres équipements de récréation. Les Américains des classes moyenne et basse, fatigués d'astiquer la voiture pour la promenade de fin de semaine, s'adonnent à la course à pied, à la bicyclette et sont en quête de passe-temps qui font appel à une activité plus grande.

Pendant l'hiver, les motoneiges, à la fine pointe du progrès, sont à l'ordre du jour et leur vogue connaît un essor prodigieux. Les minibicyclettes (1.5 million d'unités ont été vendues au Canada au cours des trois dernières années), les cyclomoteurs (2.9 millions au cours des trois dernières années), les embarcations, les canoës, les «dune buggies», les «mini-uggies» et même les petits avions à bas prix pouvant décoller aussi bien de la neige que de l'eau, connaissent la faveur du public. La vogue des aéroglisseurs n'a pas encore pris, mais les perspectives sont bonnes.

Le troisième Salon international de la motoneige qui a eu lieu à Minneapolis l'été dernier a attiré 250 exposants, dont 35 entreprises canadiennes. De nombreux produits canadiens étaient

Ci-contre, une partie de l'aire d'exposition du Salon de la motoneige à Minneapolis, auquel ont participé 250 exposants, dont 35 entreprises canadiennes. L'importance du service après-vente ne cesse de croître car les acheteurs deviennent plus exigeants. Toutefois, les produits canadiens sont fort bien cotés aux États-Unis.



présentés par des agents américains. Quelque 4,000 distributeurs et marchands des États-Unis et du Canada ont participé à ce salon d'une durée de trois jours.

Les véhicules canadiens sont fort bien cotés aux États-Unis et, si l'on en juge par la qualité des produits exposés, le Canada entend bien continuer de dominer ce secteur.

Les ventes en Amérique du Nord ont grimpé à une allure vertigineuse, atteignant 505,000 unités en 1969-1970, ce qui représente une augmentation de 70 p. 100 par rapport à l'année précédente. On prévoit qu'au moins 600,000 véhicules seront écoulés sur le marché au cours de 1970-1971, soit une augmentation minimale de 20 p. 100.

L'immense succès remporté par le Salon international de la motoneige de Minneapolis a été pour beaucoup dans la décision de l'Association internationale de l'industrie de la motoneige d'établir son siège principal à Minneapolis-St-Paul et d'ouvrir un bureau à Montréal, ville où se tiennent également des expositions.

Au cours de l'hiver, les centres de villégiature d'été et les parcours de golf sont sillonnés de pistes de motoneige. On peut même y louer de l'équipement et prendre des leçons. Comme il s'agit d'un sport pour toute la famille, la motoneige donne un sérieux coup de pouce au marché des remorques et de l'habillement. Ces véhicules, sans cesse améliorés sur le plan de la technique et de la puissance, attirent non seulement les excursionnistes mais également les voyageurs et les amateurs de course.

Le client moyen versera \$1,100 pour une motoneige et les accessoires. Environ le tiers des acheteurs échangent leur véhicule pour un modèle nouveau et plus puissant après deux ans et la moitié des clients achètent une seconde motoneige pour la famille. On remarque aussi que les jeunes, qui ne se satisfont plus d'accompagner leurs parents, insistent pour obtenir leur propre motoneige. Cela pourrait entraîner la création d'un marché pour les véhicules à faible puissance, pouvant être conduits facilement et sans risque par les plus jeunes.

Étant donné que la motoneige est un véhicule motorisé, le fabricant doit



Laurent Beaudoin, président de Bombardier Ltée (à droite) montre à l'auteur du présent article comment fonctionne une motoneige. Même les jeunes insistent auprès de leurs parents pour obtenir leur propre véhicule; cette tendance laisse prévoir la création d'un marché plus vaste pour les motoneiges à faible puissance.

s'assurer, en établissant son réseau de distribution, que les pièces seront faciles à obtenir et que le service après-vente ne posera pas de problèmes.

Jusqu'à présent, le choix des revendeurs n'a pas été difficile car les importants marchands de bateaux sont désireux d'obtenir la franchise d'agences de motoneiges, ce qui facilite les ventes à longueur d'année. Les marchands reconnaissent toutefois l'importance de la motoneige pour leur commerce et insistent pour obtenir des véhicules de qualité et l'appui dont ils ont besoin pour assurer le genre de service sur lequel ils bâtiront leur réputation. Les acheteurs se montrent également de plus en plus difficiles dans leur choix et connaissent fort bien l'importance d'un bon service après-vente. Le revendeur joue un rôle de plus en plus important dans l'exploitation du marché et se trouve, de ce fait, en meilleure position pour négocier. Il est essentiel que les fabricants cana-

diens aient un bon réseau de distribution s'ils désirent conserver leur part de ce vaste marché du sud.

En outre, les marchands de motoneiges ont constaté qu'il est rentable de vendre des vêtements de motoneige car l'amateur y consacre environ \$100. Les représentants en vêtements de sport placent régulièrement des commandes chez tous les marchands de motoneiges et les fabricants canadiens de vêtements de sport devraient s'assurer une place sur ce marché des plus prometteurs.

Notre bureau de Minneapolis est désireux d'aider les fabricants canadiens à accroître leurs ventes sur le marché américain. Si vous désirez de l'aide et de plus amples renseignements au sujet du marché du nord du Midwest, veuillez prendre contact avec le consul et délégué commercial, à l'adresse suivante: Canadian Consulate, Room 1224, 15 South Fifth Street, Minneapolis, Minn. 55402.

Débouchés pour des installations hospitalières

En Allemagne

De vastes programmes d'expansion vont exercer des pressions sur les fournisseurs allemands et ouvrir des débouchés pour le matériel canadien.

A. E. GRANT, Consul à Düsseldorf

Au cours des récents mois la plupart des provinces allemandes ont annoncé leur intention de construire de nouveaux hôpitaux et de moderniser les institutions existantes et les services médicaux actuels. Il est donc à prévoir que de 60 à 70 p. 100 de tous les hôpitaux et cliniques allemands seront complètement rénovés d'ici 1980.

Comme il y a environ 3,600 hôpitaux en République fédérale, ces projets offrent d'importants débouchés pour les manufacturiers allemands et étrangers. Les fabricants allemands étudient ces projets attentivement et plusieurs augmentent leurs services de production pour répondre à la demande.

Cependant, il est peu probable qu'ils pourront satisfaire toutes les demandes et d'excellents débouchés se trouvent ainsi ouverts aux manufacturiers étrangers. Afin d'obtenir des commandes, il importe d'avoir en disponibilité les objets commandés et de pouvoir les livrer rapidement, l'équipement manufacturé à l'étranger devra satisfaire au critère additionnel suivant pour être accepté sur ce marché: il doit être unique en son genre ou non encore disponible sur le marché allemand, ou meilleur que son semblable manufacturé en Allemagne, ou à meilleur marché. Ce n'est que très rarement, cependant, que l'équipement étranger est moins cher.

Les hôpitaux allemands se groupent sous deux catégories principales: les hôpitaux publics soutenus par les provinces et les municipalités (y compris les hôpitaux universitaires), les

hôpitaux et les cliniques soutenus par les églises et les institutions privées. Tous ces hôpitaux reçoivent, à des degrés divers, l'aide financière du gouvernement. Bien que tous accordent la préférence à l'équipement manufacturé au pays, les acheteurs des hôpitaux sont habituellement libres d'acheter leur matériel de l'endroit qui leur semble approprié, en particulier si l'équipement répond aux critères susmentionnés.

Les manufacturiers canadiens intéressés à pénétrer ce vaste marché qu'est l'Allemagne, feraient bien d'abord de se trouver un distributeur de bonne réputation. Ils sont nombreux partout en République fédérale qui ont des relations dans les bureaux d'achat des principaux hôpitaux allemands. Avant d'accepter un produit le distributeur insiste d'ordinaire pour en avoir un exemplaire durant trois à six mois aux fins de démonstration. Dans la plupart des cas l'équipement est laissé aux hôpitaux importants qui en font l'essai durant six à huit semaines. Selon un important distributeur de matériel importé, dans environ 70 pour cent des cas, l'équipement dont on a ainsi fait la démonstration donne des résultats et suscite un flot constant de commandes.

La plupart des distributeurs ont à leur service des experts techniques qui étudient la machine pour aider leurs représentants de ventes à aborder les acheteurs des hôpitaux. Ils connaissent aussi de nombreux médecins qui essaient les installations pouvant servir à la pratique médicale privée.

En raison de la nature de l'équipement hospitalier, il est essentiel que les manufacturiers canadiens s'entendent pour choisir un seul distributeur de bonne renommée à qui ils pourront accorder l'exclusivité de la distribution. Si deux ou plusieurs sociétés produisent le même genre d'équipement, elles se trouvent souvent engagées dans une guerre des prix dont les résultats peuvent être néfastes.

Une autre façon de pénétrer le marché allemand, est de participer aux nombreuses expositions destinées aux médecins et aux hôpitaux; en Allemagne, elles se tiennent généralement à l'occasion de séminars et de congrès. Bien qu'il soit préférable de se réserver les services d'un distributeur qui participe à cette exposition, les sociétés qui y prennent part elles-mêmes ont aussi des chances raisonnables de réussir. La plus grande foire de ce genre est celle tenue à Düsseldorf à tous les deux ans et qui attire 90,000 visiteurs de tous les coins de l'Allemagne et du continent. Outre cette foire, plusieurs expositions se tiennent chaque année.

Dans la plupart des cas, il est essentiel que les manufacturiers canadiens visitent les lieux pour acquérir une connaissance de premier ordre des problèmes et des possibilités que présente leur équipement. Les distributeurs allemands sont habituellement heureux de rencontrer les fabricants canadiens et leur obtiennent une série de rendez-vous auprès des médecins et des dirigeants d'hôpitaux. Ils verront aussi à faire accompagner le manufacturier canadien dans ses visites de l'un de

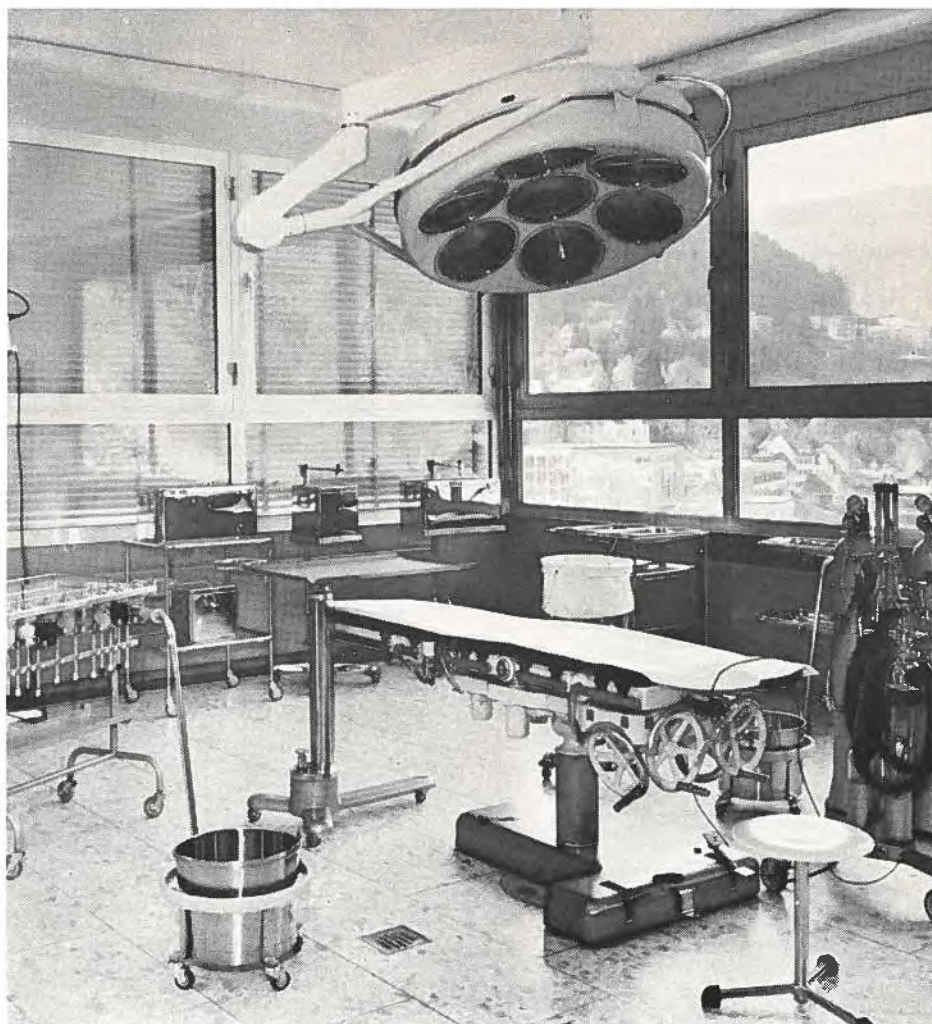
leurs représentants pour apprendre le plus de choses possible sur les aspects techniques des installations.

Les fabricants canadiens doivent être prêts aussi à partager avec leurs distributeurs les frais de publicité, d'exposition, d'impression, etc. Habituellement ces frais sont partagés à égalité.

Il faut insister sur le fait que rien dans ce domaine ne peut être vendu à partir de brochures seulement. On doit envoyer des échantillons des machines aux fins de démonstration.

Pour ceux qui veulent consacrer de leur temps et de leur argent à l'exploitation de ces débouchés en Allemagne, les quelques prochaines années pourraient être très profitables.

De 60 à 70 pour 100 des 3.600 hôpitaux allemands doivent être modernisés, y compris les services médicaux. Voilà qui offre des débouchés aux fournisseurs canadiens de produits rares ou de qualité supérieure à ceux fabriqués en Allemagne, dont l'essai est fait sur place.



Au Venezuela

Un programme spectaculaire d'expansion des hôpitaux et des services médicaux ouvre des débouchés pour l'équipement et le savoir-faire canadiens.

CARLOS BENKO, Agent commercial à Caracas

La nouvelle administration du Président Rafael Caldera, qui a pris le pouvoir en mars 1969, est à faire une révision profonde des principaux projets et programmes dans divers domaines. L'un des plus importants est la rénovation complète des services hospitaliers et médicaux qui, au cours des cinq prochaines années, comportera la construction de 29 nouveaux hôpitaux, dont le plus grand aura 800 lits, cinq cliniques médicales de 60 lits chacune et 18 centres de convalescence. Il faudra importer la plupart des ins-

tallations médicales et chirurgicales dont on aura besoin.

Les services hospitaliers sont actuellement loin de suffire aux 10 millions et demi de Vénézuéliens. La plus grande concentration d'habitants se trouve dans la région métropolitaine de Caracas (2.2 millions); la capitale possède plus de cliniques et d'hôpitaux par tête que le reste du pays. Mais même dans cette ville relativement cossue, selon les statistiques de 1967, il manque environ 2,800 lits.

Les services médicaux ne font guère meilleure figure. Les chiffres de 1967, pour la même région encore, indiquent qu'il n'a été possible de donner suite qu'à environ 360,000 des 4,124,305 demandes de rendez-vous chez les médecins. Ces chiffres ont amené les autorités à estimer qu'il manque 112 bureaux de consultation dans la région de Caracas. Depuis lors, le problème est devenu plus aigu. On prévoit qu'en 1990, la population du Caracas métropolitain sera de 5,200,000 habitants. Si on s'en tient aux normes officielles

qui fixent à quatre le nombre de lits par 1,000 personnes, 20,800 lits seront alors nécessaires. Il y a maintenant 8,800 lits, ce qui signifie que d'ici 1990, il faudrait 12,000 nouveaux lits pour Caracas seulement.

Il est évident que le gouvernement s'est rendu compte du problème, si on en juge par le programme massif de construction qui sera mis en œuvre durant les cinq prochaines années et qui devrait fournir plusieurs débouchés aux manufacturiers canadiens d'équipement médical et hospitalier de même qu'au savoir-faire des Canadiens. Le ministère des Travaux publics est chargé des constructions actuelles, et il dispose de matériaux manufacturés sur place.

Mais comme il n'existe aucune usine locale d'équipement nécessaire aux hôpitaux, il faudra tout importer, des installations centrales de climatisation aux appareils de rayon-X et aux instruments chirurgicaux. Le ministère de la Santé et l'Institut vénézuélien de la Sécurité sociale seront chargés de l'achat de cet équipement.

Au Venezuela, la concurrence est vive et, d'ordinaire, le financement fait donc partie intégrante et nécessaire

d'une offre de vente. Ce fait est particulièrement vrai dans le cas de ventes importantes d'équipement ou des réalisations «clé en mains».

La première démarche à faire par une société canadienne pour s'établir sur ce marché est de se choisir, pour représenter ses intérêts, un agent travailleur et qui a de nombreuses relations dans divers milieux. Il est nécessaire d'avoir un représentant pour recevoir des renseignements à jour sur les travaux en cours ou les projets, pour s'assurer des contacts continus et nécessaires auprès des pouvoirs publics, des organismes et des architectes à leur service, des autres groupements chargés des plans, des spécifications et de l'achat de ce genre d'équipement. Les contacts et les services personnels assurés par un bon représentant sont l'un des facteurs clés de réussite sur ce marché.

Pour attirer l'attention des Vénézuéliens sur le Canada comme source d'équipement médical perfectionné, le service commercial de l'Ambassade du Canada à Caracas est à préparer une série de petites expositions (dont la première aura lieu en septembre) de l'équipement chirurgico-médical canadien qui a de l'avenir sur ce marché. En plus de montrer aux autorités

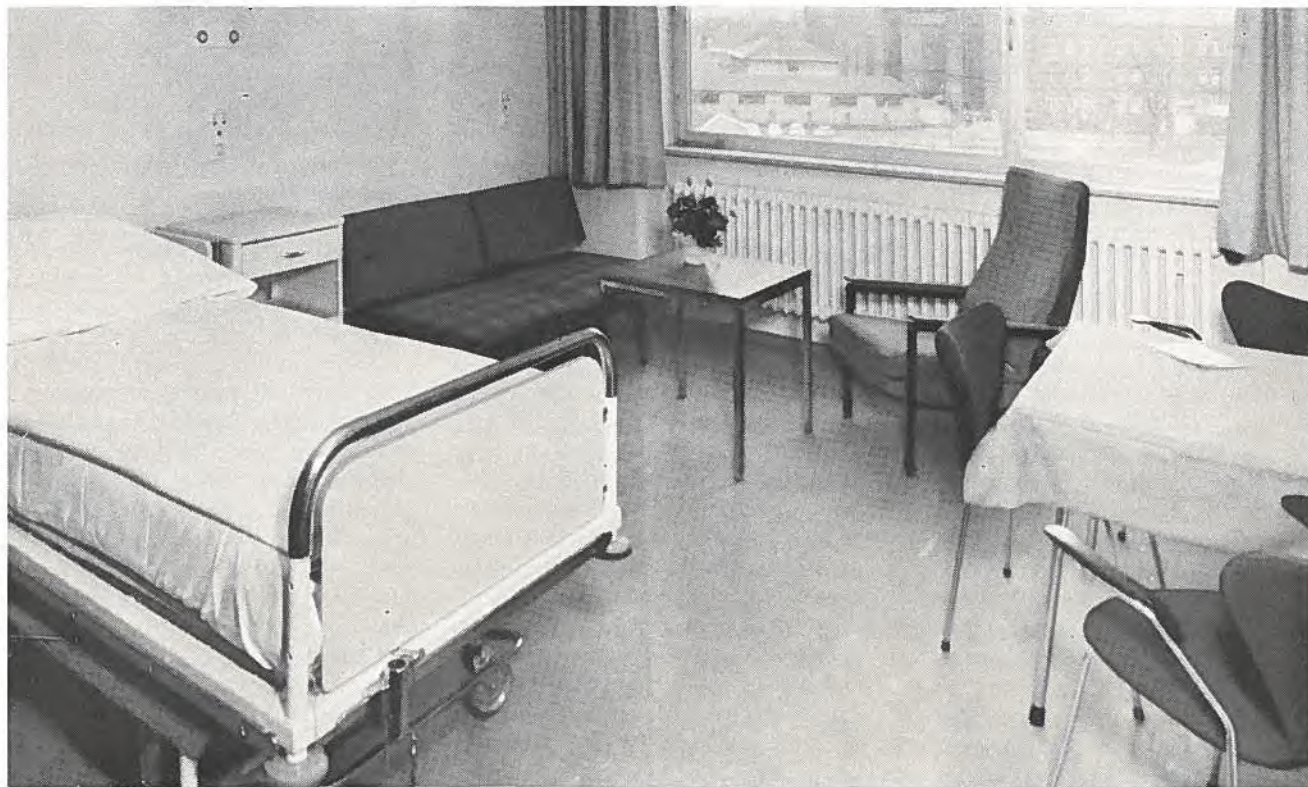
gouvernementales et hospitalières ce dont le Canada dispose, les expositions aideront les manufacturiers canadiens à trouver des représentants dynamiques et responsables.

Les sociétés canadiennes qui se spécialisent dans ce domaine et désiraient participer à l'une de ces expositions et qui seraient disposées à couvrir les frais de transport de leurs échantillons devraient écrire au Conseiller commercial, Ambassade du Canada, Apartado del Este 62302, Avenida La Estancia No. 10, Ciudad Commercial Tamanaco, Caracas.

Dans l'éventualité où les machines ou installations seraient trop grosses et difficiles à transporter, nous serions heureux de recevoir des films, des photographies et (ou) des catalogues.

Comme nous l'avons expliqué, le Venezuela s'est lancé dans une expansion importante de ses services médicaux. Il a aussi manifesté le désir de normaliser le genre d'équipement acheté. Il est donc essentiel que les sociétés canadiennes intéressées prennent des mesures immédiates pour s'assurer qu'elles seront bien présentes sur le marché dès le début de ce programme.

Le programme de modernisation et d'accroissement des services hospitaliers en Allemagne devrait ouvrir de nombreux débouchés aux fabricants canadiens.



Programme des foires commerciales du Canada



1971-1972

Le ministère de l'Industrie et du Commerce

Ci-après, la liste des foires et expositions auxquelles participera le ministère de l'Industrie et du Commerce au cours de l'année financière 1971-1972 (à compter du premier avril 1971). Bien que ce programme soit relativement définitif, il pourra subir des modifications si l'évolution des conditions économiques ou certaines circonstances imprévues l'exigent. La revue Commerce extérieur publiera ces changements. Les fabricants canadiens qui désirent participer à l'une ou l'autre de ces foires, sous les auspices du gouvernement canadien, doivent s'adresser au Directeur, Direction des foires et missions, ministère de l'Industrie et du Commerce, Ottawa.

1971	FOIRES ET EXPOSITIONS	ENDROIT	DATE
Alimentation	National Frozen Foods—Convention and Exposition Il s'agit d'une foire nationale où l'on expose viandes, poissons, fruits et légumes congelés; elle attire environ 8,000 détaillants et fabricants. Des entreprises canadiennes y ont organisé des stands individuels en 1969 mais ce sera la première fois que le gouvernement canadien participe à cette foire.	New York (N.Y.)	7 au 10 novembre
Bijoux	International Jewellery Trade Fair and Annual Convention (Retail Jewellers of America) L'une des plus importantes expositions annuelles d'articles de bijouterie, elle attire des exposants de Grande-Bretagne, d'Allemagne, d'Italie, d'Espagne et de France. Le Canada y participera pour la première fois.	New York (N.Y.)	26 au 29 juillet
Bovins	International Cattlemen's Exposition Quelque 25,000 hommes d'affaires, éleveurs et commerçants assistent à cette exposition annuelle, où les bestiaux canadiens ont jusqu'ici fait une bonne impression. Le Canada participe sous l'égide du Ministère et de la <i>Canadian Joint Beef Breeds Association</i> .	Las Vegas, Nevada	décembre
Électricité et électronique Équipement périphérique	Foire des industries allemandes Cette foire industrielle serait la plus importante du monde. On y expose surtout des produits électriques, électroniques et mécaniques. L'an dernier, elle a attiré 5,500 exposants et plus de 650,000 visiteurs. Les stands canadiens sont consacrés à l'électricité, l'électronique et l'informatique, domaines où les débouchés sont illimités en raison de la demande grandissante en Europe.	Hanovre (Allemagne)	22 au 30 avril
	Armed Forces Communications and Electronics Show Le Canada participera à cette foire pour la première fois et y exposera, à l'intention des agences des forces armées des États-Unis, de l'équipement perfectionné dans le domaine des communications, de la navigation et des aéroports.	Washington (D.C.)	8 au 10 juin
	5^e Congrès et exposition internationaux—Mesures et techniques d'automatisation (INTERKAMA) La valeur de la demande globale dans ce secteur s'élevait à près de 940 millions de dollars en 1968. La dernière exposition triennale a attiré 100,000 visiteurs. Le Conseil national de recherches a tenu une exposition parallèlement à ce congrès. Le Ministère y participera pour la première fois en 1971.	Dusseldorf (Allemagne)	14 au 20 octobre

1971	FOIRES ET EXPOSITIONS	ENDROIT	DATE
	Joint Computer Conference (American Federation of Information Processing Societies) Le Canada participera à cette foire pour la deuxième fois. On y présentera surtout de l'équipement terminal et périphérique qui formera, selon les prévisions, 75 p. 100 des ventes dans le secteur de l'informatique en 1975.	Las Vegas (Nevada)	16 au 18 novembre
Foire internationale	Foire internationale de Budapest L'an dernier, cette foire a attiré 23 pays dont le Canada. Les 15 entreprises canadiennes ont réalisé des ventes sur place de 360,000 dollars et des affaires éventuelles dont la valeur pourrait atteindre 40 millions de dollars. Machines pour la fabrication et la distribution de produits alimentaires, dispositifs de fixation et équipements de vulcanisation figurent parmi les produits exposés.	Budapest (Hongrie)	21 au 31 mai
Forêt	Southern Pine Forest Products Machinery and Equipment Exposition Cette foire biennale, qui s'adresse aux hommes d'affaires, a attiré en moyenne 10,000 visiteurs lorsqu'elle a été tenue les années précédentes en Nouvelle-Orléans. En 1969, huit sociétés canadiennes, patronnées par le ministère de l'Industrie et du Commerce, ont réalisé des ventes directes de \$90,000 et espèrent effectuer des ventes de quatre millions de dollars dans les 24 mois depuis la tenue de cette exposition.	Atlanta (Georgie)	30 avril au 3 mai
Hôpitaux, fournitures médicales et chirurgicales	Exposition internationale du matériel hospitalier 6^e exposition (inter-hôpitaux) Cette foire biennale est consacrée aux instruments médicaux et chirurgicaux, à l'équipement électrique, l'assainissement de l'air, l'ameublement hospitalier, l'équipement d'entretien, aux produits alimentaires et autres. Le nombre de visiteurs, notamment de médecins, d'administrateurs d'hôpitaux, d'architectes et d'infirmières a atteint 90,000 en 1969. Le marché européen du matériel hospitalier est présentement évalué à 5 milliards de dollars. La valeur des ventes directes et anticipées, à la suite de la participation canadienne en 1969, s'établit à près de 700,000 dollars.	Stuttgart (Allemagne)	11 au 14 mai
Matériaux de construction	Salon international du bâtiment (BATIMAT) La participation canadienne aux deux dernières foires a remporté un grand succès et a favorisé effectivement la pénétration du marché français.	Paris (France)	18 au 28 novembre
Matériel de sport	Marine Trades Exhibit and Conference La demande d'embarcations de plaisance et d'équipements connexes aux États-Unis représente un marché au détail de trois milliards de dollars; ce salon est le plus fréquenté de l'industrie américaine en question. On y présente également des motoneiges et des roulottes-remorques. Le Canada n'a pas participé à ce salon depuis 1966.	Chicago (Illinois)	septembre
Matériel de restaurant	52nd National Restaurant Hotel-Motel Convention and Educational Exposition (NRA) Il s'agit de la plus importante exposition d'équipement de restauration en Amérique du Nord. Le Canada y présentera du matériel pour la préparation et la distribution d'aliments et de boissons, de l'ameublement de restaurants et des produits conditionnés. Le Canada participera à cette exposition pour la deuxième fois.	Chicago (Illinois)	22 au 26 mai

—suite à la page 24

LE CANADA EN VEDETTE I

«Venez revêtir un manteau du Canada et admirer les nombreux autres vêtements canadiens que nous avons réunis pour vous; vous trouverez des paletots, des manteaux de daim, des pantalons, des bottes en peaux de phoque et des chapeaux de fourrure. Pour les enfants, la gamme va des anoraks aux vêtements côtelés; pour les dames, nous avons des tailleurs-pantalons, des manteaux en fourrure synthétique, des tricotés, etc. Tous ces vêtements portent fièrement l'étiquette du Canada, le nouveau monde de la mode. Venez les admirer aujourd'hui chez Macy de la Place Herald ou au Macy de votre localité. Hâtez-vous avant l'arrivée de l'hiver».

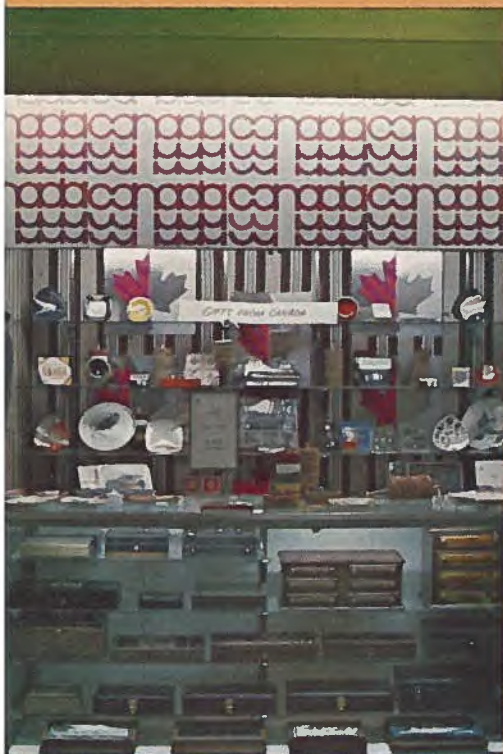
Voilà une partie du texte qui couvrait toute une page du New York Times le 4 novembre et qui constituait un des éléments d'une vaste campagne de promotion des marchandises canadiennes dans les quatorze magasins Macy, du 28 octobre au 14 novembre. Cette campagne a été organisée et

réalisée en collaboration avec le ministère de l'Industrie et du Commerce. C'était strictement une entreprise commerciale. Les directeurs de Macy sont des hommes d'affaires et ils ont préparé la campagne dans le but de vendre et non simplement d'exposer les nombreux modèles de biens de consommation fabriqués au Canada. Le président de Macy, M. David L. Yunich, a envoyé 30 acheteurs à Montréal, Toronto et Winnipeg au cours du printemps et de l'été en leur enjoignant de revenir avec des marchandises qui se vendraient bien. A la fin d'octobre, avant même le début de la campagne, des journaux new-yorkais comme le *Times* et le *Daily News* publiaient des annonces de Macy illustrant des tailleurs-pantalons en daim et de ravissants manteaux midi pour dames.

Pour indiquer, à chacun des étages du magasin, à quel endroit ces produits étaient en vente, le Ministère a dessiné une affiche spéciale portant une feuille d'érable stylisée et des bandes diagonales. Ce symbole a paru dans les montres et les étalages intérieurs ainsi que sur les étiquettes que portait

chaque produit du Canada (il en a fallu 29,000). La même feuille d'érable figurait sur les affiches cruciformes suspendues au-dessus de certaines sections à chaque étage du magasin pour guider, vers les marchandises canadiennes, les quelque 300,000 personnes qui, en moyenne, visitent chaque jour le magasin de la place Herald. Ces affiches étaient également utilisées à l'arrière-plan des étalages de petits objets.

Quels genres de produits canadiens les clients ont-ils trouvés? D'abord des vêtements, masculins, féminins et juvéniles. On mettait davantage l'accent sur les vêtements extérieurs mais il y avait



DANS LES MAGASINS MACY

aussi en vente des costumes pour hommes, des manteaux pour dames ainsi que des robes d'enfants.

Pour les vêtements d'hiver tels que les habits de neige et les anoraks pour enfants, on utilisait le thème publicitaire suivant: «Songez que le Canada, c'est l'hiver». Les nouveautés de la mode étaient en vedette: pantalons gaucho (à la hauteur du genou, pour ceux qui l'ignoraient), knickers, tailleurs-pantalons, vêtements de daim avec une frange à l'indienne; en outre, pour la jeune fille soucieuse d'être à la page et même pour sa mère, des bottes de longueurs, de modèles et de matériaux

divers. (Une de nos photos illustre le caractère fort attrayant de leur présentation dans une des montres).

Les acheteurs avaient choisi d'instinct des marchandises pratiques aussi bien qu'élégantes. Il y avait des combinaisons pour hommes (teintes ancestrales) des sous-vêtements longs pour les sports d'hiver, des chaussettes, des pyjamas et des robes de chambre, des chapeaux de fourrure, des coupe-vent. La boutique des cadeaux offrait un choix restreint mais intéressant de cadeaux pour hommes comme l'illustre une de nos photos.

Que peuvent retirer les fabricants canadiens d'une campagne de promotion de ce genre? D'abord, il y a les ventes aux acheteurs de Macy. En deuxième lieu (et ce point est souligné par le personnel du Ministère qui a participé à la campagne), il ne faut pas oublier les répercussions à long terme, notamment auprès des hommes et des femmes qui achètent pour d'autres grands magasins ou pour des magasins à succursales multiples à travers les États-Unis. Ils sont venus chez Macy pour voir et pour comparer; la photo

de l'étalage des vêtements pour hommes, par exemple, nous en montre quelques-uns en train d'examiner soigneusement la coupe, le tissu et la finition des vêtements. N'oublions pas que Macy est le plus grand détaillant du monde et que les autres magasins ont tendance à l'imiter. Les répercussions de la campagne de promotion ne se sont pas fait sentir uniquement dans la ville de New York mais aussi dans la banlieue et dans les autres villes de l'État ainsi que dans l'État voisin du Connecticut. Parmi les 13 succursales de Macy il y a celles de Flatbush, d'Huntington, de New Haven et du nouveau centre commercial Colonie situé entre Albanie et Schenectady, tout près de la frontière canadienne.

Il faut espérer qu'à la suite de cette campagne de promotion chez Macy beaucoup d'autres acheteurs américains découvriront au Canada les produits dont ils ont besoin et qu'ils peuvent vendre; c'est le nouveau monde de la mode outre-frontière.



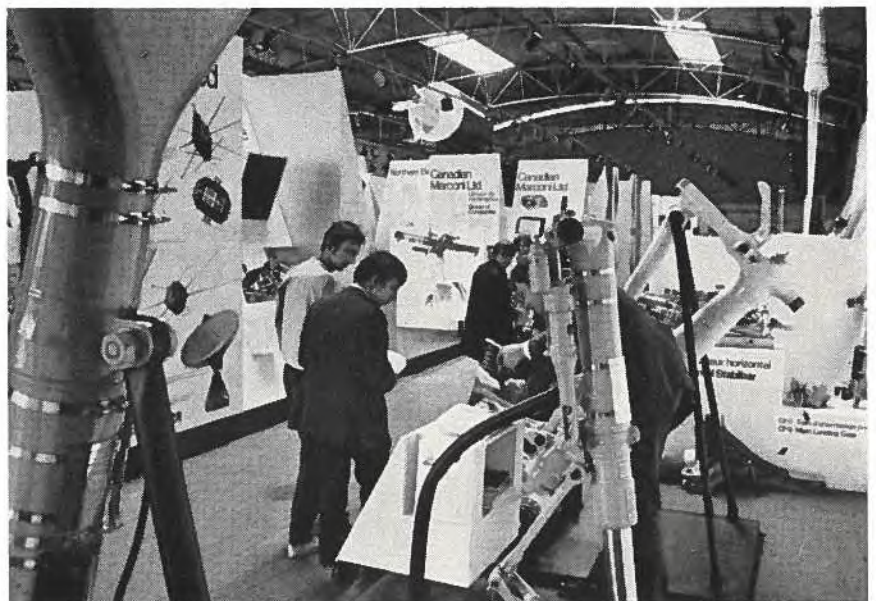
1971	FOIRES ET EXPOSITIONS	ENDROIT	DATE
Plastiques	13th National Plastics Exposition (Society of the Plastics Industry) On prévoit que les ventes de matières plastiques aux États-Unis atteindront 45 milliards de livres en 1980 par rapport aux 17 milliards qui ont été vendues en 1969. Les exportations canadiennes vers les États-Unis, qui se sont chiffrées par 5.3 millions de dollars en 1969, représentent 1.8 p. 100 du marché américain des matières plastiques. Le Canada participera à cette foire pour la première fois.	Chicago (Illinois)	1 ^{er} au 5 novembre
Textiles	International Clothing Textiles Trade Fair (24th INTERSTOFF) Bien que la foire ne s'adresse pas au public, le nombre de visiteurs avoisine 20,000. Le marché européen, évalué à un milliard de dollars, constitue le débouché le plus important du monde pour les textiles. Le gouvernement canadien qui y participera pour la première fois présentera des tissus mode, des tissus pour vêtements de dessus et des fourrures synthétiques.	Francfort (Allemagne)	23 au 26 novembre
Technogénie	International Petroleum Exposition Cette exposition, qui a lieu au cœur du pays du pétrole et du gaz a attiré la dernière fois (1966) 70,000 représentants importants de l'industrie. Le Ministère y participera pour la première fois et exposera les connaissances croissantes du Canada dans ce domaine, et en particulier, les techniques par temps froid.	Tulsa (Oklahoma)	15 au 23 mai
	Salon international de l'aéronautique et de l'espace Il s'agit de la manifestation la plus importante dans le domaine de l'industrie aérospatiale. Le Canada, l'un des cinq pays qui présentent un pavillon national, a participé aux quatre dernières foires biennales.	Paris (France)	27 mai au 6 juin
Vêtements	Solo Apparel Show—Vêtements féminins Cette foire, tenue en juin dernier, a attiré plus de 1,000 acheteurs de toutes les parties des États-Unis. Grâce à ces expositions qui ont lieu depuis quelques années, les exportations canadiennes de vêtements féminins ont atteint 63 millions de dollars en 1969.	New York (N.Y.) Première étape Deuxième étape	avril, octobre 1971 juin 1971, janvier 1972

1972

Éducation	Foire européenne du matériel didactique (DIDACTA) Il s'agit de la foire la plus importante de ce genre; 800 exposants en provenance de 59 pays y ont participé en 1970. L'envergure internationale de cette foire permet de renseigner les éducateurs du monde entier sur les techniques canadiennes dans ce domaine. Le Canada participera à cette foire biennale pour la deuxième fois.	Hanovre (Allemagne)	17 au 21 mars
Emballage	Foire internationale de l'emballage (MACROPACK) Ce sera la deuxième fois que le Canada participe à cette foire consacrée aux matériaux et machines d'emballage et au matériel de transport intérieur. La prochaine aura lieu en 1976. Cette manifestation se tiendra par la suite tous les trois ans.	Utrecht (Pays-Bas)	mars

Foire internationale	Troisième foire internationale d'Asie En 1969 cette foire a eu lieu à Téhéran et 40 pays y étaient représentés. Ce sera la troisième fois que le Canada participe à la foire d'Asie. Cette manifestation touche à tous les aspects de l'agriculture, de l'industrie, du commerce et des progrès technologiques.	New Delhi (Inde)	février
Matériaux de construction	National Association of Home Builders (NAHB) Le congrès annuel de la NAHB coïncide avec ce salon, qui a attiré plus de 55,000 visiteurs en 1970, année où les sept exposants canadiens ont reçu 700 demandes de renseignements et réalisé, au cours de la période subséquente de 12 mois, des ventes évaluées à près de deux millions de dollars.	Houston (Texas)	23 au 27 janvier
Océanologie	Oceanology International '72 Cette exposition qui deviendra une manifestation biennale a lieu pour la deuxième fois. Y seront présentés des installations de forage sous-marin, des pontons munis de grues, de l'équipement en vue d'enrayer la pollution causée par le pétrole et des submersibles.	Brighton (Angleterre)	20 au 24 mars
Restauration	International Hotel and Catering Exhibition (Hotelympia) Cette exposition d'envergure internationale met l'accent sur le tourisme et les voyages en Grande-Bretagne. Les stands présentent des produits alimentaires, de l'équipement et des accessoires pour servir les aliments. Le Canada participe à cette exposition biennale depuis 1966.	Londres (Angleterre)	janvier
Vêtements	Solo Apparel Show—Vêtements masculins Salles d'exposition des fabricants de costumes et de manteaux masculins pour le printemps et l'automne.	New York (N.Y.)	janvier
	Solo Apparel Show—Vêtements féminins Il s'agit de la deuxième phase de cette exposition qui s'adresse seulement aux exposants qui ont participé à la première phase.	New York (N.Y.)	janvier

Ci-contre, une section du pavillon canadien au dernier Salon international de l'aéronautique et de l'espace qui a été tenu en juin 1969. Le Canada participera à la prochaine manifestation qui se tiendra entre le 27 mai et le 6 juin 1971.





Les ventes canadiennes réalisées dans le cadre du Salon de la National Restaurant Association, qui a eu lieu à Chicago le printemps dernier, ont été évaluées au bas mot à 6.75 millions de dollars. Le Ministère patronnera à nouveau un stand lors de la prochaine exposition qui se tiendra au même endroit entre le 22 et 26 mai.



Les Canadiens ont également participé à l'Engineering Conference and Tool Exposition (SME) qui a eu lieu à Détroit en mars 1970. Le représentant d'une société explique le fonctionnement de ses produits aux visiteurs.

De l'énergie pour l'industrie du Brésil

La production de l'énergie électrique est censée être doublée d'ici 1980 au coût de plusieurs milliards de dollars. Les producteurs canadiens d'équipement électrique devraient y trouver d'excellents débouchés.

G. D. VALENTINE, Secrétaire commercial, Rio de Janeiro

En juillet, le ministre brésilien des Mines et de l'Énergie a inauguré une centrale de 700 mégawatts (Mw) au barrage d'Estreito, à l'est de Sao Paulo sur le Rio Grande. La cérémonie, qui réunissait divers notables de l'État et du pays, a fait la manchette des organes d'information. Ces cérémonies deviendront courantes car le Brésil entreprend un programme d'expansion qui coûtera plusieurs milliards de dollars d'ici dix ans et portera la capacité des installations à plus de 18,600 Mw d'ici 1975.

Voilà quelques années, un accroissement de 700 Mw par an passait pour remarquable. Une telle hausse a eu lieu pour la dernière fois en 1954, alors que la capacité totale a atteint 2,805 Mw. Mais en 1969, l'augmentation globale était de 1,798 Mw, portant la capacité génératrice à plus de 10,350 Mw. La capacité des installations a donc doublé dans dix ans et l'on projette de la doubler encore d'ici 1980. Quelques administrateurs entrevoient même pour cette année-là une puissance globale de près de 30,000 Mw.

Le potentiel énergétique global du Brésil a fait l'objet de nombreuses estimations et celle de 130,000 Mw pour les centrales hydro-électriques seules serait vraisemblable. Mais il est évident que l'utilisation de toute cette énergie n'est pas rentable surtout à cause des grandes distances qui séparent les zones de consommation de certaines ressources hydrauliques. On n'a fait aucune étude détaillée de l'ensemble du pays, mais la région sud-centrale, qui consomme plus de 70 p. 100 du total de l'électricité produite, fait l'objet d'une telle étude grâce à une subvention accordée en 1962, par le Programme des Nations Unies pour le développement.



Parmi les grands projets hydro-électriques du Brésil se trouve Jupia, qui fait partie du grand complexe d'Urubupunga. Ci-dessus la centrale en voie de construction; elle produit déjà, mais n'atteindra pas sa capacité totale de 1,400 mégawatts avant 1973.

Cette étude, effectuée par un consortium comprenant des firmes canadiennes de consultation technique, a permis de repérer beaucoup d'emplacements prometteurs pour des centrales hydro-électriques. Quelques-uns sont en bonne voie d'aménagement, y compris le complexe d'Estreito. On termine rapidement les plans de plusieurs autres centrales et d'ici 1975, la demande d'énergie aurait atteint 48 millions de watts-heures. On a entrepris d'autres études des régions du sud et du nord étant donné que la demande y augmente rapidement.

L'histoire de l'aménagement énergétique au Brésil est longue et compliquée et la firme *Light S.A.*, qui appartient à *Brascan*, de Toronto, y est intimement associée. Plus de 800 sociétés d'électricité fonctionnent au Brésil. *Light* est la plus importante, mais sa capacité génératrice est limitée et elle doit acheter de fortes quantités d'énergie des autres producteurs pour la distribuer aux régions de Rio et de Sao Paulo. Sur les 800 entreprises, 10 produisent plus de 80 p. 100 de l'énergie, 70 en génèrent 12 p. 100 et les autres produisent le reste, soit 8 p. 100.

Pour hâter la rationalisation du secteur énergétique, une société à portefeuille appartenant à l'État, *Electrobras*, a été formée en 1962. La création de cette compagnie a permis au Brésil de présenter un front uni à la recherche du financement et de réglementer la production d'électricité. *Electrobras* groupe 16 sociétés d'électricité en propriété exclusive, elle compte aussi 20 compagnies associées et participe à leur capitalisation dans des proportions qui varient entre 2 à 33 p. 100. Les lois fédérales régissent le fonctionnement des entreprises privées étatisées ou municipalisées dont *Electrobras*, ses filiales et ses sociétés affiliées.

Comme le Brésil a besoin d'investir 700 millions de dollars par an d'ici quatre ans, il va de soi que l'argent est une des conditions essentielles à la production de l'énergie dont il a besoin. Quelque 80 p. 100 des fonds requis proviendront du pays même au moyen des impôts, des profits et des emprunts locaux. Le Brésil compte obtenir les autres 20 p. 100 des emprunts à l'étranger, surtout à la Banque interaméricaine de développement, à la Banque mondiale, à l'Agence pour le développement international (ADI) des É.-U. et aux fournisseurs étrangers individuels qui sont financés par les organismes de prêts de leurs gouvernements, tels que la Société pour l'expansion de l'exportation au Canada et l'*Export Credits Guarantee Department* en Grande-Bretagne. Le crédit étranger semble facile à obtenir étant donné l'essor remarquable de l'économie brésilienne. Ainsi le cycle est complet; une base industrielle croissante garantit le crédit nécessaire à l'achat des équipements électrogènes, qui fournissent l'énergie permettant à l'industrie de se développer encore plus rapidement et de devenir plus efficace.

La Banque interaméricaine de développement (BID) a été une des principales sources de fonds pour l'aménagement énergétique. Depuis 1961, elle a prêté \$210,199,454 pour financer des projets évalués à plus d'un milliard de dollars. Sur ces 210 millions, seulement 82 millions avaient été dépensés à la fin de février 1970. Il reste donc bien plus de 100 millions pour les projets courants; les fabricants d'équipements brésiliens et étrangers soumettent des offres concurrentes pour se tailler une part des ventes. Par ailleurs, la Banque mondiale a fait preuve de générosité

Centrales au Brésil

Nom de la centrale	Capacité actuelle	Capacité projetée	1970	1971	1972	1973	1974	Capacité
	Mw	Mw						finale
Mw								
Centrales électriques de plus de 100 mégawatts, actuelles et projetées								
Ilha Solteira (H)*	—	—	—	—	—	—	640	3,200
Paulo Afonso (H)	1,215	—	330	165	165	330	330	2,215
Jupia (H)	600	400	200	200	—	—	—	1,400
Marimbondo (H)	—	—	—	—	—	—	—	1,400
Furnas (H)	900	—	150	150	—	—	—	1,200
Estreito (H)	700	—	—	350	—	—	—	1,050
Jaguara (H)	—	—	236	236	104	104	—	680
Santa Cruz (T)*	160	—	—	200	200	—	—	560
Tres Marias (H)	130	65	—	—	—	—	—	520
Mascarenhas Morais (H)	300	—	—	—	—	—	—	475
Henry Borden (H)	485	—	—	—	—	—	—	485
Cachoeira Dourada (H)	136	—	50	52	—	—	52	426
Piratiniga (T)	410	—	—	—	—	—	—	410
Xavantes (H)	—	200	200	—	—	—	—	400
Henry Borden 2 (H)	390	—	—	—	—	—	—	390
Nilo Pecanha (H)	330	—	—	—	—	—	—	330
Porto Colombia (H)	—	—	—	160	—	—	80	320
Passo Real (H)	—	—	—	—	—	125	—	250
Capivari Cachoeira (H)	—	125	125	—	—	—	—	250
Tubarao (T)	100	—	—	132	—	—	—	232
Passo Fundo (H)	—	—	—	220	—	—	—	220
Boa Esperanca (H)	108	—	—	—	—	54	—	216
Funil (H)	70	140	—	—	—	—	—	210
Promissao (H)	—	—	—	—	—	—	117	200
Ilha dos Pombos (H)	162	—	—	—	—	—	—	162
Mascarenhas (H)	—	—	—	—	—	77	77	154
Fontes (H)	154	—	—	—	—	—	—	154
Jacui (H)	25	—	—	—	—	—	—	150
Candiota II (T)	—	—	—	—	126	—	—	126
Bariri (H)	124	—	—	—	—	—	—	124
Barra Bonita (H)	122	—	—	—	—	—	—	122
Ibitinga (H)	115	—	—	—	—	—	—	115
Salto Grande (H)	104	—	—	—	—	—	—	104
Paredao (H)	66	—	—	—	—	—	—	100

*H—hydro-électrique

T—thermique

Plus de 500 Mw 1974 et ultérieurement

Sete Quedas	—	—	—	—	400	1,200	10,000
Xingo	—	—	—	600	600	600	4,200
Sao Simao	—	100	100	200	200	200	1,700
Itaparica	—	—	—	300	600	600	1,500
Agua Vermelha	—	—	—	400	400	400	1,200
Negra-Iguacu	—	—	100	200	200	300	1,000
Mocoto (Paulo Afonso IV)	200	200	400	200	—	—	1,000
Gamba	—	174	174	348	348	—	1,044
Sobradinho	—	—	—	300	300	300	900
Porto Alegre (Thermique)	—	—	—	—	200	200	800
Ibo	—	—	—	—	340	340	680
Oroco	—	—	—	330	—	330	660
Nuclear	—	—	500	—	—	—	500
Itauba	—	200	200	100	—	—	500
Sao Felix	—	100	100	100	100	100	500

TABLEAU 1

EXPORTATIONS CANADIENNES D'ÉQUIPEMENTS ÉLECTRIQUES
VERS LE BRÉSIL

N° de classe- ment du BFS	Article	Dollars 1967	1968	1969	Janvier- mai 1970
50239	Turbines hydrauliques et pièces	—	31,500	—	520
50299	Moteurs, turbines et pièces	5,126	3,828	—	10,648
50319	Générateurs et pièces	128,736	878,438	—	—
68039	Transformateurs et pièces	42,477	15,746	61,368	3,516
68045	Coupe-circuits et pièces	—	16,240	42,767	3,570
68049	Appareillages de commutation	—	—	—	—
	Matériel de protection et pièces	69,981	32,498	723,491	340,694
70029	Instruments de mesures et pièces	304,299	248,487	323,509	89,010

dans son aide au développement énergétique du Brésil; elle a prêté 73 millions de dollars pour le projet de Furnas, 140 millions pour Estreito et Jaguará et 22 millions pour Xavantes.

En mai 1970, la Banque internationale de reconstruction et de développement (BIRD) a consenti un prêt de 106 millions de dollars pour la centrale de Marimondo, installation de 287 millions de dollars qui produira finalement 1,400 Mw au moyen de huit groupes de 175 Mw. Sur les 106 millions, 26 millions seront empruntés sous un régime de financement mixte où figurent divers pays, dont le Canada —c'est la première fois qu'on recourt à cette formule au Brésil. Le pays est en voie d'obtenir d'autres prêts de l'ADI des É.-U., de la Banque d'exportation et d'importation ainsi que des prêts privés de la Grande-Bretagne, de l'Allemagne occidentale, de la Tchécoslovaquie, de l'URSS et de la France pour des projets de grande et de petite envergure dans diverses régions.

Comme nous l'avons déjà signalé, l'économie brésilienne progresse rapidement sur tous les fronts; à mesure qu'elle avance, la demande d'électricité s'accroît. Parmi les divers objectifs du gouvernement, figure au premier plan une campagne en vue d'accroître les exportations de produits autres que le café, campagne dont les résultats sont étonnants. Les hausses de 50 à

150 p. 100 de 1968 à 1969 sont courantes; l'augmentation globale étant de 20.5 p. 100.

Des contrats pour la vente de plusieurs millions de tonnes de minerai de fer ont été conclus avec le Japon. Les exportations de fèves soya, de coton, d'huile de ricin et d'arachides accusent des hausses prononcées. Les produits fabriqués tels les textiles, les chaussures, les pneus et même les automobiles figurent aux exportations.

En 1969 on a exporté vers le Canada des machines pour la pâte et le papier ainsi que des tours à métaux, des ciseaux, des fusils et des composants électroniques. En 1970, les tomates, les meubles, les articles en cuir et même

les cœurs de palmier ont atteint le marché canadien.

Le tableau 2 indique les exportations pour 1968 et 1969 et les premiers mois de 1970 ainsi que la hausse en pourcentage de 1969 sur 1968. Tout indique que 1970 a été pour les exportations une autre année exceptionnelle.

A mesure qu'augmentent les exportations, la production et la consommation nationales s'accroissent. Le Brésil est maintenant au 12^e rang des pays producteurs d'automobiles et ses véhicules ont un contenu brésilien de 99 p. 100. La production du ciment augmente sans cesse et la production sidérurgique ne réussit pas encore à combler la demande nationale. Les récoltes de plus en plus abondantes stimulent la demande de tracteurs, de moissonneuses-batteuses-lieuses et d'autres instruments agricoles. La production de poisson est à la hausse et l'on met en œuvre des plans visant à porter les prises à plus de deux millions de tonnes d'ici 1972. (voir *Foreign Trade* 13 juin 1970). Les mises en chantier sont toujours nombreuses, mais ne peuvent rattraper la demande d'habitations qui résulte d'un accroissement démographique de 3 p. 100 sur une base de 90 millions d'âmes.

De nouvelles aciéries, des usines d'automobiles agrandies, de nouvelles villes



Ci-dessus la centrale Paulo Afonso sur le São Francisco photographiée voilà un an. Elle fournit de l'énergie à la zone industrielle en plein essor du Nord-Est; sa capacité actuelle, 1,215 mégawatts, sera portée à 2,215 mégawatts d'ici 1974.



En juillet dernier a eu lieu l'inauguration de la centrale d'Estreito. On en a entrepris la construction après une étude des emplacements hydro-électriques prometteurs exécutée par un consortium canadien; elle fournit déjà 600 mégawatts et augmentera progressivement sa production.

et de nouvelles zones industrielles surgissent partout grâce aux programmes de primes généreuses institués par le gouvernement. En fait, la ville industrielle de Sao Paulo sera la troisième ville du monde d'ici 1990 si le rythme actuel d'expansion se poursuit. Brasília, la nouvelle capitale, a célébré son dixième anniversaire en avril dernier; sa population approche le demi-million.

On améliore les services de transport: signalons deux nouveaux métros en voie de construction à Rio et Sao Paulo; un nouvel aéroport supersonique à Rio, un nouveau port pour le minerai de fer au sud de Rio capable de recevoir les minéraliers de 200,000 tonnes; une expansion du port minéralier actuel à Tubarao et l'expansion des ports de Belem, Porto Alegre, Santos et Rio; un nouveau pont de

13,9 kilomètres à six voies qui enjambe la baie de Rio et enfin des milliers de kilomètres de voies ferrées, dont une partie sera électrifiée. Cependant, les projets les plus impressionnants concernent les routes qui doivent relier et rendre plus accessibles les agglomérations. La route la plus récente, qui a été annoncée en juin 1970 et qui sera bientôt terminée, est une artère transamazonienne de 3,000 kilomètres qui franchira la jungle. On espère qu'elle sera achevée d'ici un an et demi.

Il ne faut donc pas s'étonner de voir l'énergie motrice dominer l'expansion industrielle. D'ici 1976, l'énergie électro-nucléaire fera son apparition; un réacteur de 500 Mw sera construit entre Rio et Sao Paulo. On a émis récemment un appel d'offres pour cette

première centrale et quatre pays ont été priés de soumettre leurs propositions. En fait, on prend en considération six sociétés: trois firmes des États-Unis, une firme britannique, une firme allemande et une firme suédoise. Peu importe qui décrochera le contrat de quelque 150 millions de dollars, l'uranium canadien sera vraisemblablement parmi les nouvelles exportations vers le Brésil d'ici quelques années.

Mais les centrales hydro-électriques sont toujours la principale source d'énergie: les installations comme celles de Marimondo, de Jupia et d'Ilha Solteira se joindront bientôt à celles de Tres Marias, de Furnas, de Paulo Afonso et d'Estreito, qui avec nombre de petites centrales aident à la production actuelle de 7,933 Mw.

L'énergie thermo-électrique est également utilisée, notamment dans les régions du nord et du sud, mais il y a de grandes centrales thermiques dans la partie sud-centrale du Brésil; l'ensemble de ces installations produit 2,420 Mw.

D'autres centrales thermiques sont projetées tandis qu'une petite centrale est en voie de construction à Belem avec le concours des fonds canadiens prêtés au Brésil par l'entremise de la BID. La centrale de Santa Cruz au sud de Rio sera de beaucoup agrandie en vue d'alimenter le nombre croissant d'usines dans cette région, dont une aciérie à l'état de projet qui produira un million de tonnes par an d'acier.

Des lignes de transmission sont toujours en voie de construction pour relier les nouvelles centrales aux agglomérations consommatrices. Jusqu'à ces derniers temps, aucune ligne à haute tension n'avait été construite au Brésil; on projette maintenant des lignes de 440 kv (kilovolts) et de 500 kv pour assurer une transmission économique. On lancera cette année des appels d'offres pour 1,600 kilomètres de lignes de 500 kv; l'on a tenté d'établir au début de l'année les conditions d'admissibilité des fournisseurs étrangers. D'autres lignes sont en voie de construction et des appels d'offres pour les pylônes, les câbles et les ferrures paraissent régulièrement. Grâce à toute cette activité et aux sommes rondelettes mises à la disposition des entreprises, on prévoit des débouchés presque illimités pour les fournisseurs étrangers d'équipements. Cependant, l'expansion de l'industrie brésilienne semble limiter les possibilités des aspirants à l'exportation de nombreux produits.

Une analyse minutieuse de l'industrie brésilienne révèle qu'un fort pourcentage des équipements requis utilisés dans le domaine énergétique portent la marque «Industria Brasileira» et qu'ils ont de ce fait beaucoup d'avantages sur les importations. Les sociétés telles que *General Electric, Asea, Brown Boveri, Phillips, Siemens, Mannesmann* et *Alcan* sont implantées depuis longtemps au Brésil et leur capacité de production progresse avec le pays. Transformateurs, appareillages de commutation, générateurs, câbles et pylônes sont tous produits dans une certaine mesure au Brésil et sont même parfois exportés.

TABLEAU 2

PRINCIPALES EXPORTATIONS DU BRÉSIL

Produit	Dollars des É.-U. 1968	1969	Hausse en pourcentage	Janvier-mars 1970
Café vert	774,474	779,823	.69	196,718
Café soluble	22,786	32,948	45	8,029
Coton	130,817	195,199	49	23,529
Minerai de fer	104,450	148,941	43	40,481
Sucre demerara	101,577	115,024	13	14,942
Fèves de cacao	46,098	106,105	130	18,928
Sciages de pin	68,863	71,626	4	12,585
Huile de ricin	36,373	44,793	23	9,686
Viande en conserve et poisson	20,176	43,402	115	12,038
Maïs	57,009	33,038	-42	NA
Beurre de cacao	25,888	30,471	18	8,525
Soya	6,291	29,159	363.5	NA
Feuilles de tabac	18,869	26,825	42	5,003
Cuir et peaux, bruts	10,624	22,544	112	2,631
Laine	15,332	21,666	41	5,207
Total, toutes les exportations	1,881,344	2,268,836	20.5	519,666

Jusqu'ici, on ne produit ni les équipements à haute tension ni les grosses pièces d'équipement telles que les turbines, mais quelques-uns de ces articles sont fabriqués en partie au Brésil ou peuvent y être assemblés partiellement. Par conséquent, les offres qui comportent une certaine participation locale sont d'ordinaire plus compétitives et sont beaucoup mieux reçues par les diverses sociétés d'électricité.

Il y a naturellement des exceptions. Beaucoup d'offres sont de telle envergure que même les importations partielles peuvent varier entre trois et cinq millions de dollars par commande. La concurrence est donc serrée, mais c'est ce qui réduit le coût par kilowatt à un niveau raisonnable. Le coût moyen par kilowatt des installations d'Estreito (700 Mw) est de \$110.

Quelques sociétés canadiennes sont actives au Brésil depuis bien des an-

nées et les équipements canadiens sont à l'œuvre sur bien des chantiers. En juillet, on a adjugé à une entreprise canadienne un contrat pour les turbines destinées au projet de Volta Grande dans l'État de Minas Gerais. Cette centrale aura finalement une capacité de 360 Mw.

Récemment, on a passé des commandes pour des compteurs de watts-heures, des circuits bouchons pour les lignes et des appareillages de commutation. L'avenir sourit aux sociétés disposées à analyser le marché minutieusement, à engager un agent dynamique et à tenir compte des capacités brésiennes de fabrication lorsqu'elles le peuvent.

Le Brésil va de l'avant. La Division commerciale de l'Ambassade du Canada à Rio et le Consulat à Sao Paulo sont prêts à aider tout fabricant canadien qui désire aller de l'avant avec ce pays.

Développement de la Thaïlande

Le programme de développement rural en Thaïlande a été secondé par la Banque de développement asiatique, qui a décidé de reconduire l'accord prévoyant l'aide technique aux premiers stades du programme. On a choisi 11 projets en vue d'en faire les plans détaillés et de les exécuter immédiatement; ils concernent la production du poisson dans deux districts, l'expansion de l'agriculture et de l'élevage

dans trois districts et les cultures champêtres en terre haute dans trois districts.

Une équipe de cinq représentants de la Banque de développement asiatique prête main-forte au Bureau du développement rural accéléré, organisme du gouvernement thaïlandais. La reconduction de l'accord lui permettra de poursuivre ses travaux pour des périodes diverses.

L'affermissement de nos relations commerciales avec l'Afrique ouest-centrale

Les relations commerciales entre le Canada et la Côte-d'Ivoire ont été raffermies par l'ouverture d'une division commerciale à l'Ambassade du Canada à Abidjan, capitale du pays. L'établissement de ce poste reflète l'accroissement prodigieux de nos exportations vers la Côte-d'Ivoire, qui sont passées de \$50,000 en 1965 à \$743,000 au cours de la période janvier-juillet 1970. Pendant cette période et en 1969, les principales exportations étaient les machines et leurs pièces, les équipements de manutention des grumes et les produits du papier.

Le poste d'Abidjan est également notre trait d'union commercial avec la Guinée, le Liberia, le Mali, la Mauritanie, le Niger, le Sénégal et la Haute-Volta. Les exportations canadiennes vers tout le territoire desservi par le

nouveau poste n'ont atteint que 2.8 millions en 1965, mais ont dépassé largement quatre millions l'an dernier. En même temps, les importations ont dépassé six millions, beaucoup plus que le total de 1.6 million en 1965. Les principaux achats du Canada étaient le bois dur tropical, le café, le minerai de fer, le cacao et la bauxite.

Exclues du total des exportations, mais très importantes dans la participation canadienne au développement de ces pays, les recettes des firmes canadiennes d'experts-conseils, qui ont entrepris des études de praticabilité sous le régime de financement multilatéral et d'autres travaux connexes, sont estimées à \$250,000 pour 1968 et 1969; ce chiffre ne tient pas compte des projets financés directement dans le cadre du programme d'aide du Canada.

L'Agence canadienne de développement international a élargi son Programme d'aide aux pays indépendants francophones d'Afrique occidentale en multipliant ses professeurs et ses experts-conseils dans ce territoire et en finançant certains projets d'immobilisation tels que la Route de l'Unité au Niger et l'électrification rurale de la région de Kossan, en Côte-d'Ivoire.

La Côte-d'Ivoire, un des pays les plus dynamiques en Afrique occidentale, a su conserver la stabilité politique et l'initiative privée. Depuis son accession à l'indépendance voilà dix ans, le pays a maintenu une balance commerciale favorable qui a facilité son expansion. D'ordinaire, Abidjan surprend les visiteurs canadiens par son dynamisme, ses édifices modernes, la somme des travaux de construction en cours, ses

Le ministère de l'Industrie et du Commerce a renforcé son dispositif en vue d'aider les hommes d'affaires canadiens à atteindre les marchés d'Afrique occidentale et centrale; il a récemment ouvert une division commerciale à Abidjan.

Congo
Secrétaire commercial
Ambassade du Canada
B.P. 8341
Kinshasa (Congo)

T. G. Tait
Secrétaire commercial

Câble (DOMCAN KIN)
Téléphone: 22706
Télex: 268

Territoire: Cameroun, Tchad, République centrafricaine, Gabon, Congo (Brazzaville)
Burundi, Ruanda

En Côte-d'Ivoire, on a raffermi la Division commerciale à Lagos (Nigeria) et rouvert la Division commerciale à Kinshasa (Congo). En même temps, la Division commerciale du Haut-commissariat du Canada à Accra a été fermée; le développement du commerce

Côte-d'Ivoire
Secrétaire commercial
Ambassade du Canada
B.P. 21194
Abidjan (Côte-d'Ivoire)

J. P. Bell
Secrétaire commercial

Jacques Fillion
Secrétaire commercial adjoint

Câble: (DOMCAN ABIDJAN)
Téléphone: 32-20-09
Télex: 593 DOMCAN

Territoire: Guinée, Liberia, Mali, Mauritanie, Niger, Sénégal, Haute-Volta

au Ghana relève maintenant du bureau de Lagos.

Ci-après les nouveaux postes dans cette région et leurs responsabilités géographiques:

Nigeria
Secrétaire commercial
Haut-commissariat du Canada
B.P. 851
Niger House
1/5 Cdunlami Street
Lagos (Nigeria)

J. D. Tennant
Secrétaire commercial

C.-M.-J. Courtemanche
Secrétaire commercial adjoint

Câble: CANADIAN
Téléphone: 53630
Télex: 21275 (DOMCAN LAGOS)

Territoire: Dahomey, Gambie, Ghana, Sierra Leone, Togo

excellents hôtels et beaucoup d'autres attrait. Par exemple, une patinoire couverte terminée récemment est certainement la première du genre en Afrique tropicale. Abidjan atteste de bien des façons l'influence française.

La majorité des 30,000 Européens (chiffre estimatif) qui demeurent à Abidjan sont des Français: hommes d'affaires, conseillers techniques, professeurs et autres cadres. La colonie libanaise, qui dépasse 5,000 âmes,

s'occupe surtout du commerce en gros et en détail.

Abidjan est un centre de distribution pour les pays sans littoral à l'intérieur, notamment la Haute-Volta, grâce au



John Bell, secrétaire commercial à Abidjan, discute de la vente de débuseuses de grumes avec un représentant local du fabricant canadien, Timberjack Machines Limited.



Un grand magasin du type moderne à Port Harcourt (Nigeria). La découverte du pétrole dans cette région a fait de cette ville un grand centre industriel.

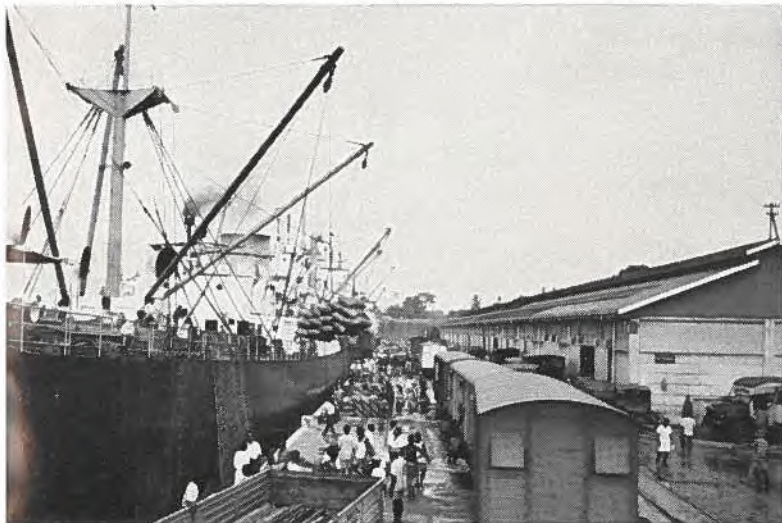


Jacques Filion, délégué commercial adjoint (à droite), à l'extérieur de la fabrique de souliers Bata à Abidjan avec le directeur, M. Aubrey.



La nouvelle équipe commerciale du Canada à Lagos (Nigeria), John Tennant (à droite) et Claude Courtemanche, font une pause devant Niger House, où se trouve leur bureau.

A Port Harcourt, un navire prend une cargaison d'arachides. Cette ville est le terminus d'un oléoduc et sert de base aux explorations pétrolières.



L'hôtel Ivoire à Abidjan, un des immeubles modernes en voie de construction dans un des pays les plus dynamiques d'Afrique occidentale; les mises en chantier augmentent toujours.



chemin de fer Abidjan-Ouagadougou et, dans une moindre mesure, pour le Niger et le Mali.

La Banque de développement africain, banque régionale représentant quelque 30 États africains, et Air Afrique, ligne aérienne appartenant conjointement à 12 États francophones d'Afrique occidentale et centrale et à une firme française d'aviation, ont établi leurs sièges sociaux à Abidjan.

En outre, sept agences exécutantes du Programme des Nations Unies pour le développement et un bureau régional de la Banque internationale de reconstruction et de développement (BIRD), affecté à l'agriculture et aux transports, sont situés dans cette capitale.

Sept des huit pays desservis par le poste d'Abidjan ont adopté le français comme langue officielle; l'exception, le Liberia, a adopté l'anglais. Ils ont

une étendue totale de 1.8 million de milles carrés et une population de 27 millions. Ces pays sont tous en voie de développement et leurs économies reposent essentiellement sur l'exploitation de leurs ressources agricoles, forestières et minérales.

Ils progressent constamment grâce à la continuité des investissements d'infrastructure effectués par les gouvernements respectifs avec le concours des programmes d'aide bilatérale et multilatérale dans les secteurs éducation, transports, exploration minière, agriculture et production énergétique et grâce aux entrées de fonds privés de mise en valeur.

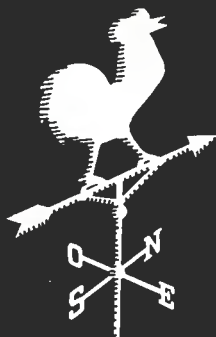
Deux compagnies canadiennes ont déjà fait des investissements directs dans ce territoire; l'une a fondé une société de fabrication d'explosifs au Liberia et l'autre a lancé au Niger une entreprise commerciale à participation.

Les États africains tiennent à voir chez eux plus de placements directs de fonds canadiens, notamment dans les secteurs prioritaires et en collaboration avec les intérêts locaux. Ces investissements ainsi que la disponibilité des garanties de la Société canadienne pour l'expansion des exportations devraient inciter plus de firmes à examiner de près les possibilités actuelles.

Il y a beaucoup de débouchés dans ce territoire pour les sociétés canadiennes, surtout celles qui vendent des équipements forestiers, miniers et industriels, des matières brutes industrielles et des services de consultation ou qui désirent faire des placements directs.

Le poste commercial du Canada à Abidjan (voir son adresse dans l'encart) sera heureux de répondre aux questions directes des sociétés canadiennes qui veulent s'implanter dans un de ces huit pays ou dans chacun d'eux.

Prêts aux entreprises



n'importe où au Canada

Presque tous les genres d'entreprises peuvent bénéficier des services de la BEI: fabrication... commerce de gros et de détail... tourisme et divertissement... construction... agriculture... transport et entreposage.

Si vous avez besoin de financement pour établir, développer ou moderniser votre entreprise n'importe où au Canada, communiquez avec nous.

bei **BANQUE D'EXPANSION INDUSTRIELLE**

FINANCEMENT À TERME POUR LES ENTREPRISES CANADIENNES

Montréal, P.Q.—110 ouest, boul. Crémazie—Tél.: 382-2891
—800, carré Victoria—Tél.: 878-9571
Ottawa, Ont.—238, rue Sparks—Tél.: 232-5789
Québec, P.Q.—925, chemin St-Louis—Tél.: 681-6341

Chicoutimi—152 est, rue Racine—Tél.: 543-0261
Rimouski—320 est, rue St-Germain—Tél.: 724-4461
Rouyn—155, avenue Dallaire—Tél.: 764-6701
Sherbrooke—1845 ouest, rue King—Tél.: 567-8481
Trois-Rivières—550, rue Bonaventure—Tél.: 375-1621

D'AUTRES SUCCURSALES DE LA BANQUE SONT SITUÉES À TRAVERS LE PAYS

Base de services pétroliers en Indonésie

Des sociétés pétrolières indonésiennes, japonaises et américaines ont entrepris la construction d'une importante base de services à l'industrie pétrolière dans l'île Merak, située dans la baie de Djakarta.

Cette entreprise à participation est menée par la société japonaise *Toyo Menka* et la société pétrolière américaine *Santa Fe International* en étroite collaboration avec le monopole pétrolier de l'État indonésien, PERTAMINA. Le gouvernement indonésien a autorisé la transformation par deux sociétés étrangères de l'île Merak, contrôlée par PERTAMINA, en base de services pétroliers. Au terme des travaux de transformation, la base fournira un large éventail de services aux sociétés pétrolières engagées dans la prospection et l'exploitation pétrolières au sein de l'industrie indonésienne du pétrole en pleine croissance.

Actuellement plus de 35 importantes sociétés pétrolières de divers pays du monde font des recherches en commun dans le but de découvrir du pétrole brut à basse teneur de soufre dans l'archipel d'Indonésie et les pays sud-asiatiques.

La petite Suisse est un gros acheteur de matériel didactique

ODETTE VOULICH, Agent commercial à Berne

Cet été, à Bâle, en Suisse, a eu lieu la dixième d'une série de foires européennes de matériel scolaire, appelées Didacta. Vingt-neuf pays (827 exposants) ont présenté un assortiment formidable d'aides et de matériel didactiques destinés aux maisons d'enseignement, à partir du cours primaire jusqu'à l'université. Onze sociétés canadiennes, rassemblées sous l'égide

Howard Campbell, conseiller commercial à Berne, cause avec Georges Amyot, registraire de l'Université d'Ottawa, qui a participé à une discussion académique à Berne.



du ministère de l'Industrie et du Commerce, y ont exposé leurs produits. Les étalages canadiens ont attiré beaucoup l'attention des visiteurs. Les commandes reçues au cours de la foire sont évaluées à \$150,000 et on escompte, qu'au cours de l'année prochaine, elles seront suivies de ventes dépassant le million. Comme le faisait remarquer un exposant canadien satisfait: «A DIDACTA, j'ai plus appris sur le marché européen de matériel didactique que si j'avais parcouru le continent pendant un mois.»

DIDACTA est la plus grande foire commerciale qui soit dans le domaine de l'éducation. Cette année, elle a attiré plus de 88,000 visiteurs venant de toutes les parties du monde. On y a mis l'accent sur les nouvelles méthodes d'enseignement qui sont censées résoudre le problème que pose la transmission d'un bagage de connaissances sans cesse croissant à des élèves toujours plus nombreux.

Au cours de DIDACTA, les administrateurs scolaires, les enseignants, les fabricants et les distributeurs de matériel didactique ont eu l'occasion d'étudier les toutes dernières suggestions et réalisations, la recherche et le développement de la toute dernière heure. Il y a eu échange d'idées nouvelles et les plus récents concepts en matière d'éducation y ont été discutés. DIDACTA se trouve donc à remplir un rôle important vis-à-vis du monde scolaire. Les manufacturiers qui étaient là ont pu nouer des relations d'affaires et, par le fait même, découvrir de nouveaux marchés pour leurs produits ou encore trouver de nouveaux concessionnaires ou agents qui s'occuperont des marchés qui les intéressent.

Bâle a été choisie comme lieu de la 10^e DIDACTA parce que la Suisse a des normes d'éducation élevées. En effet, ce petit pays de 6.2 millions

d'habitants possède sept universités (la plus ancienne, celle de Bâle a été fondée en 1460), deux écoles techniques et une grande école des Hautes Études commerciales. Au cours de l'année scolaire 1968-1969, 38,148 étudiants ont fréquenté les universités suisses. Les douze écoles techniques ont inscrit 4,894 étudiants et les huit écoles techniques du soir, 2,783; grâce à des cours spéciaux en arts et métiers, en commerce, en agriculture et en science domestique, elles dispensent une certaine formation professionnelle. Puis, il y a les institutions de formation professionnelle proprement dite, notamment 31 écoles normales, 44 collèges commerciaux, 49 écoles de métiers manuels, 40 écoles d'agriculture et 48 écoles de science domestique et d'artisanat pour les femmes. La Suisse possède un vaste réseau d'écoles primaires et secondaires, subventionnées par le gouvernement fédéral, mais sous la direction des cantons.

Le système d'éducation de la Suisse est décentralisé et, par conséquent, il n'y a pas de système fédéral d'enseignement. Chacun des 25 cantons et demi-cantons qui diffèrent par la culture, la religion et la langue (70 p. 100 parlent l'allemand, 19, le français, 10, l'italien et 1, le rhéto-roman) sont autonomes en ce qui concerne leur culture. En outre, les cantons sont formés d'unités locales appelées «Gemeinden» (pays) dont bon nombre étaient autonomes à l'avènement des gouvernements cantonaux. En effet, beaucoup de ces «Gemeinden» avaient leurs traditions scolaires fermement établies bien avant que l'éducation ne devienne une affaire cantonale. Il n'y a donc pas lieu de s'étonner que ces «pays» jouent un rôle important en éducation et qu'ils aient leur mot à dire pour ce qui est de la planification des nouvelles écoles et l'achat du matériel et de l'équipement didactiques. Les cantons n'hésitent pas à se charger de

Les Canadiens à DIDACTA

CETA Ltd.
Fort Érié (Ontario)

Système didactique mixte de formation
électrique et électronique

Controlled Environments Ltd.
Winnipeg (Manitoba)

Armoire de croissance des plantes
favorisant la recherche entomologique

DBM Industries Ltd.
Lachine (Québec)

Machine pour administrer les tests
psychiatriques de Q.I. et d'aptitude

Education Coordinates Canada
Don Mills (Ontario)

Services consultatifs en éducation

Electrohome Ltd.
Kitchener (Ontario)

Récepteurs-témoins pour les écoles

Guy-Chart Tools Ltd.
Pickering (Ontario)

Équipement de débossage et de redres-
sage d'autos.

Harrigan Industries Ltd.
Richmond (Colombie-Britannique)

PANELOC—salles de classe préfabri-
quées et mobiles

Mimik Ltd.
Galt (Ontario)

Contrôles de traçage hydrauliques

Stark Electronic Instruments Ltd.
Ajax (Ontario)

Équipement électronique d'essai,
systèmes didactiques électriques et
électroniques

Viscount Video Systems Ltd.
Vancouver (Colombie-Britannique)

Équipement de commutation video et
audio «solidstate»

White Electronic Development Corp.
Ltd.
Mississauga (Ontario)

Laboratoires de langues

Acheteurs de matériel scolaire

Lehrmittelverwaltung der Stadt Aarau
Pestalozzischulhaus, 5000 Aarau

Schulmaterialverwaltung U. Lehrmittel-
verlag Kanton Basel-Stadt,
Mumchensteinerstrasse 120, 4053 Basel

Kant. Drucksachen- und Materialzen-
trale,
Lehrmittel- und Schulmaterialverwal-
tung,
Weidenhubelstrasse 35, 4410 Liestal

Materialverwaltung der Kantonskanzlei
Schwyz,
3430 Schwyz

Materialzentrale Thun,
Rathaus, 3600 Thun

Kant. Drucksachen- und Materialzen-
trale Uri,
Kant. Zeughaus, 6460 Altdorf

Materialverwaltung der Stadt Winter-
thur,
Ackerstr, 17 8400 Winterthur

Kant. Lehrmitteldepot,
Regierungsgebäude, 6301 Zug

Schul- und Buromaterialverwaltung
der
Stadt Zurich
Röntgenstr, 16,8031 Zurich

Économat communal de Lausanne,
Beau-Séjour 8, 1002 Lausanne

Economato comunale Lugano,
Via S. Balestra 4, 6900 Lugano

Schulmaterialverwaltung der
Stadt Luzern
Bruchstr 77, 6000 Luzern

Économat de la Chancellerie d'État
de Neuchâtel,
Château, 2001 Neuchâtel

Schul- und Buromaterialverwaltung der
Stadt Bern,
Stockackerstr. 37, 3001 Berne

Staatlicher Lehrmittelverlag Bern,
Mosertstr 2, 3000 Berne

Stadtische Einkaufszentrale Biel,
Eisengasse 9, 2501 Biel

Kant, Drucksachen und Materialzen-
trale
Graubünden
Planaterrastr. 14, 7001 Chur

Kant. Lehrmittelverwaltung Thurgau,
8500 Frauenfeld

Économat de l'Administration cantonale
Fribourg,
1700 Fribourg

Économat de l'État de Genève,
14, rue des Allobroges, 1227 Genève-
Accacias

Rektorat Grenchener Schulen,
2540 Grenchen

Direction des Écoles, Lausanne,
Fournitures scolaires,
Montbenon 6, 1002 Lausanne

Rektorat de Schulen von Olten,
Frohheimweg 26, 4600 Olten

Kant. Materialzentrale, Kant. Lehr-
mittelverlag,
Rathaus, 8201 Schaffhausen

Kant. Materialzentrale St. Gallen,
Regierungsgebäude, 9001 St. Gallen

Kant. Lehrmittelverlag St. Gallen,
Erziehungsdepartement, 9001 St. Gallen

Kant. Lehrmittelkommission Solothurn,
Kantonsschule, 4500 Solothurn

Stadt. Einkaufszentrale und Material-
verwaltung Solothurn,
Barfussergasse 17, 4500 Solothurn

lourds fardeaux financiers puisqu'ils les partagent avec les «Gemeinden».

Ce pays industrialisé offre de bonnes possibilités de vente: l'on y demande sans cesse de meilleures écoles et une formation plus spécialisée; l'enseignement supérieur, l'université et le collège prennent de plus en plus d'importance et exigent une part sans cesse croissante des ressources de la collectivité. En 1969, quelque huit cent millions de dollars ont été consacrés à l'éducation, y compris la recherche.

Les fabricants canadiens d'équipement scolaire, qui désirent faire une percée dans ce marché prometteur, devraient se nommer des agents, qui non seulement vendraient leurs marchandises mais pourraient installer et réparer l'équipement vendu. Le service après-vente est aussi très important.

L'agent pourrait également s'occuper de faire vérifier et approuver les installations par l'Association suisse de l'électricité (Schweizerischer Elektrotechnischer Verein) car toute installation électrique utilisée en Suisse doit satisfaire aux normes SEV. Il faut aussi noter que le courant utilisé en Suisse est de 220 volts et de 50 cycles.

Dans les écoles primaires et secondaires suisses, ce sont les instituteurs qui recommandent aux commissions scolaires l'achat de tel ou tel équipement et la décision est prise en consultation avec les autorités scolaires. Dans les lycées et les universités, chaque chef de département décide quel équipement on achètera.

Ces acheteurs d'équipement scolaire recourent généralement aux fournisseurs de matériel scolaire et de bureau des cantons dont la liste est encadrée ci-contre. La plupart de ces agences de fournitures tiennent des tableaux noirs, des craies, des cahiers et des manuels. Le conseiller commercial de l'Ambassade du Canada, au 88 de la Kirchenfeldstrasse, 3005 Berne, peut faciliter aux exportateurs canadiens des premiers contacts avec le fournisseur de matériel scolaire et de bureau le plus apte à s'occuper de leurs produits.

L'exportateur canadien devra lui envoyer, en triple exemplaire, des brochures descriptives (de préférence en allemand ou en français) et ses prix d'exportation.



Mlle Helen Brugger, en haut, à droite, une secrétaire à l'ambassade du Canada à Berne, fait l'essai d'un laboratoire de langues fabriqué par la White Electronic Development Corporation, de Mississauga, Ontario. Ci-dessous, M. R. D. Werner, secrétaire commercial adjoint à Berne, fait voir à un groupe de visiteurs des modèles de bâtiments préfabriqués construits par Harrigan Industries Ltd., de Richmond (C.-B.). On peut se servir de ce procédé pour la construction d'habitations ou de salles de classe mobiles. La maison ronde était remplie de meubles miniatures.



Les écoles privées et les maisons d'enseignement suisses jouissent d'une réputation internationale. La plupart sont des pensionnats et l'on y dispense les cours primaire et secondaire. Ces institutions recrutent leurs élèves de par le monde. La Fédération suisse des écoles privées compte 180 membres, dont 120 sont des pensionnats. Selon

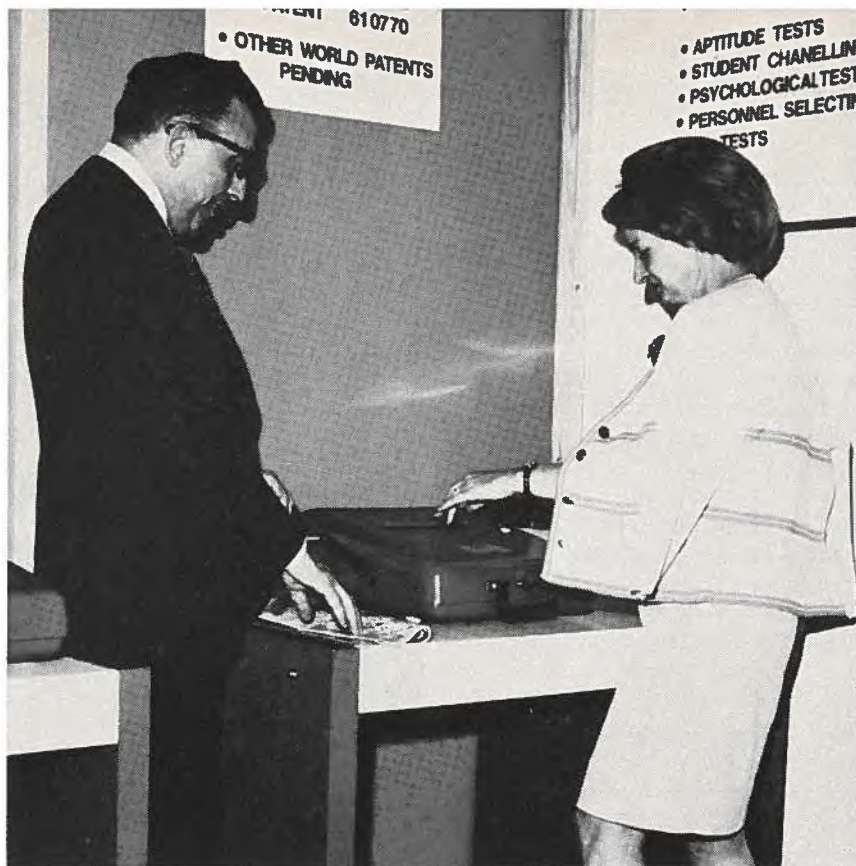
les statistiques de cette fédération, les écoles privées abritent environ 50,000 élèves, dont au moins la moitié sont de nationalité suisse.

L'enseignement linguistique est très intense dans la plupart de ces institutions mais toujours, selon la Fédération, c'est le petit nombre qui a recours

aux laboratoires de langues. Les fabricants canadiens qui désirent accéder au marché des écoles privées peuvent se procurer, à l'Ambassade de Suisse, 5, avenue Marlborough, Ottawa, une brochure où figurent toutes les institutions privées. Là encore, cependant, il faut au manufacturier un agent qui puisse offrir un service après-vente aux clients.

Les forces armées suisses s'occupent activement de l'instruction de leurs recrues du service militaire qui est obligatoire et qui dure 17 semaines. On y considère les méthodes programmées d'instruction comme particulièrement efficaces pour la formation en télécommunication sur le terrain et en transport. On a obtenu de bons résultats avec les aides didactiques depuis leur introduction, il y a deux ans, dans le service militaire mais les recherches se poursuivent toujours dans ce domaine. Les firmes canadiennes qui veulent attirer sur leurs produits l'attention de l'Office des approvisionnements du ministère suisse de la Défense devront écrire en triple exemplaire, joignant à leur lettre plusieurs jeux de brochures, avec copie au Conseiller commercial, Ambassade du Canada, 3005 Berne.

En Suisse, il existe d'autres débouchés pour l'équipement didactique. Il s'agit des organismes internationaux qui s'occupent des programmes de formation destinés aux pays en voie de



L'auteur met à l'essai un appareil employé pour faire subir des tests psychologiques. C'est une fabrication de DBM Industries, de Lachine, Québec.

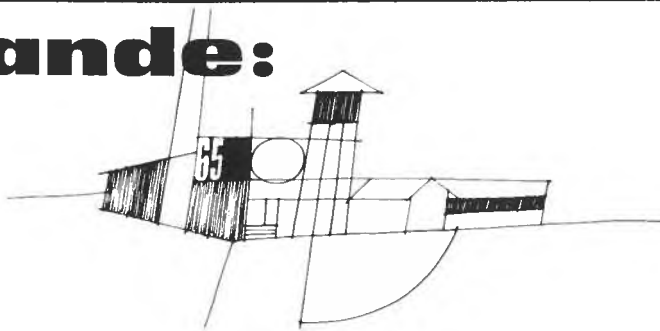
On voit rarement dans une salle de classe ordinaire une concentration aussi intense que celle-ci. Il s'agit d'un groupe d'hommes et de femmes d'affaires qui suivent le cours d'un laboratoire de langues. Les Canadiens qui ont participé à la foire ont constaté une forte demande d'équipement didactique en Europe, et tout particulièrement en Suisse.



développement. Le plus important acheteur de cette catégorie est le Bureau International du Travail (B.I.T.) à Genève. Ce dernier envoie des appels d'offres à la Corporation commerciale canadienne, Immeuble Gillin, 141 ouest, avenue Laurier, Ottawa 2. Les firmes canadiennes qui désirent obtenir leur part du marché devront envoyer de la documentation descriptive et des prix au B.I.T., Route de Lausanne 154, CH 1211, Genève et à la Corporation commerciale canadienne à Ottawa. En règle générale, les autres organismes internationaux comme l'Union internationale des télécommunications (U.I.T.), Place des Nations, CH 1200, Genève, et l'Organisation mondiale de la santé (O.M.S.), Route de Prégny, CH 1200, Genève, se procurent leur équipement didactique directement des fournisseurs indépendants. Les fabricants canadiens devront envoyer de la documentation descriptive sur leurs produits et leurs prix d'exportation directement à chaque organisme.

Les fabricants canadiens d'équipement didactique, qui aimeraient participer à la prochaine DIDACTA, devront en informer la Direction des foires et des missions commerciales du ministère de l'Industrie et du Commerce à Ottawa.

On demande:



Des manufacturiers

Recouvrement métallique des laminés

Un manufacturier italien offre une licence pour la fabrication et la commercialisation au Canada de son procédé de recouvrement des plastiques, d'une mince couche de métal tel que le cuivre, l'aluminium, l'argent, l'acier inoxydable, etc. On affirme que ce nouveau procédé de fabrication réduit considérablement les frais de production. On s'en sert principalement dans la fabrication de dessus de tables, de portes de réfrigérateurs, de panneaux muraux et, en général, comme élément décoratif de luxe. Ce produit à recouvrement est très élégant et attrayant, et il semble toujours neuf. Pour obtenir cette licence, un manufacturier canadien devrait posséder des installations ordinaires de fabrication de laminés. Documentation et échantillon sur demande. **Article 2318**

Mousse céramique

Une firme japonaise offre de céder sous licence les droits de fabrication et de commercialisation au Canada d'une mousse céramique qu'on peut utiliser dans la production des carrelages et des revêtements muraux et des fins industrielles. Disponible dans une gamme étendue de couleurs, elle se prête au procédé sérigraphique. Parmi les avantages attribués à ce produit, il faut relever sa légèreté, son bon indice d'isolement thermique et électrique, sa solidité mécanique satisfaisante et sa force de résistance. Documentation sur demande. **Article 2319**

Échelle de sauvetage

Une firme des États-Unis offre les droits de fabrication et de commercialisation au Canada pour son échelle de sauvetage. Celle-ci est conçue en vue d'une installation facile sur les immeubles en brique, en pierre et en bois. On affirme qu'elle est à l'épreuve des cambrioleurs. Jusqu'au moment de s'en servir, elle est contenue dans un boîtier en acier 13 sur 22 pouces situé sous une fenêtre. En tirant sur un manche, on permet au boîtier de tomber au sol et l'échelle tombe en place grâce à un dispo-

sitif télescopique, prête à servir. Elle est construite en acier robuste à l'épreuve du vieillissement. La longueur hors tout de l'échelle étendue est de 12 pieds. Documentation sur demande. **Article 2320**

Tour à copier automatique

Une société danoise offre les droits de fabrication à une entreprise canadienne désireuse de fabriquer sa machine à copier automatique munie d'un dispositif à copier hydraulique, d'une contre-pointe hydraulique et d'un système de contrôle électrique qui assure un cycle automatique donnant six coupes au plus. Le principal avantage de ce tour est qu'il comprend en réalité deux machines. La conversion du tour ordinaire au tour automatique s'opère très rapidement. Ainsi, il est possible de rationaliser à peu de frais les opérations de tournage même dans les cas où la machine automatique n'est pas continuellement utilisée. Documentation sur demande. **Article 2321**

Vêtements chauffés à l'électricité

Une firme écossaise offre le droit d'exploiter sa licence pour la fabrication et la commercialisation au Canada de sa spécialité de vêtements chauffés à l'électricité. Les vêtements sont munis d'une doublure en terylène recouverte d'une couche de polymère caoutchouteux carboné auquel est attaché du petit fil de cuivre. A la différence des éléments de chauffage à fil de résistance que l'on trouve ordinairement dans ce genre de vêtement, dans le cas présent seul le fil transmet le voltage; c'est la doublure conductrice d'électricité qui se réchauffe, éliminant les très nombreuses brisures de fils reliés normalement à ce genre de vêtement. On peut utiliser des piles de 6, 12, ou 24 volts, comme source d'électricité. On affirme que ces vêtements se réchauffent uniformément et qu'on peut les froisser, s'asseoir dessus, même les couper ou les tremper, sans qu'ils cessent de fonctionner. Cette invention peut être très utile dans le domaine de la thérapeutique. Documentation sur demande. **Article 2322**

Cartouche-filtre

Une agence tchécoslovaque de cession de licences, administrée par l'État, offre les droits de fabrication et de commercialisation au Canada d'une cartouche-filtre brevetée en forme d'étoile en cellulose aspirée pour filtrer le carburant, l'huile lubrifiante et l'air. On affirme que cette cartouche peut filtrer en profondeur, c'est-à-dire que les minces couches extérieures capturent les grosses particules tandis que les particules plus fines s'enfoncent pour disparaître dans la masse épaisse à l'intérieur. Parmi les autres avantages, on signale l'épaisseur uniforme et une vie utile quatre fois plus longue que celle d'une cartouche en papier filtrant. Ce procédé emploie de la cellulose non ouvrée obtenue à bon compte. Documentation sur demande. **Article 2323**

Systèmes de remisage pour matériaux audiovisuels

Un concepteur suédois est à la recherche d'un fabricant canadien qui serait disposé à fabriquer sous licence au Canada une gamme d'équipements en plastique pour remiser le matériel audio-visuel. Ils facilitent la manutention et le remisage des films, des rubans, des diapositives et des films fixes. Le licencié canadien accèdera aux droits de commercialisation pour le Canada et les États-Unis et éventuellement pour d'autres pays s'il le désire. La firme canadienne devrait avoir de l'expérience dans la fabrication des plastiques et son propre réseau de mise en vente. Documentation sur demande. **Article 2324**

Polystyrènes

Un manufacturier allemand offre, sous régime de licence, les droits relatifs à l'utilisation au Canada d'un procédé de fabrication de produits à partir de mousse en polystyrène modifiée par la pression d'un diluant. On affirme que ce procédé permet d'obtenir des polystyrènes plus résistants et élastiques que ceux fabriqués à partir de méthodes plus conventionnelles, sans augmenter les frais ordinaires. On peut utiliser

ce produit amélioré dans divers domaines tels que la construction d'immeubles et la fabrication d'éléments de chaussure. Documentation sur demande. **Article 2325**

Chromatographes en phase gazeuse

Une firme française offre sous licence les droits de fabrication et de commercialisation au Canada de ses chromatographes en phase gazeuse. Ces appareils scientifiques sont utilisés dans les laboratoires de chimie, les universités, les centres de recherches et dans les branches les plus diverses de l'industrie. Ils sont conçus pour analyser des produits chimiques par le procédé de la chromatographie en phase gazeuse. Ils sont aussi employés pour le contrôle des matières premières et de la salubrité publique: par exemple, pour l'analyse des pesticides dans la poudre de lait et la viande. Les chromatographes en phase gazeuse, à détection par ionisation, se présentent sous formes d'ensembles peu volumineux, obtenus par superposition d'un four, d'un ou de deux électromètres et éventuellement, d'un programmeur de température. Documentation sur demande. **Article 2326**

Chaise de dentiste

Une société norvégienne offre les droits de fabrication et de commercialisation au Canada de sa nouvelle chaise de dentiste aux lignes minces. On affirme que ce modèle est simple et ingénieux et qu'il n'a guère besoin d'entretien. Facile à monter et à démonter, commode pour les handicapés, cette chaise conçue par des dentistes pour les dentistes peut être adaptée aux besoins les plus extrêmes. Elle peut également servir aux spécialistes des yeux, des oreilles, du nez et de la gorge, aux chirurgiens dentistes etc. Les sociétés canadiennes intéressées devraient avoir de bons contacts dans le secteur médical. Documentation sur demande. **Article 2327**

Roue motrice pour véhicules

Une agence tchécoslovaque de cession de licences, administrée par l'État, offre les droits de fabrication et de commercialisation au Canada de sa roue motrice pour véhicules. Le principe de cette invention est le fait que la roue d'un véhicule est conçue directement comme moteur à pistons où la pression du gaz agit non pas sur un piston et une culasse de cylindre, mais seulement par l'entremise d'une mince paroi de chambres élastiques disposée autour de la roue directement sur le sol. Ce nouveau genre de propulsion pneumatique convient surtout aux véhicules lents, aux transmissions sur quatre roues, aux travaux sur terrain accidenté ou aux véhicules spéciaux qui doivent être très faciles à manœuvrer. Le véhicule ainsi utilisé est muni d'une simple commande à deux pédales et se déplace tranquillement et sans secousses. Documentation sur demande. **Article 2328**

Ensemble de construction éducatif

Des intérêts belges offrent, par l'entremise de leur représentant canadien, une licence en vue de la fabrication et de la commercialisation de son mecano éducatif géant grâce auquel on peut construire des chariots (gocarts), des roues de potier, des établis de menuisier, etc. On n'a pas encore fabriqué ni vendu ce jeu au Canada ni aux États-Unis. Documentation sur demande. **Article 2329**

Réflecteur de lecture et de dépannage pour automobiles

Un inventeur canadien offre de vendre ou de céder sous licence les droits de fabrication et de commercialisation au Canada et à l'étranger d'un réflecteur de lecture et de dépannage pour automobiles. Cette lampe à main peut être montée à l'intérieur d'un côté de l'automobile; elle est reliée par un fil escamotable à un boîtier permanent. Lorsqu'elle ne sert pas, la lampe demeure supportée sur le devant du boîtier. Elle est utile pour la lecture des cartes urbaines et routières, la vérification des numéros de maison et le changement des roues. Elle peut même servir de lampe de campement. Un commutateur permet de passer à la faible lueur pour ménager la batterie. Documentation sur demande. **Article 2330**

Exerciseur

Un inventeur américain désire offrir à une entreprise canadienne une licence de fabrication et de commercialisation de son exerciseur isométrique breveté. Cet appareil est composé de plusieurs bandes de caoutchouc de différentes longueurs en forme de boucles et reliées ensemble à leurs extrémités. La bande ou boucle la plus courte s'étire et constitue une première résistance, la deuxième

me en fait autant, et ainsi de suite à mesure que l'on tire les deux poignées en sens inverse. La dernière boucle, ou la plus longue bande fixe la limite d'extensibilité de l'appareil. La résistance s'établit à l'écartement des poignées l'une de l'autre. On affirme que cet appareil permet de faire des exercices isométriques et isotoniques. Documentation sur demande. **Article 2331**

Phonographe pour enfants, actionné par le souffle

Un inventeur américain offre sous un régime de licence les droits de fabrication et de commercialisation au Canada d'un jouet original servant de tourne-disques. Ce jouet, en forme de cochon, contient un système d'engrenages qui actionne un petit plateau lorsqu'on souffle dans l'embouchure. Le tout est construit en plastique. On affirme que ce jouet peut capter la musique enregistrée sur disques spéciaux d'une durée approximative de 75 secondes par face. Le concessionnaire fournira les outillages et les moules requis, y compris les matrices pour l'enregistrement des airs et des chansons qu'on veut inclure au répertoire. Documentation sur demande. **Article 2332**

Renseignements supplémentaires

Ces renseignements ont pour but de promouvoir de nouvelles fabrications au Canada. Une documentation supplémentaire concernant la présente liste d'articles ne peut être obtenue que par d'éventuels fabricants canadiens. Nous déclinons toute responsabilité quant aux assertions et exposés publiés ici. Pour obtenir des renseignements s'adresser à la Division des demandes de renseignements industriels et commerciaux, ministère de l'Industrie et du Commerce, Tour B, Place de Ville, Ottawa 4.

Comment aborder le marché japonais

Si vous songez à traiter avec le Japon, notre troisième partenaire aux échanges commerciaux, une nouvelle brochure du ministère de l'Industrie et du Commerce vous fournit des renseignements utiles. Préparée par le Service des délégués commerciaux sous le titre «Des marchés pour les exportateurs canadiens—le Japon» elle décrit d'abord le pays à vol d'oiseau et vous renseigne sur le climat, les principales villes et leur population et les principales zones industrielles. Elle contient aussi une liste des fêtes civiles.

Le chapitre 2 donne les caractéristiques principales de l'économie japonaise et cite des statistiques sur l'importation et l'exportation ainsi que sur les achats et ventes du Canada en 1966, 1967 et 1968.

Le chapitre 3 donne des conseils sur la façon de traiter avec les clients japonais et contient une liste des principales banques de change au Japon. Il vous renseigne sur les contrats d'aide technique et les

entreprises en participation, les marques de commerce et les brevets et enfin les endroits d'où l'on peut câbler.

Le chapitre 4 explique les règlements douaniers et monétaires. Le chapitre 5 s'intitule «Votre voyage d'affaires au Japon» et contient le genre de renseignements familiers aux lecteurs de Commerce extérieur, dont on connaît la chronique régulière sur les voyages d'affaires. Ce chapitre appuie sur les usages et les méthodes d'affaires du Japon, dont la connaissance est si essentielle au négociant canadien qui veut aborder avec tact cet important marché. La brochure contient en dernier lieu une liste d'adresses utiles au Japon et au Canada. «Des marchés pour les exportateurs canadiens—le Japon» est disponible en français ou en anglais à tous les bureaux régionaux du ministère de l'Industrie et du Commerce à travers le Canada ou à la Direction de la publicité, au ministère de l'Industrie et du Commerce, à Ottawa.

Règlements tarifaires et commerciaux étrangers

Argentine

La Banque centrale de l'Argentine a annoncé la normalisation du marché des devises, à compter du 3 décembre dernier. Les transactions de devises peuvent donc être faites suivant les règlements qui existaient avant le 14 octobre, date de la fermeture du marché des devises. Toutefois, certaines restrictions restent en vigueur: les transactions de devises doivent toujours être faites par l'entremise des banques; l'autorisation de la Banque centrale est toujours nécessaire pour la vente de devises dans les comptes de dépôt, soit en Argentine, soit à l'étranger. Il faudra également obtenir un certificat pour la répartition des profits, des dividendes ou des remboursements de prêts.

Liste des marchandises d'exportation contrôlée

Le décret C.P. 1970—2,000, daté du 17 novembre 1970, met en vigueur une nouvelle liste des marchandises d'exportation contrôlée, à partir du 9 décembre 1970. Ce décret a été promulgué dans la Gazette du Canada.

L'exportation de tout article décrit dans la liste en question exige une licence d'exportation et toute viola-

tion de la Loi des licences d'exportation et d'importation est passible de sanction.

On peut se procurer gratuitement, au Ministère, la nouvelle liste des marchandises d'exportation contrôlée ainsi que les règlements sur les licences d'exportation. Tous les exportateurs canadiens devraient en posséder. On est prié d'adresser toute demande à la Division des licences d'exportation et d'importation, Direction des services à l'industrie et au commerce et des services de transport, ministère de l'Industrie et du Commerce, Ottawa.

Nouvelle-Zélande

Le ministre des douanes de la Nouvelle-Zélande a, dans l'avis d'exemption du contrôle des importations, numéro 38, 1970, annoncé «que le papier glacé transparent (papier cristal), à l'exclusion du papier à calquer, inclus dans les postes tarifaires Ex 48.03.05 et Ex 48.03.09» est, depuis le 19 octobre 1970, exempté de la licence d'importation.

Tournées des délégués commerciaux

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.

La Finlande

Un délégué commercial du bureau de Stockholm (Suède) passe environ une semaine par mois à Helsinki, sauf pendant les mois de juillet et août.

Irlande

R. A. Bull, conseiller commercial à Dublin, sera à Galway et à Sligo du 20 à 22 janvier.

Guyane, Trinité

Les agents de Port-of-Spain, Trinité, se rendront dans les endroits ci-après aux dates indiquées:

Guyane—J. A. Ahow, agent commercial, du 8 au 12 février; J. M. G. Lavoie, secrétaire commercial adjoint, du 15 au 19 mars.

Trinité-sud—J. A. Ahow, agent commercial, le 10 mars.

République dominicaine, Haïti, Îles Vierges

Les délégués commerciaux de San Juan visitent régulièrement la République dominicaine, Haïti et les îles Vierges. Si certains hommes d'affaires canadiens désirent que nos agents fassent des démarches pour eux dans ces pays, ils sont priés d'écrire au consulat canadien.

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).

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 .98.

Pour la deuxième colonne, divisez par .98

Pays et devise	Valeur de l'unité de change étranger en dollars canadiens au 22 décembre	du dollar canadien en unités de change étranger	Pays et devise	Valeur de l'unité de change étranger en dollars canadiens au 22 décembre	du dollar canadien en unités de change étranger
Afrique du Sud			Congo (Kinshasa)		
Rand	1.4198	.70	Zaire	2.144	.46
Algérie			Costa Rica		
Dinar	.1862	5.37	Colon	.1533	6.52
Allemagne			Cuba¹		
Deutsche Mark	.2791	3.58	Peso cubain		
Antilles néerlandaises			Danemark		
Florin	.5385	1.85	Couronne danoise	.1357	7.36
Arabie Saoudite			Dominicaine, Rép.		
Rial	.2062	4.84	Peso dominicain	1.0156	.98
Argentine			Équateur		
Peso argentin (libre)	.2539	3.93	Sucre (officiel)	.0406	24.61
Australie			Espagne et dépendances		
Dollar australien	1.1343	.88	Peseta	.01460	68.49
Autriche			États-Unis		
Schilling	.0393	25.39	Dollar	1.0156	.98
Bahamas			Fidji		
Dollar	1.0156	.98	Livre	1.1724	.85
Belgique et Luxembourg			Finlande		
Franc belge	.02046	48.87	Mark finlandais	.2418	4.13
Bermudes			France, Monaco, etc.²		
Dollar	1.027	.97	Franc	.1840	5.43
Birmanie			Ghana		
Kyat	.2143	4.66	Nouveau Cédi	1.00	.99
Bolivie			Grande-Bretagne		
Peso bolivien	.0853	11.72	Livre sterling	2.4307	.41
Brésil			Grèce		
Cruzeiro (officiel et libre)	.2058	4.85	Drachme	.0338	29.54
Ceylan			Guatemala		
Roupie cinghalaise	.1706	5.86	Quetzal	1.0156	.98
Chili			Guyane		
Escudo chilien (taux bancaire)	.0859	11.63	Dollar	.5367	1.86
(libre)	.0708	14.12	Haïti		
Chine, Rép. pop. de			Gourde	.2031	4.92
Renminbi	.4125	2.42	Honduras		
Colombie			Lempira	.5078	1.96
Peso (fixe)	.0532	18.78	Honduras britannique		
			Dollar	.5364	1.86
			Hong Kong		
			Dollar de Hong Kong	.1676	5.96

Pays et devise	Valeur de l'unité de change étranger en dollars canadiens au 22 décembre	du dollar canadien en unités de change étranger	Pays et devise	Valeur de l'unité de change étranger en dollars canadiens au 22 décembre	du dollar canadien en unités de change étranger
Hongrie			Paraguay		
Forint (officiel)	.0921	10.85	Guarani (libre)	.00813	123.07
Îles françaises du Pacifique³			Pays-Bas		
Franc	.01012	98.81	Florin	.2823	3.54
Inde			Pérou		
Roupie indienne	.1348	7.41	Sol (libre)	.0234	42.80
Indonésie⁴			Philippines⁵		
Rupiah			Peso (libre)	.1582	6.32
Iran			Pologne		
Rial	.0142	70.42	Zloty (taux de base fixe)	.2700	3.71
Iraq			Portugal et colonies⁶		
Dinar irakien	2.8438	.35	Escudo	.0353	28.30
Irlande			République arabe unie		
Livre irlandaise	2.4307	.41	Livre (officiel)	2.3359	.42
Islande			Républiques franco-africaines⁷		
Couronne islandaise (officiel)	.0115	86.65	Franc	.0037	271.73
Israël			Salvador		
Livre israélienne	.2902	3.44	Colón	.4063	2.46
Italie			Sierra Leone		
Lire	.00163	613.87	Leone	1.508	.66
Jamaïque			Singapour		
Dollar	1.215	.82	Dollar	.3507	2.85
Japon			Suède		
Yen	.0028	351.98	Couronne suédoise	.1965	5.08
Kenya			Suisse		
Shilling	.1526	6.55	Franc suisse	.2358	4.24
Liban			Syrie		
Livre libanaise (libre)	.3148	3.17	Livre syrienne (libre)	.2819	3.55
Malaysia			Tchécoslovaquie		
Dollar	.3318	3.01	Couronne tchécoslovaque	.1411	7.08
Maroc			Thaïlande		
Dirham	.2040	4.90	Baht (libre)	.0493	20.30
Mexique			Trinité-et-Tobago⁸		
Peso mexicain	.0813	12.30	Dollar	.5078	1.96
Nicaragua			Tunisie		
Cordoba	.1458	6.85	Dinar tunisien	1.9346	.51
Nigeria			Turquie		
Livre nigérienne	3.017	.33	Lira turque	.0677	14.76
Norvège			Uruguay		
Couronne norvégienne	.1425	7.01	Peso uruguayen (libre)	.00406	246.12
Nouvelle-Zélande			Venezuela		
Dollar néo-zélandais	1.1376	.87	Bolivar (officiel et libre)	.2262	4.42
Pakistan			Yougoslavie		
Roupie pakistanaise	.2133	4.68	Dinar (officiel)	.0813	12.30
Panama					
Balboa	1.0156	.98			

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.



M. Tode Curuvija, ambassadeur de Yougoslavie au Canada, prend livraison à London (Ont.) des locomotives qui serviront à mettre en valeur certaines régions de son pays.

Locomotives pour la Yougoslavie

Des conditions de financement exceptionnelles, une livraison rapide et des cérémonies spéciales ont marqué la remise de la première locomotive diesel-électrique de construction canadienne vendue à la Yougoslavie. La Division Diesel de la *General Motors* de London (Ontario) a expédié, dans le cadre d'un contrat de 11 millions de dollars, la première des 37 locomotives à la compagnie ferroviaire yougoslave ZTP, trois mois avant la date prévue. L'expédition coïncidait avec la célébration à la GM Diesel d'une journée yougoslave destinée à souligner la remise officielle des quatre premières unités et la signature d'un accord au sujet du financement. Son Excellence M. Tode Curuvija, ambassadeur de la Yougoslavie au Canada, a pris livraison de la locomotive remise par M. F. W. Walker, vice-président de *General Motors* et directeur général de la Division Diesel.

Étaient présents à la cérémonie M. Dusan Grubor, conseiller de l'Ambassade de Yougoslavie, M. H. T. Aiken, président de la Société pour l'expansion des exportations ainsi que M. R. H. Sumner, de la Division de financement à l'exportation de cette Société à Ottawa. M. Charles Turner, député de London-Est, représentait le gouvernement fédéral. Assistaient également à la cérémonie MM. E. J.

Barbeau, vice-président exécutif de *General Motors* à Oshawa; J. L. Rose, directeur des produits de locomotives diesel pour les activités d'outre-mer de *General Motors* à New York; J. A. Taylor, président de la Chambre de commerce du Canada; H. J. McClure, maire de la ville de London; R. G. Head, sous-ministre adjoint (Fonctionnement) et E. P. Bishop, chef de la Division des industries ferroviaires et de la propulsion, ministère de l'Industrie et du Commerce.

Bien que ce soient les premières locomotives diesel-électriques que la Yougoslavie achète d'une entreprise canadienne, il y en a déjà 133 en service dans ce pays. Toutefois, elles ont toutes été achetées de la Division électro-mobile de *General Motors* aux États-Unis.

Pour obtenir cette commande, la société de London a dû soumissionner avec 35 autres fabricants du monde entier. Son prix intéressant ainsi que de bonnes conditions de livraison et de financement ont été les facteurs clés qui lui ont mérité le contrat.

La Société pour l'expansion des exportations (S.E.E.) a facilité le financement de la transaction en coopération avec la Banque Export-Import des

États-Unis qui a avancé les fonds pour le contenu américain du contrat. On a conclu cet accord financier sans précédent parce que GM Diesel importe des États-Unis les moteurs de ces locomotives de 1,800 c.v. Ces moteurs sont fabriqués en série (ce qui donne à la Société un avantage sur ses concurrents au point de vue du prix) et jouissent de la faveur universelle.

Actuellement le contenu canadien des locomotives dépasse légèrement 50 p. 100 mais GM Diesel de London est en train de l'augmenter de diverses façons dans d'autres domaines. Pour obtenir le plein appui financier de la S.E.E., un exportateur doit incorporer 80 p. 100 de contenu canadien dans le produit fabriqué et se qualifier pour le financement à long terme.

La Yougoslavie est le huitième pays qui achète des locomotives diesel-électriques construites à London. Jusqu'à maintenant, 300 ont été mises en service en Nouvelle-Zélande, au Ceylan, au Brésil, au Pakistan, au Libéria, en Suède et en Norvège.

GM Diesel de London fabrique également des camions Terex utilisés ailleurs que sur les routes dans les mines et sur les chantiers importants et les exporte sur les marchés mondiaux.



La livraison à la Yougoslavie, avant la date prévue, de la première des 37 locomotives diesel-électriques de fabrication canadienne est un heureux événement pour MM. Curuvija (à droite) F. W. Walker, (à gauche), vice-président de General Motors of Canada Limited et directeur général de la Division diesel, ainsi que pour M. H. J. McClure, maire de la ville de London. Ci-dessous, ces trois personnalités ainsi que les autres invités visitent l'usine GM. Les locomotives ont été remises lors de cérémonies marquant une journée yougoslave à l'usine de London.



Les affaires, ça va?

La chance sourit parfois à certains hommes d'affaires, mais peu d'entre eux s'y fient.

La plupart des hommes d'affaires, même ceux qui ont de la chance, savent qu'en affaires une décision doit être prise selon des données rigides. Ils veulent offrir le *bon* produit — ou service — au *bon* marché, au *bon* moment et pour cela, ils ont besoin de *bons* renseignements.

Le BFS est fait pour ça.

Nous sommes l'une des sources d'information dont l'homme d'affaires a besoin. Nous pouvons fournir un nombre étonnant de renseignements qui peuvent vous aider à prendre de bonnes décisions. Exemples: fluctuation des prix; emploi

et chômage; gages et salaires; importations et exportations; crédit au consommateur; frais d'exploitation de l'industrie; construction et logement; commercialisation et distribution; rendement de l'industrie; service civil et finances de l'Etat; projets d'investissement et bénéfices de corporation.

Il suffit de remplir le coupon ci-dessous et de nous l'envoyer par la poste. Nous réunirons avec plaisir une foule de renseignements relatifs à votre genre d'entreprise et vous les ferons parvenir dans le plus bref délai possible.

Gratis.

Veuillez m'envoyer votre information statistique relative à:

Genre d'entreprise: _____

Nombre d'employés: _____

Nom: _____

Adresse: _____

Ville: _____ Prov.: _____

VB0358 F

Consultez-nous.

BFS Bureau fédéral de la statistique,
Ottawa 3, Ontario.