

ÉTAT INDIQUANT LA VALEUR DES EXPORTATIONS PRODUITS DU CANADA, ET LE SPINCIPAUX PAYS OU ILS ONT ÉTÉ EXPORTÉS, DE 1868 A 1891, INCLUSIVEMENT—*Fin.*

| PAYS. | 1888. | 1889. | 1890. | 1891. |
|--|------------|------------|------------|------------|
| | \$ | \$ | \$ | \$ |
| Grande-Bretagne | 33,648,284 | 33,504,281 | 41,499,149 | 43,243,784 |
| Etats-Unis | 40,407,483 | 39,519,940 | 36,213,279 | 37,872,758 |
| France | 382,651 | 333,374 | 277,827 | 248,854 |
| Allemagne | 192,773 | 142,749 | 461,011 | 514,110 |
| Autres pays européens | 386,003 | 424,074 | 792,684 | 556,854 |
| Indes anglaises occidentales | 1,465,423 | 1,601,543 | 1,460,668 | 1,742,878 |
| Autres Indes | 1,098,389 | 1,040,367 | 1,216,019 | 1,283,622 |
| Terreneuve | 1,422,802 | 1,147,681 | 982,154 | 1,312,621 |
| Autres possessions anglaises | 683,582 | 957,014 | 725,352 | 837,920 |
| Autres pays étrangers | 1,694,682 | 1,601,433 | 1,629,443 | 1,187,665 |
| Total | 81,382,072 | 80,272,456 | 85,257,586 | 88,801,066 |

297. Quoique la valeur annuelle des exportations ait nécessairement varié de temps en temps, on verra qu'il y a eu une augmentation constante à la fin de chaque période. La moyenne de la période terminée en 1887 accuse une augmentation de 43 pour 100 sur celle de 1872, et sur ce pied il y aura en 1892 une augmentation de 65 à 70 pour 100 sur la première période. La plus forte partie des exportations a toujours été à la Grande-Bretagne et aux États-Unis. Les chiffres suivants démontrent que tandis que les exportations à la Grande-Bretagne ont augmenté de 24 pour 100, celles aux États-Unis ont diminué de 14 pour 100. Les proportions des exportations aux autres pays n'ont pas beaucoup varié, à l'exception de celles aux Indes anglaises, qui ont considérablement diminué.

Augmentation des exportations.

298. Ci-suit les proportions de la valeur collective des exportations aux principaux pays au total des exportations durant chaque période de cinq années.

Proportion des exportations aux principaux pays au total des exportations.