

traitement de l'animal représentait sa seule dépense. Aujourd'hui, le prix moyen du cheval est de \$70 et l'éleveur obtient environ \$6 pour la peau. A la livre, la viande de cheval revient à près de 14c. Le prix des autres aliments—céréales, foie, etc.—a quadruplé en quatre ans. Le coût de la main-d'œuvre est plus élevé que jamais. Le prix d'autres articles comme le fil de fer des cages et les réfrigérateurs a augmenté d'environ quatre fois depuis dix ou quinze ans. L'élevage d'un vison, en 1932, coûtait \$5 environ; en 1942, il avait augmenté à \$8; à l'heure actuelle, il revient à \$15 ou \$16. Lorsque l'élevage coûtait \$5, le prix de vente moyen ne dépassait guère ce montant. Au coût d'aujourd'hui, bon nombre d'éleveurs y perdent au vison ordinaire; s'ils ne recouvrent ces pertes par la vente des mâles et des espèces mutées, ils ne peuvent continuer leur exploitation.

Dans les premières années d'après-guerre, l'industrie et l'État se sont rendu compte qu'il fallait viser à stimuler la vente des peaux canadiennes à l'étranger. Au cours d'une réunion des éleveurs de renards et de visons et de hauts fonctionnaires à Ottawa en 1947, le gouvernement fédéral s'est engagé à patronner une présentation à la foire des fourrures et du cuir qui devait avoir lieu à Bâle, en Suisse, au printemps de 1948; la Suisse était le seul pays d'Europe qui avait alors des dollars à dépenser. Cette présentation a été un effort conjoint. Le ministère de l'Agriculture était chargé de l'étalage, mais toute l'organisation relevait du ministère du Commerce et la collection de fourrures était prêtée par les associations et les membres de l'industrie. Au cours des années subséquentes, des étalages de fourrures ont été constitués pour les foires internationales du commerce tenues à Paris, Londres, Milan, Bruxelles, Bâle et Lausanne. En juin 1960, une fructueuse revue de fourrures et de modes de deux jours a eu lieu à Bruxelles; c'était la première du genre. De plus, les stands canadiens aux foires internationales de Paris et de Bruxelles en 1960, étaient presque entièrement consacrés aux fourrures.

D'autres services fédéraux ont prêté leur concours aux expositions de fourrures à l'étranger. Le ministère du Nord canadien et des Ressources nationales, qui est chargé du bien-être des Esquimaux canadiens, tient à étendre le marché du renard de l'Arctique canadien afin d'augmenter le revenu de cette tranche peu nombreuse mais importante de la population. En conséquence, le ministère a fourni une certaine quantité de peaux de choix pour la confection d'une sortie de bal d'une extrême beauté qui a été une attraction principale aux expositions de 1960 et qui a fait l'objet de beaucoup d'éloges dans les revues de modes européennes. Le ministère a aussi fourni les peaux qui ont servi à la confection d'une superbe cape de martre qui a également été montrée en Europe. La Direction des affaires indiennes du ministère de la Citoyenneté et de l'Immigration, qui cherche à aider les trappeurs indiens à augmenter leur revenu, a pris avec le ministère du Commerce des mesures pour stimuler la vente du castor canadien par des annonces en couleurs dans les grandes revues de modes d'Allemagne, de France et d'Italie. Dans la majorité de ces initiatives, c'est le ministère de l'Agriculture qui établit et coordonne les dispositions à prendre. Récemment, l'industrie elle-même a commencé à s'intéresser davantage à faire de la publicité à l'étranger. Les éleveurs de vison ont présenté, en 1960, un étalage très attrayant au Pérou et au Mexique afin de stimuler l'intérêt de ces pays pour les fourrures canadiennes. Un accord entre la *Canadian Pacific Air Lines, Limited* et un grand magasin de Montréal a permis de montrer une magnifique collection de fourrures à Lima et à Mexico. Ces initiatives sont un signe de maturité et d'esprit de prévoyance chez l'industrie.

L'effort de publicité commerciale à l'étranger a deux objectifs étroitement connexes: établir la réputation du Canada comme source de fourrures de haute qualité et attirer de plus en plus l'étranger aux enchères canadiennes. Il est donc très encourageant de constater que 118 acheteurs européens sont venus de neuf pays différents aux premières grandes ventes de 1960, soit presque le double de l'année précédente. Même si le gouvernement s'est employé à étendre le marché en Europe, les étalages de fourrures aux foires européennes ont eu des échos aux États-Unis. Plusieurs des grands magasins du Sud des États-Unis sont entrés en relations avec le Conseiller canadien du commerce de la Nouvelle-Orléans afin de présenter des fourrures et des modes canadiennes. Les