

PARTIE III.—L'ÉTAT ET LE COMMERCE EXTÉRIEUR

Section 1.—Services fédéraux du commerce extérieur*

Le commerce extérieur contribue sensiblement au bien-être et à la prospérité des Canadiens, surtout parce que la productivité du Canada excède les besoins de sa population en ce qui concerne la production des fermes, des manufactures, des forêts, des pêcheries et des mines. Tout est donc mis en œuvre en vue d'établir et de maintenir des relations commerciales étroites avec les pays dont le marché est essentiel à l'économie canadienne. Le commerce dans les deux sens doit, cependant, être encouragé afin que marchandises et services de l'étranger servent à payer en partie les produits que le Canada peut exporter. En outre, plusieurs produits non indigènes doivent être importés de l'étranger. Certains sont indispensables à l'industrie et d'autres sont des biens de consommation nécessaires au maintien du niveau de vie canadien.

Plusieurs maisons maintiennent avec l'étranger des relations qui leur permettent d'échanger régulièrement des marchandises, mais d'autres ont besoin de l'aide des organismes de l'État afin de trouver des marchés ou des sources d'approvisionnement. La réglementation des importations et des exportations imposée pour diverses raisons par plusieurs pays ainsi que des difficultés d'ordre monétaire de l'après-guerre posent des problèmes qu'une seule maison ni même une société de fabricants, d'exportateurs ou d'importateurs ne saurait résoudre sans l'aide des représentants de l'État.

Le ministère fédéral du Commerce, dont la fonction première est de stimuler le commerce extérieur, offre aux hommes d'affaires une grande variété de services pour les aider à vendre leurs produits à l'étranger. Ces services sont assurés par les bureaux principaux du ministère à Ottawa, quatre bureaux régionaux établis au pays même et une équipe de délégués commerciaux disséminés aux quatre coins du monde.

Le fait saillant du programme de réclame du ministère en 1963 a été l'«Opération marchés mondiaux», grande campagne en quatre phases, qui eut lieu du 23 mars au 3 mai. La première phase a été consacrée aux «Marchés mondiaux—Machines» du 23 au 31 mars; pour la circonstance, près de 200 hommes d'affaires et hauts fonctionnaires étrangers furent invités au Canada; il y a eu ensuite l'Exposition nationale d'échantillons canadiens, du 2 au 4 avril (à Toronto), à laquelle ont assisté plus de 600 acheteurs venus de Grande-Bretagne, d'Irlande, d'Europe occidentale, des Antilles et des États-Unis; en troisième lieu, on a tenu à Ottawa, du 16 avril au 3 mai, la Conférence pour l'expansion du commerce d'exportation, durant laquelle 1,143 hommes d'affaires canadiens ont pu s'entretenir du commerce d'exportation avec les délégués commerciaux qui, à cette occasion, ont été rappelés au pays; enfin, ce fut la Conférence des délégués commerciaux, qui a permis des discussions et séances d'étude touchant des problèmes particuliers à divers marchés extérieurs.

Les services qu'offrent les diverses divisions et sections du ministère du Commerce sont décrits ci-après. Tout en ayant leurs tâches propres, les différents organes du ministère travaillent en étroite collaboration les uns avec les autres en vue de l'objectif commun, la stimulation du commerce extérieur.

Services des délégués commerciaux.—Le Service des délégués commerciaux est l'organisme par lequel le ministère exerce son activité à l'étranger. Il s'occupe de favoriser le commerce et de protéger les intérêts commerciaux du Canada; il maintient, au total, 64 bureaux dans 47 pays.

Les délégués commerciaux font tout en leur pouvoir pour mettre les exportateurs canadiens en relation avec des acheteurs étrangers. De leur propre initiative ou à la demande du ministère ou d'hommes d'affaires canadiens, ils étudient les possibilités de vendre certains produits ou services canadiens déterminés. Ils présentent des rapports

* Établi par les directions et les services intéressés et réuni par la Direction de la publicité commerciale, ministère du Commerce, Ottawa.