

Importations.—La valeur globale des importations a augmenté 3.9 fois au cours de la période 1947-1966 mais, sauf en 1965, l'ensemble de leurs gains depuis 1962 a été inférieur à ceux enregistrés par les exportations. En 1966, les importations d'aliments, provendes, boissons et tabacs ont été 2.8 fois supérieures à celles de 1947; celles des matières brutes non comestibles 1.9 fois; des matières travaillées non comestibles 3.1 fois; et des produits finis non comestibles 5.7 fois. L'importance relative des aliments, provendes, boissons et tabacs a baissé de 11.3 p. 100 en 1947 à 8 p. 100 en 1966; celle des matières travaillées non comestibles de 28.6 p. 100 à 22.6 p. 100; et celle des matières brutes non comestibles de 20.9 à 10.4 p. 100. D'autre part, la proportion des produits finis non comestibles est passée de 37.5 p. 100 à 55.6 p. 100. Les animaux vivants et les transactions spéciales commerciales constituent un pourcentage relativement faible du total.

L'analyse selon le degré de fabrication révèle que bien que les importations de matières brutes se soient accrues de 2.2 fois de 1947 à 1966, leur importance relative par rapport au total des importations est tombée du sommet de 30.4 p. 100 en 1950 à une moyenne de 18.7 en 1957-1966; la proportion en 1966 a été de 15.2 p. 100. Les importations de matières travaillées ont été 3 fois plus élevées en 1966 qu'en 1947, les gains les plus marqués s'étant produits depuis 1961; en 1966 ce groupe a représenté 24.8 p. 100 du total comparativement à 32.4 p. 100 en 1947. Par contre, les importations de produits finis ont été 5.8 fois supérieures en 1966 à celles de 1947 et leur importance relative a augmenté au cours de la période de 40.4 p. 100 à 60 p. 100.

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 capacité de production du Canada dépasse les besoins de sa population en ce qui concerne les fermes, les manufactures, les forêts, les pêcheries et les 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.

De nombreuses firmes 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 posent des problèmes qu'une firme seule ou 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, six bureaux régionaux établis au pays même et une équipe de délégués commerciaux disséminés aux quatre coins du monde.

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.

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