

Les relations économiques franco-canadiennes : données récentes et perspectives

Pierre-Yves Pépin

Volume 40, numéro 3, octobre–décembre 1964

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1002874ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1002874ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

HEC Montréal

ISSN

0001-771X (imprimé)

1710-3991 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Pépin, P.-Y. (1964). Les relations économiques franco-canadiennes : données récentes et perspectives. *L'Actualité économique*, 40(3), 482–504.
<https://doi.org/10.7202/1002874ar>

Les relations économiques franco-canadiennes : données récentes et perspectives

La phase de transition qui caractérise présentement le commerce international, principalement dans le monde nord-atlantique, gêne l'esquisse des perspectives du mouvement économique franco-canadien.

Les négociations du G.A.T.T. n'en sont qu'aux préliminaires à Genève que déjà apparaît une divergence fondamentale entre les représentants des États-Unis et ceux de la Communauté économique européenne, les premiers étant désireux d'introduire le projet de réduction de 50 p.c. des droits de douane comme base des négociations tandis que les deuxièmes lui accordent uniquement une valeur d'hypothèse de travail. Il est évident que les résultats des négociations Kennedy influenceront directement le commerce canadien mais les prévisions au stade actuel sont sans valeur.

Si l'économie canadienne est imbriquée à celle des États-Unis, l'économie française ne l'est pas moins, *mutatis mutandis*, à celle du Marché Commun et un élément d'évolution majeur serait l'entrée du Royaume-Uni dans la C.E.E. avec influence sur le commerce des deux secteurs géographiques précités. Cet élément se combinerait normalement avec la désintégration de l'E.F.T.A. et la candidature progressive des pays-membres ; les Scandinaves, compétiteurs tout-puissants pour les produits forestiers, obscurcirait alors le tableau des perspectives canadiennes.

Dans le cadre d'articles précédents, nous avons ouvert l'éventail des principales composantes des relations économiques franco-

canadiennes et effectué une analyse détaillée des échanges commerciaux par groupes de produits. En s'appuyant sur les données ainsi dégagées et en joignant des éléments nouveaux, il est tout de même possible de prévoir un certain nombre de tendances.

Un fait neuf et d'importance, auquel nous accordons une place de choix, est le rôle sélectif et déterminant que peut prendre le capital au service des investissements directs et de l'accroissement du commerce. Parallèlement, si nous ne négligeons pas les valeurs boursières, dont la valeur en soi est infime, c'est qu'elles ont souvent une valeur d'indicateur économique à large portée.

On constatera à la lecture que les produits d'échanges sont traités essentiellement dans leur contexte. Il est facile de comprendre que c'est uniquement à ce niveau que l'on peut dégager des tendances, cela sous l'éclairage des choix politiques et économiques (en voie de concrétisation) de la France, du Canada et du Québec.

*
* *

En 1962, à la suite d'un survol du mouvement géographique des valeurs boursières, nous avons fait montre d'un certain optimisme ¹.

Tableau I

Valeurs canadiennes traitées à Paris ²

Aluminum Ltd. (a)	Dame Mines Ltd.
British American Oil Co. Ltd. (a)	Imperial Oil Ltd. (a)
Canadian Pacific Railway Co.	International Nickel Co. of Canada (a)
Canadian Petrofina Ltd. (c)	Noranda Mines Ltd.
Consolidated Paper Corporation	Shawinigan Water & Power Co.
Crédit Foncier Franco-Canadien (b)	Steel Co. of Canada
<i>Hors cote</i>	
Foncière du Manitoba (b)	Hollinger Consolidated G.M.
French Petroleum Co. of Canada (b)	Rio Tinto Algoma Mines (d)

1. Pépin, P.-Y. « Les principales composantes des relations franco-canadiennes », *L'Actualité Économique*, juillet-sept. 1963, pp. 282-315 ; voir en particulier : pp. 283-291.

2. Majorité des actions détenues par des personnes résidant aux États-Unis (a), en France (b), en Belgique (c), au Royaume-Uni (d).

Il semble qu'il faille déchanter un peu sous l'éclairage d'éléments nouveaux et des enseignements qui en découlent.

À Paris, on compte bien trois ou quatre valeurs actives chaque semaine, mais la restructuration récente de la Bourse et le nettoyage qui a suivi est bien symptomatique (voir le tableau I) : les actions de quatre sociétés sont retirées et les actions de quatre autres sont traitées hors cote³.

Si Dominion Securities s'est implantée rue Scribe depuis la fin de 1963, il n'est pas assuré que la Société L.G. Beaubien Cie conserve son bureau de Paris⁴. Il faut cependant rappeler que la plupart des grandes maisons canadiennes (telle que Grenshields) traitent par le biais de sociétés parisiennes.

À Montréal, la section internationale de la Bourse de Montréal est tombée en désuétude alors qu'un nombre minime de valeurs furent inscrites, et la Banque de Paris et des Pays-Bas s'est départie de ses intérêts dans la Banque Provinciale. On note l'implantation récente de Grossfund (sous toutes réserves), une société de placement de valeurs immobilières européennes qui traite quelques valeurs françaises.

Le ralentissement récent et la stabilisation de l'activité économique au Canada, explication classique de la situation, n'est pas seule en cause : de 1949 à 1957, alors que la cote d'amour jouait pour les valeurs canadiennes, on a vendu des titres discutables en Europe, à un rythme imposant. Actuellement, il est préférable de ne pas insister. Les investisseurs canadiens et français trouveraient sur leur continent respectif suffisamment de possibilités de faire

3. Les Sociétés disparues sont Brazilian Traction, L. & P., Hudson Bay Mg & Sg, Bell Telephone Company of Canada, MacMillan Bloedel & Powell River Ltd.

Parmi les sociétés traitées hors cote, mentionnons que la Foncière du Manitoba (intérêts de la Banque d'Indochine) a peu de ressorts et que la French Petroleum, très populaire lors de la période de vente facile (actions alors cotées à 10 dollars) a reculé considérablement.

Sur le marché canadien, le terme qui se rapprocherait davantage du marché hors cote serait celui de « *over the counter-unlisted stocks* ».

4. L'explication réside en partie dans le fait que cette société se préoccupe essentiellement de nombreux petits clients du Québec intéressés aux valeurs nord-américaines.

Rappelons que la Maison Beaubien a lancé la Westburn en 1956 pour l'exploitation de pétrole de l'Ouest, période favorable. L'émission fut effectuée à 1 dollar et les titres abondamment vendus en Europe, mais la valeur dégringola par la suite à 56 cents. Depuis, on aurait restructuré l'affaire et la valeur se maintiendrait à 1.05 dollar.

rendre le capital. Par ailleurs, il convient de souligner que bon nombre de titres achetés au cours de la période 1949-57, ont pris de la valeur et sont demeurés en lice dans les affaires canadiennes.

Une bonne information est évidemment essentielle aux sociétés et aux investisseurs éventuels. Mentionnons que l'Agence France-Presse et l'Agence Économique et Financière entretiennent des bureaux à Montréal. Le bureau de cette dernière câble sa colonne quotidienne sur des nouvelles publiques, économiques et financières. Dans le domaine boursier en particulier, une revue des bourses canadiennes paraît régulièrement dans la *Vie Française*. Enfin, *L'Information* et *Le Monde* comptent aussi des représentants au Canada.

Dans le domaine des assurances, les sociétés françaises sont aussi en perte de vitesse. La Nationale (National Fire & Casualty) s'apprête à disparaître, et La Foncière et la Phénix sont amalgamées à d'autres groupes. Par contre, L'Abeille (Bee Hail Insurance Co.) se maintient dans les provinces de l'Ouest et La Paix (incorporée société canadienne en 1957) se comporte fort honorablement au Québec dans le secteur de l'assurance générale.

Actuellement, les capitaux français investis au Canada sont le fait de grands groupes qui pratiquent l'étalement géographique des risques. Cela étant dit, l'opération demeure évidemment rentable. Il faut souligner que les secteurs d'investissement ainsi privilégiés font appel à l'importation de matériel français, à la vente de brevets, aux missions de techniciens, à la propagation des techniques. Le projet d'implantation d'une usine de montage d'automobiles françaises, projet que nous commentons plus loin, s'inscrit nettement dans cette perspective.

Si les secteurs d'investissements semblent judicieusement choisis, il demeure que le volume global en est modeste : 40 millions de dollars à peine au cours de la dernière décennie, comparativement à 130 millions de dollars environ pour les investissements canadiens en France. Une hypothèse qui nous semble réaliste, compte tenu de l'importance des groupes financiers maintenant implantés au Canada est que les investissements actuels ne soient que des coups de sonde, prélude à des opérations beaucoup plus importantes.

Nous avons déjà souligné le rôle de leader et de catalyseur financier de la Confederation Development Corporation (filiale

canadienne de la Banque de Paris et des Pays-Bas) et voici que la Société financière pour le Commerce et l'Industrie, filiale canadienne de la Banque nationale pour le Commerce et l'Industrie incorporée le 24 novembre 1961, s'apprête à jouer un rôle déterminant ⁵.

Comme l'on sait, la B.N.C.I. se classe parmi les plus importantes institutions financières européennes et rayonne sur le monde entier. De la liste des objectifs de la filiale canadienne, nous extrayons les éléments déterminants : « aider les exportateurs canadiens, favoriser l'installation à l'étranger de succursales ou filiales des compagnies canadiennes, contribuer à l'établissement et faciliter l'implantation au Canada de nouvelles firmes françaises et européennes, financer l'importation de machines et de matériel venus d'Europe, et favoriser la création de nouvelles industries ou le développement de sociétés déjà existantes, orienter les investissements en France et en Europe » ⁶.

La création de la S.F.C.I. vient à son heure, et l'éventail des objectifs répond parfaitement aux besoins actuels et prévisionnels des relations économiques franco-canadiennes. Dès le début du dernier exercice financier, le capital versé était porté au plein montant autorisé de 2 millions de dollars par l'émission de 149,910 actions au prix de 10 dollars chacune. La B.N.C.I. s'est portée acquéreur de 80,000 actions et la Banque de l'Union Parisienne (banque d'affaires) a souscrit 30,000 titres. Enfin, des sociétés et particuliers canadiens ont souscrit 89,910 actions. Nous avons là un exemple intéressant de collaboration entre capital français et capital canadien ⁷.

Du côté canadien, on peut dire que la majeure partie des investissements récents effectués en France sont liés à la politique des grands groupes internationaux, principalement américains ; la Polymer Corporation, société de la Couronne, fait exception. Ainsi, la plus forte proportion des capitaux sont dirigés vers les industries de base, quoique l'économie française soit largement ouverte aux industries des biens de consommation. Il y a une exception à cette règle cependant : certaines entreprises canadiennes manifestent un

5. Nous devons de vifs remerciements à Monsieur Henri Mhun, économiste-conseil, qui nous a fourni de nombreux renseignements correctifs sur le mouvement des capitaux.

6. *Société Financière pour le Commerce et l'Industrie*, fascicule, 8 pages.

7. *Rapport annuel 1962, S.F.C.I.*, 12 pages.

intérêt tout particulier à contrôler des sociétés françaises fabriquant apéritifs, champagne, vins de table.

Le capital engendré par le séjour des résidents canadiens en France, et vice versa, constitue une composante de mouvement économique qu'il convient de ne pas négliger. Le Français qui vient au Canada est généralement un émigrant (environ 2,000 par année) et nous ne disposons pas de données sur les sommes dépensées au pays par les voyageurs français. Comme il s'agit d'à peine 2,000 entrées, le niveau des dépenses ne peut être très élevé.

Par contre, en 1963, près de 100,000 Canadiens (étiquetés « voyageurs canadiens en France ») ont dépensé sur le sol français la somme rondelette de 20 millions de dollars⁸. La progression annuelle en nombre et en valeur serait de l'ordre de 12 p.c. depuis 1950. Cette évolution est normalement fonction de l'accroissement naturel, de l'élévation du niveau de vie, d'une propension accrue au voyage et de la baisse du coût de transport. Nous devons faire intervenir aussi le désir des Canadiens français de visiter le pays de leurs ancêtres et de reprendre un peu d'oxygène sur le plan culturel. Les données statistiques confirment cet avancé.

La durée moyenne de séjour du Canadien est de 8 jours ; si on fait le décompte entre Canadiens anglais et Canadiens français, il s'agira respectivement de 3.5 et 17 jours. De même, si le Québec assure 45 p.c. du nombre de voyageurs, il compte pour 60 à 65 p.c. du volume des dépenses et du nombre de jours de séjour. L'avenir est donc prometteur pour ce courant touristique⁹.

*

* *

Nous avons terminé un article précédent¹⁰ en dégagant les produits canadiens et français qui composent l'essentiel du mouve-

8. Ces données nous furent communiquées par M. Robert Hallier, directeur du Bureau officiel du Tourisme français à Montréal. Les statistiques françaises dont nous donnons la référence sont plus modestes parce qu'elles ne tiennent compte que des dollars canadiens ; comme l'on sait, plusieurs voyageurs utilisent la monnaie américaine. (*Le tourisme en France*, Commissaire général du Tourisme, Paris, 1961, 81 pages).

9. Le bureau montréalais du S.O.T.F., très actif, a aussi développé un courant touristique d'hiver vers la Martinique et la Guadeloupe : de quelques personnes au cours de l'hiver 1961-62 on est maintenant passé à 4,000 en 1963-64, et on atteindrait le maximum de la capacité hôtelière en 1964-65 avec 7,000 touristes.

10. Pépin, P.-Y. « Analyse statistique des échanges commerciaux franco-canadiens (1950-1960) », *L'Actualité Économique*, avril-juin 1964, pp. 103-145.

ment commercial. Pour l'essentiel, les produits canadiens, caractérisés par le monolithisme et un faible degré de transformation, sont destinés à alimenter une industrie française située au niveau des produits complexes et finis.

Ainsi, au cours de la période 1950-62, une quinzaine de produits ont concentré environ 90 p.c. de la valeur totale des ventes canadiennes. Six produits assurent cette concentration extrême : caoutchouc synthétique, cuivre, blé, amiante, oléagineux, pâtes de bois ¹¹. Les autres principaux produits sont le bois à pâte, le bois d'œuvre, le papier journal, le poisson, l'aluminium et le nickel sous formes primaires, la ferraille.

Les douanes françaises posent normalement peu d'entraves à l'entrée de ces produits : le cuivre, l'amiante, le nickel et le caoutchouc synthétique (sous formes primaires) sont exempts de droits, tandis que les droits visant le blé et les oléagineux sont suspendus. Par contre, plusieurs catégories de pâtes sont grevées d'un droit moyen de 6 p.c. Les droits sur le papier journal sont suspendus, tandis que l'entrée de la ferraille et du bois à pâte est exempte de droits ; seuls l'aluminium et le poisson sont fortement taxés.

Ces exportations se sont dégagées par le jeu de la complémentarité géographique et de la différenciation des structures économiques (industrie primaire *versus* industrie de produits finis). Le quasi-monopole de production (cas de l'amiante) et la qualité des produits (cas du blé durum) comptent parmi les principaux facteurs d'importance relative et de permanence des ventes. La cote d'amour ne joue absolument pas.

Sur le plan prévisionnel, même si nous en sommes réduit au stade des hypothèses pour bon nombre de points, il faut tenir compte de l'entrée éventuelle du Royaume-Uni dans la Communauté économique européenne, entrée qui jouerait sûrement en faveur d'une amélioration des relations franco-canadiennes.

Au Canada, on a parfois porté sur un plan affectif et subjectif les conséquences éventuelles de cette entrée, allant alors des quémandages à Londres à la mauvaise foi. Alors que les Six avancent sur le « chemin de la vertu », il faudra établir un mécanisme d'adap-

11. Si nous ne tenions compte que de l'année 1960 le nickel serait cependant ajouté et occuperait le 3e rang avec une valeur de 6.7 millions de dollars.

tation pour le Royaume-Uni¹². C'est à la faveur de ce tournant que le Canada pourrait bénéficier de tarifs raisonnables et adopter une attitude plus constructive.

Lors d'une enquête¹³ menée auprès de 200 directeurs de sociétés industrielles canadiennes, 80 p.c. d'entre eux se sont déclarés d'avis que les affaires de leurs sociétés ne seront pas touchées par le Marché Commun. L'opinion de ces directeurs est peut-être un peu courte. Les opinions sont toutefois partagées lorsqu'il est question de l'entrée du Royaume-Uni dans la C.E.E. : 40 p.c. à peine croient qu'ils ne seront pas impliqués, tandis que 40 p.c. appréhendent un effet défavorable sur leurs affaires ; 10 p.c. espèrent un profit direct ou indirect.

Une des observations les plus intéressantes a trait au fait que le commerce canado-britannique diminuerait de toute façon au profit du commerce entre le Canada et l'Europe continentale. Dans l'ensemble, on voit peu de problèmes pour la vente des produits de base du Canada. Les directeurs des sociétés intéressées ne se contentent toutefois pas d'observations platoniques. On mentionne la possibilité de « mettre le pied en Europe » par des implantations directes en augmentant la production domestique, fonction de ce marché, en s'associant avec des industriels européens.

Voyons donc maintenant le comportement éventuel des principaux produits canadiens exportés vers la France. Les ventes de blé durum et de graines oléagineuses doivent progresser suivant la courbe d'accroissement démographique : la dominante du Canada pour le blé durum destiné à la fabrication des pâtes alimentaires est un phénomène connu, et la progression des ventes de graines oléagineuses est liée au partage de la demande française entre les impor-

12. L'entrée du Royaume-Uni déclencherait le mécanisme des préférences inversées. Ainsi les produits canadiens s'ajusteraient au T.E.C. et les produits de la C.E.E. verraient fondre la barrière douanière qui les éloigne des Îles Britanniques. Voir à cet effet Wilgress, L.D.: *The impact of European integration on Canada*, The Canadian Trade Committee 1962, 46 pages.

On a abondamment exagéré les effets nocifs d'une telle évolution. Dans le commerce canado-britannique, les exportations anglaises bénéficient de la préférence impériale sur les 4/5 de la valeur par une marge de 15 p.c. sur 1/3 ; les exportations canadiennes bénéficient de la préférence impériale sur les 2/3 de la valeur par une marge de 15 p.c. sur 1/10. Voir à cet effet Matthews, Roy.A.: « Canada in a changing world », *Conference Board Business Record*, sept. 1962, vol. XIX, no 9, pp. 34-47.

13. Byhvel, Herbert : *Canadian industrialists view the European Common Market*, National Industrial Conference Board, Montréal, nov. 1962, 30 pages.

tations des régions tempérées et des régions tropicales, partage qui est fonction de l'équipement industriel français ¹⁴.

Pour le blé, l'attitude générale qui prédomine dans la C.E.E. est qu'une solution doit être envisagée dans le contexte d'ententes internationales. Un comité du G.A.T.T. est d'ailleurs axé sur les problèmes du commerce du blé. Avec l'entrée du Royaume-Uni dans la C.E.E., si les ententes conclues ne sont pas satisfaisantes, le Canada serait affecté pour les blés vendus et pour la farine de blé ; ces ventes atteignaient une valeur au Royaume-Uni d'environ 225 millions de dollars en 1962.

Quant aux produits alimentaires, rappelons le droit de 18-20 p.c. qui frappe le poisson traité (essentiellement en conserve), droit plus que gênant pour les ventes de saumon à la France. Pour ce seul produit, la T.U.A. atteint 33 p.c. L'élargissement du Marché Commun affecterait une valeur complémentaire de 18 millions de dollars.

Dans une étude particulière publiée récemment dans la *Revue Canadienne de Géographie* ¹⁵, nous avons abondamment commenté l'état des ressources et des besoins français en produits forestiers. Il est apparu que la France (et tout le Marché Commun d'ailleurs) devra graduellement s'appuyer davantage sur l'approvisionnement extérieur, dans le cas des pâtes à papier et du papier journal entre autres. Le Canada, moyennant certains correctifs énumérés dans cet article, peut jouer alors un rôle de premier plan. Rappelons la nationalisation de la commercialisation, l'étalement des prix, l'amélioration des conditions de fret. Le cas du bois à pâte demeure complexe, mais il semble que la sortie du produit brut devrait être réduite au maximum. En fonction d'aménagements hydroélectriques à réaliser dans le Nouveau-Québec, le gouvernement de la Province a décidé la récupération préalable des bois commerciaux du bassin des rivières Manicouagan et aux Outardes. Il s'agit d'un volume de bois marchand évalué à 15 millions de stires d'épinette noire, quantité suffisante pour alimenter l'industrie française des pâtes pendant quatre ans, au rythme de 1960. Comme ce bois doit être récupéré dans un délai assez bref, il n'est pas question de l'orienter vers

14. Op. cit. « Analyse statistique... », page 109.

15. Pépin, P.-Y.: « Les produits forestiers en France, besoins nationaux et approvisionnement extérieur », *Revue Canadienne de Géographie*, Montréal, 1964, vol. 17, no 34, pp. 59-112.

l'approvisionnement de l'industrie nord-américaine. Ainsi, même si cette initiative dessert l'industrie domestique à court terme, il faut vendre le bois à l'industrie européenne. Quant au bois d'œuvre, à peu d'exceptions près, les perspectives ne sont pas favorables. Il faut signaler la création récente (février 1964) de Canexco Inc., société d'exportation de bois qui a son origine au sein de l'Association des Manufacturiers de Bois de Sciage du Québec. Se basant sur le modèle d'une grande société d'exportation de la Colombie-Britannique (Seaboard Lumber Sales), on fait en sorte de pénétrer le marché européen. Canexco doit augmenter prochainement son stock de vente en s'associant des producteurs de l'Ontario et des Maritimes.

Il semble que l'entrée du Royaume-Uni dans la C.E.E. ralentirait les expéditions de contenants en papier et carton et d'emballages (valeurs de 5 millions de dollars en 1962). Pour les pâtes et papiers, ce pays est dans une situation de dépendance similaire à celle des membres de la Communauté et c'est plutôt, à la suite de la désintégration de l'E.F.T.A., l'entrée des pays scandinaves qui soit à craindre. Un auteur¹⁶ est d'opinion que « pour le papier journal et la pâte de bois, nous pourrions en arriver à une entente assez favorable si les pays scandinaves s'associent au Marché Commun ».

Il s'appuie en cela sur un article d'un rapport d'une commission de la C.E.E. qui dit ceci : « en cas d'association d'autres grands producteurs de papier journal à la Communauté, l'ensemble du régime applicable au papier journal sera réexaminé. Les États membres se déclarent prêts à étendre au Canada, le régime qui serait alors défini dans le cadre de l'association »¹⁷.

Dans le secteur des produits minéraux, le niveau des ventes de nickel et de cuivre devrait théoriquement s'élever au cours des prochaines années. Toutefois, les capitaux américains qui ont développé les usines gigantesques de l'International Nickel à Sudbury (Ontario) s'approprient à mettre en valeur des gisements très importants localisés dans le nord de la Scandinavie ; dans une politique

16. Brunet, R.: *Les conséquences de l'adhésion de la Grande-Bretagne au Marché Commun sur les exportations canadiennes*, mémoire de thèse, H.E.C., 20 janvier 1964, 70 pages. Nous avons aussi utilisé les données de cette étude au commentaire des principaux produits canadiens qui seraient alors affectés par les modifications du tarif douanier.

17. *Rapport au Parlement Européen sur l'état des négociations avec le Royaume-Uni*, Commission de la C.E.E., Bruxelles, 26 février 1963.

internationaliste, on pourra diriger ailleurs le nickel canadien, ou encore, contenir son rythme de production.

L'Europe occidentale assure moins de 5 p.c. de ses besoins en cuivre, mais on note une utilisation poussée des produits de récupération (50 p.c. des besoins en Allemagne fédérale). Le cuivre de Noranda (Québec) et de Sudbury ne domine pas le marché européen, marché français inclus, et le Katanga peut fournir tout le complément de la demande européenne¹⁸. Un facteur qui menace davantage l'avenir de l'expansion des ventes canadiennes en France, tout comme ailleurs, est que l'aluminium remplace avantageusement le cuivre pour de nombreux usages (appareillage électrique). L'impondérable est la limite du degré de substitution, limite qui n'est pas encore atteinte.

Il n'est pas certain du tout que cette substitution favorise les ventes canadiennes d'aluminium. Le degré d'autonomie de l'industrie française, déjà marqué, s'élève encore, à la fois par l'utilisation de techniques plus économiques (énergie) et par l'augmentation de la capacité de production. L'industrie canadienne de l'aluminium est régie, en bonne partie, par les grands groupes américains, et les exportations peuvent prendre des directions qui ne sont pas actuellement prévisibles. Avec l'entrée du Royaume-Uni dans la C.E.E., l'avenir des ventes à ce pays sera compromis, le T.E.C. s'établissant à 10 p.c. La valeur des ventes d'aluminium brut et semi-ouvré au Royaume-Uni en 1962 a été de 82.5 millions de dollars.

Les ventes d'amiante ne devraient pas connaître les mêmes limitations à cause de l'extrême concentration des grandes zones de réserves dans le monde (Québec, Afrique du Sud, U.R.S.S.) et de la solidité des liens traditionnels du commerce de ce produit entre la France et le Canada.

Quant au minerai de fer, l'exportation vers la France, à moyen terme, semble peu probable : ce pays dispose de 75 p.c. (6,560 millions de tonnes de minerai) des réserves économiquement exploitables du Marché Commun. Toutefois, le coût d'exploitation s'élève : il faut creuser davantage et la teneur diminue¹⁹. Depuis que

18. Les grands fournisseurs actuels et potentiels sont le Congo ex-belge, le Katanga, la Rhodésie du Nord, le Chili et le Canada.

19. *Europe's needs and resources*, en collaboration, Twentieth Century Fund, New York, 1961, 1, 198 pages.

la C.E.C.A. fonctionne et que les intérêts Krupp ont « excursionné » dans le Nouveau-Québec, il faudra peut-être reprendre la question au niveau de la Communauté.

Le caoutchouc synthétique, sous formes primaires, est actuellement le premier produit d'exportation destiné à la France. Pourtant, sa part dans le commerce peut diminuer de façon marquée. Le IV^e Plan économique et social accorde une attention particulière à l'industrie chimique : on mentionne un taux d'accroissement annuel de 9.1 p.c. (pour la période 1961-65) ; l'indice de la chimie organique doit s'élever à 153 (1961 : 100).

On insiste sur les caoutchoucs synthétiques, plusieurs usines sont projetées, et la première unité S.B.R. (Styrene Butadiene Rubber, produit majeur vendu par le Canada) est en service depuis 1962. Il s'agit de la Société des Élastomères de Synthèse (Cariflex) installée sur l'étang de Berre, près de la raffinerie Shell (Bouches-du-Rhône). De son côté, la société Firestone localise une usine à Port-Jérôme (près de Marseille). Pour l'ensemble, le niveau de la production domestique française doit s'élever à 85,000 tonnes en 1965 (42,000 en 1961).

La balance commerciale de la France est positive avec l'étranger pour la chimie et la parachimie. On prévoit, cependant, un solde déficitaire pour l'ensemble des produits de la chimie organique. Dans une seconde étape, l'industrie française fera porter tous ses efforts sur les produits secondaires et sur la diversification des qualités.

Les intérêts américains ont devancé les intérêts canadiens pour la production du caoutchouc synthétique de base en Europe. Si Polymer Corporation reprend actuellement du terrain par la création de l'usine de Strasbourg où l'on fabrique des caoutchoucs à usages spéciaux, produits en forte demande, l'avenir demeure incertain pour les ventes canadiennes de caoutchouc S.B.R.

Les ventes canadiennes de bon nombre de produits primaires et semi-ouvrés en France ne sont pas menacées uniquement par l'évolution technologique. La répartition géographique des achats joue aussi son rôle. À cet égard, l'U.R.S.S. se dresse comme un dangereux concurrent. Les échanges franco-russes atteignent un niveau similaire à celui des échanges franco-canadiens et la struc-

ture des importations françaises se rapproche singulièrement de celle des achats de produits canadiens.

La France vend essentiellement à l'U.R.S.S. des produits sidérurgiques, du matériel d'équipement, et depuis peu, des viandes congelées. Les achats consistent en anthracite, produits pétroliers, bois de conifères, pâtes de bois, amiante, poisson. L'éventail est susceptible de s'élargir encore avec l'aluminium primaire et les métaux non ferreux. La France semble désireuse d'accroître ce commerce. La proximité géographique de l'U.R.S.S. et l'amélioration de ses techniques commerciales ne peuvent que faciliter les échanges.

Sur un autre plan et à un autre niveau géographique, la structuration de la C.E.E. conduit à une confrontation des États-Unis avec un partenaire ou adversaire de force similaire. Le Canada pourra tirer profit des concessions mutuelles qui seront accordées au G.A.T.T., par le truchement de la clause de la nation la plus favorisée. Les produits liés à la révolution scientifique (*sophisticated goods*) électronique, réacteurs nucléaires, outillage de précision, etc., feront normalement l'objet des plus fortes coupes de droits selon la procédure des réductions linéaires²⁰. Ces produits ne sont fabriqués sur une haute échelle que dans un nombre réduit de pays et le Canada peut en tirer une leçon positive pour diversifier et augmenter ses ventes à la France. Parallèlement, il renforcerait sa position concurrentielle vis-à-vis des pays scandinaves et de l'U.R.S.S.

*

* . *

Les produits français destinés au Canada se présentent bien différemment. Les ventes ont été le fait, jusqu'ici, d'une très grande variété de produits de consommation ; depuis quelques années seulement, les biens de consommation durables et les biens d'équipement ont fait leur apparition.

Au cours des années récentes, cinq familles de produits ont groupé environ 50 p.c. de la valeur moyenne des ventes : véhicules automobiles et pièces, vins et alcools, livres et imprimés, étoffes et vêtements, produits du laminoir. Les ventes d'automobiles, après un

²⁰ Op. cit.: « The impact of... », page 36.

bond spectaculaire en 1959 (30 p.c. de la valeur totale des ventes) ont ralenti leur marche. La vente des produits du laminoir stagne, tandis que celle des autres groupes progresse.

Sept autres produits ou familles de produits jouent, globalement, un rôle important dans les ventes françaises (environ 20 p.c. du total). Les produits simples sont les cuirs et les peaux, l'alumine et la potasse ; les familles s'identifient aux produits pharmaceutiques, parfums, articles de toilette, machinerie et pièces, verre et produits. À l'exception des livres et imprimés, qui entrent en franchise, ces produits sont frappés de droits douaniers généralement élevés, et la préférence impériale joue dans la plupart des cas, dont celui des automobiles.

Pour les biens de consommation, le goût des consommateurs est le critère fondamental qui régit le niveau des ventes. Les produits français bénéficient de la cote d'amour, au Québec tout au moins, et les cinq millions de Canadiens français sont les clients normaux pour les livres, les vins et alcools, les produits alimentaires, les étoffes et vêtements, les appareils scientifiques, les parfums et les produits de toilette, la verrerie, etc. La cote d'amour joue aussi pour les véhicules automobiles, biens de consommation durables. (Les Canadiens anglais achèteront non moins normalement « *british* »).

Ces ventes sont aussi facilitées par la concentration de la population dans la vallée du St-Laurent, voie de pénétration facile pour les océaniques qui met ainsi le marché de Montréal « à portée de main ». La progression démographique, le haut niveau de vie, l'éducation du goût du consommateur, la publicité, font que la saturation est loin d'être atteinte pour les produits de consommation traditionnels. En dépit de droits douaniers rigoureux le niveau des ventes, pour ces produits, s'élève régulièrement.

L'entrée du Royaume-Uni dans la Communauté, principal concurrent européen de la France dans ce domaine, au Canada, normaliserait sûrement la concurrence par la suppression de la préférence impériale ou son abaissement au niveau de la clause de la nation la plus favorisée.

Un élément neuf et dynamique est la création d'une usine de montage d'automobiles dans la région de Montréal, projet piloté par la Société générale de Financement. Cette création est une réponse

aux sociétés françaises désireuses de consolider leur marché nord-américain ²¹.

La construction d'une telle usine aura un effet hautement bénéfique. Comme l'on sait, le niveau des ventes françaises a enregistré une baisse impressionnante depuis 1961 (7,470 véhicules, 7.4 millions de dollars), soit 4,952 véhicules (4.9 millions de dollars) en 1962 et 3,086 (3.3 millions de dollars) en 1963 ²². L'année 1964 promet toutefois d'être excellente. L'usine produira au début 8,000 véhicules par année.

L'usine sera construite par la S.G.F. et le montage sera graduellement assuré par des ouvriers et techniciens québécois (formés dans les usines françaises). De même, au début, les pièces montées seront entièrement françaises, mais de l'équipement produit au Canada sera graduellement incorporé.

Dans un tel contexte, les sociétés françaises concentreront dorénavant leurs efforts sur les réseaux de vente et d'entretien. Pour le client, il y aurait des garanties plus grandes d'approvisionnement en pièces de rechange, et on éviterait les délais et problèmes de transport du produit fini. Les principales sociétés intéressées sont Peugeot et Renault. On a obtenu d'Ottawa des avantages tarifaires semblables à ceux qui ont été consentis pour l'implantation de Volvo en Nouvelle-Écosse.

Pour les produits destinés à l'industrie et pour les biens d'équipement, les conditions de vente sont bien différentes : prix concurrentiels, qualités spécifiques, rendement, etc., sont les facteurs qui prennent le pas.

L'avenir est plus qu'incertain pour les produits simples. Les ventes de potasse disparaîtront au profit des gisements de la Saskatchewan, les ventes d'alumine et de bauxite peuvent être annulées au profit d'achats effectués chez les membres du Commonwealth et les ventes de cuirs et de peaux réduites à néant par une légère modification de la structure du marché canadien. Par contre, le verre industriel bénéficie d'un vaste marché.

21. On peut difficilement s'empêcher de faire un rappel de la décision de la General Motors d'établir une usine à Ste-Thérèse-de-Blainville au coût approximatif de 50 millions de dollars.

22. Il faut faire intervenir le rôle désastreux de la surtaxe à l'importation des automobiles (10 p.c.) qui a joué de juin 1962 à avril 1963.

Si le niveau de vente des produits du laminoir, sans dynamisme, peut s'abaisser à cause de la concurrence de l'industrie sidérurgique domestique et américaine, il n'en va pas de même pour les biens d'équipement.

Le Canada occupe un des premiers rangs mondiaux pour l'importation de biens d'équipement, soit une moyenne annuelle d'environ deux milliards de dollars au cours des années récentes. La part de la France est infime. Le niveau extraordinairement élevé de la demande canadienne est fonction de la mise en valeur accélérée des ressources naturelles, de l'industrialisation, de la rénovation des structures de production ²³.

En dépit de l'influence de la technique américaine au Canada, le marché demeure ouvert aux producteurs européens. Les sociétés françaises qui ont persévéré dans leurs tentatives de pénétration ont vu leurs initiatives couronnées de succès. On a enregistré aussi de nombreuses tentatives erratiques, mais l'échec était inévitable à cause de l'insuffisance de l'effort commercial. Un certain nombre de facteurs de premier plan jouent un rôle essentiel à la progression des ventes : respect des délais de livraison, stockage de pièces détachées, modifications techniques, présence d'un personnel compétent.

Une étude sérieuse effectuée sous l'égide du Comité Franc-Dollar en vient à la conclusion que l'effort de vente pour les produits de l'industrie de transformation doit être effectué à Toronto, tandis que pour l'équipement lourd, il s'agit d'un partage entre Montréal et Toronto ²⁴.

Les exportateurs français doivent bien se rappeler le fait que le Canada est un « marché à structure essentiellement mobile » et « qu'aucune position n'est jamais acquise de façon définitive, ni par rapport aux années précédentes, ni par rapport aux autres concurren-

23. La Commission Gordon prévoyait un accroissement de 36 p.c. de la valeur des importations (unité de monnaie courante) pour la période 1955-65.

Les produits importés de même type que ceux qui sont fabriqués au Canada paient un droit moyen de 22,5 p.c. Les bénéficiaires de la préférence impériale voient le droit abaissé à 10 p.c. Le niveau des droits diminue considérablement lorsque le matériel importé est incorporé à du matériel fabriqué au Canada. À cet effet, une publication de la Société Canadair (*Canadair's Capability as a Subcontractor*) illustre l'intérêt de jumeler un certain nombre d'opérations.

24. de Bloy, R.: *Le marché des biens d'équipement au Canada*. Comité Franc-Dollar, Rapport de mission, Paris, mai-juin 1958, 175 pages.

rents »²⁵. Nous avons déjà écrit²⁶ que la France n'a pas profité au maximum des modifications de structure du marché canadien par méconnaissance, désintéressement, incapacité. Cela est de moins en moins exact, et l'exposition technique française d'octobre 1963 a brillamment illustré l'évolution.

La partie est encore loin d'être facile pour les sociétés françaises désireuses de s'implanter solidement au Canada. Indépendamment du fait que le producteur français a longtemps fabriqué essentiellement pour un marché protégé et qu'il n'a peut-être pas encore toute l'expérience requise pour la conquête des marchés ouverts, il reste qu'il doit envisager un problème de financement et de livraison indépendant de sa volonté.

L'installation exige de lourds investissements au départ. Les pièces détachées et le service représentent plusieurs milliers de dollars et il faut apporter les modifications nécessaires afin de satisfaire la clientèle. L'industriel français, dans le cas des machines-outils par exemple, serait désireux d'assurer la vente de l'éventail de ses produits. Il se limite au fait que les distributeurs canadiens sont déjà liés par contrats d'exclusivité avec des sociétés américaines et autres ; ils ne seraient intéressés qu'à certains types d'appareils²⁷.

Pour l'ensemble des biens d'équipement, de même que pour les biens de consommation durables, la situation se complique à cause du fait que les sociétés américaines traitent généralement le marché canadien comme le marché domestique, sans passer par le service export de la maison ; le service d'entretien et de réparation est efficace et rapide. Pour décrocher cette clientèle, il faut vraiment offrir mieux et à meilleur compte. La création de la Société financière pour le Commerce et l'Industrie va heureusement contribuer à améliorer la situation.

Dans le secteur des biens d'équipement et des biens de consommation durables, il nous est fort agréable de signaler que les ventes françaises de matériel électrique industriel et électronique, appareils

25. Mehling, J.: « Remarques sur le commerce franco-canadien et les importations canadiennes », *L'Actualité Économique*, janvier-mars 1959, pp. 581-617.

26. Pépin, P.-Y.: *Le commerce extérieur de la France et du Canada et les échanges franco-canadiens*, Rennes, 1962, 278 pages.

27. MM. Latouche et Mathon, adjoints au conseiller commercial près l'ambassade de France, à Montréal, nous ont fourni des renseignements précis sur la question des biens d'équipement.

électriques de précision, électromédicaux, électroménagers ²⁸, représentent un volume qui s'élève rapidement (de 734,000 dollars en 1961 à 2,079,000 en 1963). Le niveau de 1963 pourra se maintenir et même s'élever. Cette prédiction apparaît d'autant plus réaliste que l'exécution d'importantes commandes s'échelonne sur plusieurs années.

Mentionnons les faits saillants. Dans le gros matériel industriel, Neyrpic a évidemment contribué à déclencher le mouvement avec la vente de turbines pour l'équipement des centrales de la Bersimis (Nouveau-Québec) ²⁹. La Compagnie générale d'Électricité a passé un important contrat pour assurer la fabrication du matériel électrique de traction du métro de Montréal. La Cegelec, filiale de la C.G.E. va construire du matériel à haute tension pour l'Hydro-Québec (implantation à Laprairie en 1965) ; cette société est bien placée pour l'équipement de transport du courant à 735,000 volts. Mentionnons encore l'Éclairage Technique de Nancy, société spécialisée en éclairage urbain.

Montréal assure 75 p.c. des ventes françaises dans ce domaine plus l'essentiel des implantations ; la différence est polarisée sur Toronto et Vancouver. Les droits douaniers ne seraient pas exorbitants, soit 10-12 p.c. pour le matériel très spécialisé. Toutefois, dans le cas des circuits et moteurs électriques, c'est la Canadian Standard Association qui oppose un véritable barrage par un système de normes appliquées de façon assez inquiétante.

Dans l'ensemble, les ventes françaises ont été dirigées jusqu'à maintenant essentiellement vers le Québec (5,259 milliers d'habitants en 1961, revenu personnel par tête : 1,332 dollars). Cette situation va évoluer maintenant que la voie maritime du St-Laurent permet la pénétration d'océaniques de fort tonnage jusqu'au cœur du pays. L'Ontario intéresse les exportateurs français au premier chef (6,236 milliers d'habitants, revenu personnel par tête : 1,829 dollars). L'attaque est facilitée surtout par la nouvelle politique de vente de biens de consommation durables et de biens d'équipement. Il s'agit d'ailleurs d'une zone géographique où le développement économique est dynamique. Le marché des trois provinces des Prairies

²⁸. *Le marché canadien des appareils électro-ménagers*, publication miméographiée, Service du conseiller commercial à Montréal, ambassade de France au Canada, 12 pages.

²⁹. Les laboratoires hydrauliques Lasalle sont d'ailleurs une filiale de Neyrpic.

(3,178 milliers d'habitants, 1,435 dollars) et celui de la Colombie-Britannique (1,629 milliers d'habitants, 1,795 dollars) sont probablement réservés pour une étape ultérieure, la faible densité du peuplement et la forte distance qui sépare les centres de consommation posent des problèmes de rentabilité de l'effort commercial. À première vue, le marché des quatre provinces atlantiques (1,897 milliers d'habitants, 1,066 dollars) semble facile à conquérir, mais il s'agit d'une zone où le niveau de vie est relativement faible et qui se débat d'ailleurs dans un complexe de problèmes aigus.

*

* *

Si nous reprenons les faits d'ensemble, il apparaît clairement que le commerce franco-canadien, envisagé sous l'angle bilatéral, est destiné à demeurer marginal pour les deux pays : d'un côté, dix-huit millions de Canadiens ne peuvent absorber qu'un volume limité de produits manufacturés français, de l'autre côté, l'industrie d'un pays de 45 millions d'habitants ne peut concentrer ses achats de produits bruts et semi-ouvrés sur un fournisseur produisant à un rythme « continental » et où la distribution est envisagée de plus en plus dans l'optique de vastes marchés (c'est-à-dire la C.E.E.).

Le commerce français étant lié indissolublement à celui du Marché Commun et de l'Europe occidentale tout comme celui du Canada est rattaché fondamentalement aux États-Unis, bon nombre de problèmes (et de solutions) politiques et économiques seront envisagés à l'échelle du monde nord-atlantique, communauté dont la bonne marche et l'essor sont liés à l'attitude et aux initiatives de tous les participants.

Mais l'obstacle de l'Atlantique se dressera toujours à l'encontre de l'accroissement des échanges commerciaux, obstacle qui joue durement contre le Canada dans le cas des produits compétitifs russes et scandinaves. À moyen terme, une amélioration des moyens et conditions de transport pourrait abaisser sensiblement le coût du fret atlantique, mais, parallèlement, des baisses peuvent aussi survenir dans le cas du commerce entretenu par la France avec les autres zones géographiques.

De toutes façons, des études sérieuses restent à faire sur l'état actuel et sur les moyens de diminuer le coût du fret atlantique si l'on désire vraiment accroître le volume des échanges commerciaux entre les deux rives. Le Canada est désavantagé au départ par l'exportation de produits lourds et pondéreux, tandis que la France vend surtout des produits à valeur unitaire élevée et à faible volume d'encombrement.

À une échelle moindre la France est défavorisée par le coût élevé des droits portuaires en comparaison de ceux de pays voisins comme la Belgique et les Pays-Bas. La documentation courante fait défaut à ce sujet, mais il est un fait certain qu'un volume considérable de fret destiné à la C.E.E. est ainsi acheminé vers les ports des pays voisins de la France.

Cela étant dit, le commerce franco-canadien n'est pas au point mort et peut connaître une croissance considérable, indication basée à la fois sur les tendances générales et sur les initiatives en cours. Si nous parlons de commerce marginal (environ 1 p.c. du total pour chacun des pays), il s'agit tout de même de deux grandes nations commerçantes et un faible gain en pourcentage se traduirait par plusieurs millions de dollars.

L'accroissement est toutefois fonction d'efforts rationnels et à long terme. Pour le Canada, le marché français des produits de base traditionnels est loin d'être prospecté et le fait que le gouvernement canadien n'ait pas les mains entièrement libres pour orienter le commerce ne signifie pas que l'influence américaine soit toujours restrictive. Le gouvernement devra savoir tirer parti des tendances et optiques continentales (Canada-États-Unis) et internationales (Communauté atlantique-tiers-monde).

Vis-à-vis de la France, le Canada doit accepter un rôle de fournisseur de produit de base, rôle complété par la vente des produits de la « révolution scientifique » en forte demande. L'acceptation ne doit pas être moins souple chez le partenaire. Par exemple, avec la mise en place d'un appareil de production disproportionné avec les ressources nationales, les tendances autonomistes de l'industrie française des pâtes et papiers retardent une rationalisation des échanges à l'échelle nord-atlantique.

Pour le Français, tout comme pour l'Européen en général, le Canada est une nation à structure politique fédéraliste, le rôle international des provinces se réduisant à peu de choses, les politiques du commerce extérieur étant définies au niveau du gouvernement central. En dépit de ces limitations, il n'est pas indifférent de noter que la plupart des provinces canadiennes entretiennent des agences commerciales à Londres depuis plusieurs années : promotion commerciale, attirance de capitaux, appel aux immigrants de qualité et aux touristes. Au cours de la dernière décennie, les initiatives des représentants de la Colombie-Britannique et de l'Ontario furent tout particulièrement couronnées de succès.

Le Québec est la dernière grande province canadienne à avoir utilisé ses prérogatives autonomistes dans cette veine (exception faite du Bureau de New-York). Comme l'on sait, la Délégation générale du Québec à Paris fut inaugurée avec éclat en octobre 1961. Les buts de cette initiative sont à la fois d'ordre culturel et économique. Il semble que les initiatives qui concernent le deuxième terme vont consister surtout à attirer des capitaux français au Québec, capitaux mis au service d'un développement industriel considérable.

Quant à la promotion commerciale proprement dite, la vente des produits de base repose sur une organisation nationale et internationale ; la Délégation générale du Québec ne peut jouer qu'un rôle d'appoint. Les grandes sociétés possèdent d'ailleurs leurs propres services de représentation à l'étranger. Nous supposons donc que les préoccupations de promotion commerciale porteront sur les produits fabriqués par les industries petites et moyennes. Mentionnons, à titre purement suggestif : produits alimentaires de qualité, machinerie et outillage légers, produits manufacturés en bois, articles d'artisanat. Il sera intéressant de mettre en parallèle les initiatives de Paris et celles de la Délégation générale créée à Londres.

Le marché canadien, toutes proportions gardées, est riche de possibilités pour la France, surtout depuis que l'on se préoccupe de vendre des biens de consommation durables, des produits industriels, des biens d'équipement. La conquête est fonction d'études sérieuses et suivies, pour les secteurs choisis, et d'investissements suffisamment importants. Mais aussi, et de plus en plus, il faut établir, d'une

rive à l'autre de l'Atlantique, des ententes à long terme, ententes qui ont fait défaut jusqu'ici et dont l'absence est lourdement responsable de l'irrégularité du volume des échanges et de l'allure fantaisiste du prix de bon nombre de produits, phénomènes qui caractérisent encore le commerce franco-canadien.

Demeure un facteur essentiel d'accroissement du mouvement économique franco-canadien, capitaux et produits : l'esprit de décision et d'innovation des gouvernements et des milieux d'affaires.

La politique française est devenue généreuse et réaliste à cet égard. Un document préparatoire à l'exposition d'octobre 1963 en fait foi. Il faut « donner de notre pays une image fidèle : techniques d'avant-garde dans le domaine industriel, nos métiers d'art et de création, attrait du tourisme en France, continuité de notre culture... Conférer à notre présentation un caractère sélectif en fonction des besoins du marché canadien en biens d'équipement étrangers ». Dès lors, cette exposition, étayée par une information d'un haut niveau (conférences et exposés) a présenté les industries mécaniques, électriques, électroniques, la recherche scientifique, la sidérurgie, les transports, etc.

Pourtant, quelques mois plus tard à peine, l'affaire de la Caravelle a mis en lumière des obstacles d'ordre psychosociologique à l'accroissement des relations économiques franco-canadiennes.

Quoi qu'il en soit des éléments techniques du choix d'un moyen courrier à réaction, l'attitude extérieure de la société d'État Air Canada, dans cette affaire, est indéfendable et la mauvaise foi est évidente lorsque l'on va jusqu'à mettre en doute l'efficacité et le degré de sécurité d'un appareil qui, ailleurs, ne recueille que louanges³⁰.

En décembre 1963, l'ambassadeur de France au Canada situait la question ainsi : « J'ai mis l'accent sur le fait que le choix de la Caravelle présentait un intérêt important pour le développement des investissements français au Canada et l'augmentation des échan-

30. Avec l'entente qui serait normalement survenue avec la Société Canadair (Montréal) pour la construction en totalité ou en partie de la Caravelle (40 à 50 appareils), on a donc raté une belle occasion d'améliorer les relations économiques. Lorsque l'on sait que bon nombre de sociétés américaines s'apprentent à remplacer leurs Dakotas DC-3 par des Nord-262, que Field Aviation (Toronto) distribue le Mystère 20 (rebaptisé Falcon) au Canada pour le compte de Pan American Airways, que l'Alouette III fait des conquêtes un peu partout, il est permis de se poser des questions.

ges de toute nature ». Il ajoutait : « le choix et la manufacture de la Caravelle au Canada trouvaient ainsi place, à mes yeux, à l'intérieur d'une conception plus vaste, dont ce choix ne constituait que l'un des éléments ».

Nous n'avons pas l'intention de fustiger gratuitement le pragmatisme des dirigeants politiques, financiers et industriels du Canada, mais nous tenons à souligner, sous l'éclairage de cette citation qui apparaît pleine de sens, que le pragmatisme n'infirme pas l'esquisse de prévisions harmonieuses d'ensemble sur le plan du commerce international. Sur le plan fédéral, le respect des desiderata raisonnables de l'une des deux grandes provinces, assises de la nation (c'est-à-dire le Québec), nous apparaît non moins souhaitable.

Compte tenu des résultats intéressants obtenus depuis quelques années, il serait agréable de terminer cette série d'articles sur une note optimiste. Nous préférons poser le problème d'une certaine hésitation officielle à Ottawa, au niveau des faits, et celui qui découle au Québec du désir, purement affectif chez les uns et froidement mûri chez les autres, d'une vitalisation des relations économiques franco-canadiennes.

Pierre-Yves PÉPIN,
docteur en géographie de
l'Université de Rennes (3^e Cycle).