

[Texte]

[Traduction]

• 1010

Mr. Hovdebo: My concern there is that because you have gotten into particularly the Olympic coins do you go out and solicit work from countries of the world, or do you wait for them to come to you?

Mr. Lafontaine: Our structure is organized along product lines. We have a group that tries to get contracts to market foreign coinage. The clients, naturally, are very different from our other product line, which is called numismatic. Also, it is a very different type of marketing. We also have a group that markets around the world our bullion products, the Gold Maple Leaf. So we are organized according to product lines because the products are different, but also the marketing strategies and the clients are dramatically different.

Mr. Hovdebo: In the case of the Olympic coins, are you marketing them or are you just providing them to the Olympic associations?

Mr. Robert Huot (Vice-President, Marketing, Royal Canadian Mint): We market them directly in Canada and the United States and 23 or 24 different countries. We have established a rather elaborate infrastructure since the 1976 Olympic Games, and use all methods of promoting these coins.

In Canada we use principally the Mint's own mailing list, which is quite sizeable, and we retail. But we also wholesale in North America. This has proven to be a very effective way of promoting the coins, and so far the results from our efforts for the 1988 games have surpassed anyone else's efforts for Winter Olympic Games.

Mr. Hovdebo: The profit from the sales of these coins is going to the Olympics, is it not?

Mr. Lafontaine: The profit that will be generated by the sale of the silver Olympic series and the gold coin is going to the government, as part of the contribution that the federal government has agreed to inject into the Calgary games. If I am not mistaken, the federal government has agreed to contribute \$200 million to these games, and these profits will be paid back to the government through the CRF and these monies will be used as part of the \$200 million.

Mr. Hovdebo: So you are not involved directly with the Olympics; you are just using this—

Mr. Lafontaine: No, we work very closely with everyone, but we are not involved in the financing of the games.

I should add, not a profit, but at the same time we do pay to the various national Olympic committees a certain

seulement avoir de l'imagination, il faut aussi être dynamique.

M. Hovdebo: Ce qui m'intéresse, c'est de savoir, en particulier pour les pièces olympiques, si vous essayez de trouver des débouchés à l'étranger ou si vous attendez qu'on vous adresse des commandes?

M. Lafontaine: Nous avons des sections pour chaque produit. Nous avons un groupe qui essaie d'obtenir des contrats pour la fabrication de pièces étrangères. Pour les pièces de collection, nous avons affaire à une clientèle bien différente, naturellement. La commercialisation se fait donc différemment. Nous avons un groupe qui s'occupe de la vente à l'étranger de notre pièce d'or, la Feuille d'érable. Ainsi, non seulement nous avons des groupes différents qui s'occupent de chaque produit, mais pour chacun d'entre eux, la stratégie de commercialisation et la clientèle sont très différentes également.

M. Hovdebo: Dans le cas des pièces olympiques, est-ce que vous les commercialisez ou est-ce que vous les offrez uniquement aux associations olympiques?

M. Robert Huot (vice-président, commercialisation, Monnaie royale canadienne): Nous les vendons directement au Canada et aux États-Unis ainsi que dans 23 ou 24 autres pays. Nous avons mis en place une infrastructure assez complexe à l'issue des Jeux olympiques de 1976 et nous essayons de promouvoir la vente de ces pièces de toutes les façons possibles.

Au Canada, nous utilisons essentiellement la liste d'envoi de la Monnaie royale, qui est fort longue et nous vendons au détail. Mais nous vendons également au prix de gros dans toute l'Amérique du Nord. Cette méthode s'est révélée très efficace pour la vente des pièces de monnaie et jusqu'à présent, les ventes réalisées pour la commémoration des Jeux de 1988 ont dépassé les efforts déployés dans tous les autres domaines de ces mêmes jeux.

M. Hovdebo: Les bénéfices réalisés grâce à la vente de ces pièces sont affectés aux Jeux olympiques, n'est-ce pas?

M. Lafontaine: Les bénéfices réalisés grâce à la vente des pièces d'argent et de la pièce d'or des Olympiques sont versés au gouvernement, et représentent une partie de la contribution que le gouvernement fédéral s'est engagé à faire pour les Jeux olympiques de Calgary. Si je ne fais pas erreur, le gouvernement fédéral a accepté de contribuer pour 200 millions de dollars à ces jeux, et le montant des bénéfices réalisés sera versé au gouvernement par le truchement du FRC et représenteront une partie de ces 200 millions de dollars.

M. Hovdebo: Ainsi, vous ne contribuez pas directement aux Jeux olympiques, vous vous contentez d'utiliser. . .

M. Lafontaine: En effet. Nous travaillons en étroite collaboration avec tout le monde, mais nous n'avons rien à voir avec le financement des Jeux.

Je dois ajouter que nous ne leur versons pas de bénéfices mais nous devons verser aux divers comités