

## Terre-Neuve et le tourisme

Pour beaucoup de touristes, Terre-Neuve n'est que le prolongement de la Nouvelle-Ecosse et l'Île mérite à peine le déplacement. Les Terre-neuviens, pour prouver le contraire, ont mené cet été une campagne touristique spéciale.

Le sous-ministre adjoint du Tourisme de Terre-Neuve, M. Hal Stanley, explique que "les Terre-neuviens cherchent à se démarquer des provinces atlantiques"... "nous avons de plus grandes quantités de baleines, d'orignaux et de caribous, nos montagnes sont plus élevées et nos sanctuaires d'oiseaux se comparent favorablement avec n'importe quel sanctuaire d'Amérique du Nord", déclare M. Stanley.

Le gouvernement de Terre-Neuve a donc mis sur pied une campagne publicitaire comprenant trois projets principaux. Le premier projet consistait à inviter des chroniqueurs touristiques et des organisateurs de voyages à visiter les régions montagneuses sauvages et côtières les plus impressionnantes; le second visait à constituer un fonds de promotion de voyages pour aider les grossistes et les organisateurs à monter une campagne de publicité et de promotion de nouveaux voyages à forfaits à l'intérieur de Terre-Neuve et vers la province; le troisième offrait des subventions aux Terre-neuviens qualifiés qui désiraient organiser des voyages locaux sur une petite échelle.

M. Stanley explique qu'un grand nombre de Terre-neuviens ont exprimé le désir d'organiser des voyages à l'intention des touristes. Ce que le gouvernement cherche à éviter, dit-il, c'est une concentration d'initiatives dans un ou deux secteurs touristiques, comme l'observation des baleines ou les excursions en montagne.

Des troupeaux de grosses baleines abondent en été dans les eaux au large de Terre-Neuve, surtout la baleine à bosse.

Les amateurs d'alpinisme peuvent voir, dans le nord du Labrador, les monts Torngat, dont les pics atteignent 1 700 mètres. Ces montagnes sont encore pratiquement inexplorées.

Les sanctuaires d'oiseaux, qui se trouvent habituellement sur des îles difficilement accessibles, au large des côtes, offrent des possibilités touristiques non encore explorées, souligne M. Stanley. On pourrait aussi organiser des safaris vers les plateaux de l'intérieur où paissent de tranquilles troupeaux de caribous.

## Un négociant en vins à la recherche de marchés étrangers

Une compagnie vinicole canadienne a entrepris une importante campagne de vente en Grande-Bretagne. Elle envisage de se lancer ensuite à la conquête d'autres marchés étrangers.

Andres Wines Ltd. a six établissements vinicoles, plus de 1 200 actionnaires et les ventes annuelles se chiffrent à \$34 millions. La réussite de cette compagnie est attribuée à *Baby Duck*, vin rosé, pétillant et doux, à 7 p. cent d'alcool.

Un an avant la mise en marché de *Baby Duck*, c'est-à-dire en 1970, les ventes totales de la Compagnie s'élevaient à \$2,5 millions et les profits à \$296 000, soit 17 cents l'action. Huit ans plus tard, les ventes sont de l'ordre de \$33,7 millions.

### Essais de commercialisation

Après plusieurs mois d'essais de commer-

cialisation, la Compagnie a lancé *Baby Duck* l'automne dernier en Grande-Bretagne. Les directeurs et les analystes de la Société sont convaincus que ces tentatives de conquête du marché anglais porteront fruit en 1981.

*Baby Duck* est fabriqué en Grande-Bretagne par un établissement de Leeds à qui Andres Wines Ltd. a communiqué le procédé de fabrication et à qui l'on expédie des cargaisons de concentré de raisin du Niagara. L'établissement touche des redevances sur chaque caisse de vin vendue.

### Succès de Baby Duck

Les directeurs de la Compagnie sont optimistes car les supermarchés qui ont commandé des quantités importantes de *Baby Duck* les ont vendues comme "des petits pains".

## Un beau bébé indien



Christopher Henhawk, âgé de 14 mois, a été jugé le bébé le plus typiquement indien à la cent treizième Foire d'automne des Six Nations tenue récemment à Ohsweken (Ontario).

## Exportation d'électricité ontarienne

L'Administration des services d'électricité de l'État de New York projette d'installer une ligne de transmission qui lui permettra d'importer de l'électricité fournie par l'Hydro Ontario.

Cette ligne reliera le Niagara Power Project de Lewiston, dans l'État de New York, à la centrale Sir Adam Beck de l'Hydro Ontario à Queenston, près de Niagara Falls, en Ontario.

Selon M. John Dyson, président de l'Administration new-yorkaise, l'installation de cette ligne permettra, avec l'Hydro, d'accroître de 500 000 kilowatts la capacité de transfert d'énergie électrique.

M. Dyson estime que l'État de New York pourra ainsi importer chaque année de l'Ontario quelque 2 milliards de kilowattheures afin de remplacer l'électricité produite actuellement à partir de pétrole importé.

Selon M. Dyson, ces importations se traduiront pour les consommateurs de l'État de New York par une économie de quelque \$14 millions et elles permettront de réduire de 3,6 millions de barils la consommation annuelle de pétrole.

L'Administration new-yorkaise est reliée à l'Ontario par une connexion de 230 volts à Niagara et par deux autres liaisons analogues à son projet de Saint-Laurent.