

## *Le Canada aux foires internationales\**

**I**L EST RECONNU dans le commerce que plus les relations sont étroites entre le fournisseur et le client, plus grandes sont les probabilités de vente. Cette règle s'applique aussi bien aux échanges internationaux qu'au commerce intérieur. La principale difficulté tient à la distance et, partant, à ce que chaque partie ignore ce que l'autre peut lui offrir ou ce dont elle a besoin, selon le cas. Aussi, l'effort du Canada pour accroître ses ventes à l'étranger doit-il tendre vers des rapports étroits entre les exportateurs canadiens et les importateurs étrangers. En somme, il s'agit d'une méthode qui établisse un pont, pour ainsi dire, entre les uns et les autres. C'est justement vers cette fin qu'est orientée la politique du ministère du Commerce en matière de foires commerciales.

### **Domaine déjà connu du Canada**

Points de rencontre entre acheteurs et vendeurs de profession, les foires commerciales remontent aux origines de la civilisation. Elles ont représenté, au cours de l'histoire, le principal ou l'unique moyen d'établir des échanges commerciaux d'une région ou d'un pays à l'autre. Elles ne font pas figure d'innovation pour le Canada, puisque les provinces du Canada ont participé à une foire étrangère dès 1852. Toutefois les données de la question se sont modifiées ces dernières années, du fait de la concurrence accrue sur les marchés mondiaux d'exportation. En outre, les matières premières ont perdu de leur importance, dans l'économie canadienne, au profit des produits finis ou demi-ouvrés, d'où une plus grande variété et plus de spécialisation dans les produits canadiens d'exportation. Dans ces conditions, le développement du commerce exige des conceptions plus souples, plus pragmatiques; une méthode qui s'adapte à un produit en particulier ou à toute une gamme de produits, qui puisse convenir à l'éventail étendu des biens de consommation et des denrées alimentaires (aux débouchés considérables), ainsi qu'aux biens d'équipement, pour lesquels le marché est plus restreint. Comme le développement du commerce porte sur une telle diversité de produits, il faut une méthode qui assure le maximum de rendement à chacune des dépenses consenties en ce domaine. Le recours aux foires commerciales a si bien répondu à ces exigences que le ministère du Commerce a porté à 37 le nombre de celles auxquelles il a participé en 1962.

### **Deux sortes de foires**

Aux foires du type classique, on exposait une grande variété de produits; maintenant la valeur et le volume croissants des exportations de produits particuliers

\*Par M. R. B. Fournier, division des Foires et des Missions commerciales, ministère du Commerce.