

quelques mots au sujet de l'activité portuaire pendant la présente année-récolte, pour ce qui est de la manutention des céréales. Sur la côte du Pacifique, c'est une excellente année. Du 1<sup>er</sup> août au 9 juillet, les expéditions de blé et d'autres céréales des ports de la côte Pacifique se sont élevées à 163 millions de boisseaux, en comparaison de 132 millions de boisseaux pendant la même période l'année précédente.

Le port de Churchill dans le nord du Manitoba a aussi joui d'une excellente saison en 1957. Au cours de la saison de navigation relativement courte du port de Churchill, on a chargé 46 navires de blé. Et le port de Churchill a établi un nouveau record en expédiant 16.7 millions de boisseaux. Les perspectives sont tout aussi bonnes pour ce qui est de la saison d'expédition de 1958 à Churchill.

Au cours de la première moitié de la campagne agricole, les ports de la côte du Pacifique et celui de Churchill ont obtenu un pourcentage assez élevé des expéditions de céréales destinées à l'exportation. Les expéditions par les ports du Saint-Laurent ont été sensiblement plus faibles l'automne dernier que l'année précédente. Cependant, la situation s'y est améliorée avec l'ouverture de la navigation ce printemps et l'acheminement sur le Saint-Laurent est actuellement légèrement supérieur à ce qu'il a été l'an dernier. Nos ports de l'Atlantique ont eu une année active et nos expéditions aux États-Unis sont bien plus fortes. A la fin de la campagne agricole,—c'est-à-dire le 31 juillet,—j'estime que toutes nos voies d'expédition se seront fait valoir pour ce qui est de l'acheminement des céréales.

J'aimerais maintenant parler de l'activité du ministère en ce qui concerne la stimulation du commerce et les objectifs connexes. Une des principales fonctions du ministère du Commerce est de stimuler le commerce canadien à l'échelon mondial, même si presque tous les services du ministère participent à ce travail de stimulation du commerce, certains sont plus directement intéressés que d'autres. L'activité du ministère est exposée dans le rapport annuel de 1957, qui a été déposé à la Chambre des communes le 22 mai dernier. Au lieu d'aborder les divers sujets traités dans ce rapport, je choisirai quelques secteurs d'activité du ministère qui offrent un intérêt particulier pour les députés et les commerçants du Canada.

Un de ces secteurs d'activité est le travail accompli par notre service de délégués commerciaux. La principale tâche d'un délégué commercial est de diriger la stimulation du commerce; dans ce domaine, il est un lien précieux entre les exportateurs du Canada

et les débouchés de son territoire. Le service a débuté modestement il y a plus de 60 ans. Il a étendu le champ de son activité au point de compter actuellement 127 membres. Un petit nombre de ces fonctionnaires sont en poste à Ottawa, mais plus de 100 d'entre eux occupent 58 postes qui se trouvent en 45 pays.

La division de la publicité commerciale a été établie pour prendre une foule d'initiatives favorisant les ventes. Les principales de ces initiatives sont la publication du périodique *Foreign Trade, Commerce extérieur*, l'encouragement des foires commerciales, la publicité dans les organes d'information locale et étrangère, la réclame, l'envoi de publications aux délégués commerciaux, la production d'une foule de publications générales de nature à stimuler le commerce.

Le travail de ces organismes est largement facilité par le personnel de la division des produits, qui assure la liaison entre l'industrie et les hommes d'affaires du Canada. Cela comporte le recueil et l'échange de renseignements sur les possibilités commerciales mises à jour grâce à l'activité du ministère au pays et à l'étranger. Dans l'exercice de leurs fonctions de stimulation de la vente, les préposés aux denrées sont appelés à visiter les usines, à se rendre aux réunions des associations commerciales, à établir des études du commerce et des marchés et à veiller à l'étalage des marchandises canadiennes à l'étranger. La Division de l'agriculture et des pêcheries fait de même dans son domaine.

La stimulation du commerce embrasse une autre activité, qui se développe: notre participation aux foires commerciales ou aux expositions à l'étranger, que les manufacturiers canadiens, aussi bien que le ministère, considèrent comme un des moyens les plus efficaces et les moins onéreux de faire connaître le Canada et ses produits. Les foires commerciales jouent un grand rôle dans la stimulation de notre commerce d'exportation. Elles nous permettent d'exposer les produits canadiens sur les marchés mêmes que nous voulons atteindre, à la vue des acheteurs et des commerçants intéressés qui se sont réunis expressément pour voir, comparer et souper ce qui est offert dans leurs domaines particuliers. Bien souvent, en Europe occidentale notamment, les foires commerciales sont acceptées comme partie de l'activité commerciale internationale et nous sommes en conséquence virtuellement forcés d'en reconnaître l'importance.

Les foires commerciales nous permettent de lancer la vente de certaines denrées canadiennes jusque-là inconnues sur certains