

in large car loads with relatively long delivery periods. Many of our competitors can utilize road transport and ship much smaller quantities direct to the retailer or small industrial user with much faster delivery. We must, therefore, offer substantial discounts to encourage distributors to handle our product line.

4. Foreign Imports

Imports of hardboard into this country from foreign countries such as Scandinavia, Russia and Poland amounts to about 72,000,000 sq. ft. per year. Even with our modern efficient plant we cannot compete effectively with these countries, particularly Russia and Poland, Foreign countries, anxious to earn dollars, can and do subsidize exports so we find our best markets are away from the seaport areas. It is noteworthy that foreign hardboards are sold at a considerably lower price on the Canadian market than they are in the United States. Hence again the economic pressure of trying to promote our product further afield.

5. Tariff Reductions

With the decrease in tariffs from the Kennedy Round we are developing a market for more specialized product lines in the United States. To do this we must surmount a 21 per cent tariff barrier but because of our superior technical and marketing know how, we hope to overcome overseas competition. We must, of course, continue to deal with Domestic and American producers on the same footing. Here we immediately run into the transportation cost problem as previously outlined.

General

We have active plans for further expansion involving doubling our present plant size. We have the raw material resources, the labour force is available, and the market can be developed. We can provide much needed year around employment to an underdeveloped area; we can earn up to 9 million a year in American currency and we can provide a steady cargo to fill rail cars now returning empty to Upper Canada and the United States.

Our product is a high density low bulk commodity which can best be handled in large double door rail cars in 100,000 pound loads. As such we cannot look for relief in the proposed containerization or unit train pro-

par grosses expéditions vers nos principaux marchés, en des périodes de livraison assez longues. La plupart de nos concurrents peuvent utiliser le transport routier et expédier de plus petites expéditions directement au détaillant ou au petit industriel avec plus de rapidité. Nous devons, donc, offrir de substantiels rabais aux distributeurs afin de les encourager à utiliser nos produits.

4. Importations.

Les importations de bois agglomérés au Canada en provenance de pays étrangers, tels que la Scandinavie, la Russie et la Pologne représentent environ 72,000,000 de pieds carrés par an. Même avec notre usine moderne et rationnelle, nous ne pouvons pas concurrencer efficacement ces pays, particulièrement la Russie et la Pologne. Des pays étrangers, désireux d'obtenir des dollars américains et canadiens subventionnent leurs exportations, de telle sorte qu'il en résulte que nous trouvons nos meilleurs marchés en dehors des zones maritimes. Il est bon de noter que les bois agglomérés importés se vendent sur le marché canadien à un prix bien plus bas que sur celui des États-Unis. Et la pression économique est encore accrue du fait que nous devons essayer de promouvoir encore plus nos ventes sur les marchés.

5. Réductions des tarifs.

Avec la diminution des tarifs sur le marché américain, due au «Kennedy Round», nous sommes à même de développer une production plus spécialisée. Pour cela, nous devons surmonter une barrière de tarifs de 21 p. 100, mais grâce à notre technique et à notre distribution supérieures, nous espérons concurrencer la production d'outre-mer. Nous devons, bien sûr, continuer à concurrencer les fabricants nord-américains dans les mêmes conditions. A ce stade, nous nous heurtons au problème du coût du transport, déjà mentionné.

GÉNÉRALITÉS.

Nous avons effectivement des plans en vue de doubler la taille de notre usine actuelle. Nous avons le potentiel de matière première, la disponibilité de main-d'œuvre, et la possibilité de développer un marché. Nous pouvons fournir de l'emploi permanent très demandé dans une région sous-développée; nous pouvons gagner jusqu'à 9,000,000 de dollars américains et nous pouvons fournir des chargements réguliers pour remplir les wagons, qui à l'heure actuelle, retournent à vide vers le centre du Canada et vers les États-Unis. Notre produit est très commode car de haute densité et de petit volume, pouvant très facilement être chargé dans de grands wagons à doubles portes, en charge-