

a employé environ 1,600 personnes pour ses travaux d'exploration au Canada et à l'étranger.

Son programme de prospection au Canada lui a permis de découvrir de nouvelles réserves plus que suffisantes pour compenser l'extraction minière effectuée au cours de l'année. Au 31 décembre 1970, les réserves prouvées d'*International Nickel* s'élevaient à 383,300,000 tonnes courtes de minerai sec (contre 379,600,000 à la fin de 1969), renfermant 5.7 millions de tonnes métriques de nickel et 3.6 millions de tonnes métriques de cuivre (contre respectivement 5.6 millions et 3.5 millions un an auparavant).

Les ventes nettes d'*International Nickel* se sont élevées à \$1,055,848,000 contre \$684,232,000 en 1969. Les bénéfices nets se sont chiffrés à \$208,591,000 dollars, soit \$2.80 par action contre \$116,543,000, soit \$1.56 par action en 1969 et \$1.93 en 1968. Les dividendes ont atteint \$104,230,000 soit \$1.40 par action contre \$89,282,000 soit \$1.20 par action en 1969 et \$1.23 en 1968.

Selon M. Wingate, il est essentiel de réaliser des bénéfices de cet ordre pour financer les dépenses en immobilisations nécessaires au développement de la capacité de production à un moment où s'accroît la demande du monde libre en nickel.

Les dépenses en immobilisations ont atteint le chiffre record de \$272,465,000 contre \$175,182,000 en 1969. On prévoit qu'elles atteindront 300 millions de dollars en 1971 dont 255 millions seront dépensés au Canada.

Afin d'aider à ce financement, la dette à long terme de la Compagnie est passée, au cours de l'année, de 184,314,000 dollars au 1er janvier à 286,660,000 dollars au 31 décembre. Ce dernier chiffre représente 21 p. 100 de la capitalisation totale de la société.

SONDAGE SUR LES APPARTEMENTS VACANTS

La Société centrale d'hypothèques et de logement a effectué un sondage en décembre 1970 sur les appartements vacants dans 12 villes du Canada et leur banlieue; les résultats révèlent qu'il en reste peu, sauf à Calgary et à Montréal.

Procédant par échantillonnage, la SCHL s'en est tenue aux immeubles de six appartements et plus, achevés depuis au moins le 30 juin 1970. Sont exclus de ce sondage les bâtiments de moindre densité, les duplex, maisons en rangée et maisons unifamiliales.

La moyenne de vacance dans les 12 villes où s'est tenue l'enquête est de 3.61 pour cent, en regard de 4.74 pour cent, moyenne que présentaient 19 villes avec leur banlieue, sondées en juin 1970, et de 3.12 pour cent des neuf centres étudiés en décembre 1969.

Les données indiquent qu'Ottawa-Hull et

Hamilton ont le plus faible pourcentage d'appartements vacants, soit 1.5 pour cent. Edmonton, Québec, Windsor, Toronto et Vancouver en avaient moins de 3 pour cent. London, Winnipeg et Halifax en avaient un peu plus, bien que le pourcentage n'atteignait pas 4; tandis que Montréal et Calgary en avaient 6.4 et 6.8 pour cent respectivement.

Les bureaux locaux de la SCHL situés dans les villes où le sondage a été fait possèdent plus de détails. Ils sont à la disposition du public intéressé à se renseigner davantage.

OUVERTURE D'UNE BOUTIQUE DES POSTES

Une Boutique des Postes unique en son genre, constituant une innovation des Postes canadiennes, a été inaugurée le 15 mars sur le mail de Fairview, dans le centre nord de la région métropolitaine de Toronto. Tout a été mis en oeuvre pour faire de cette Boutique des Postes l'une des plus avant-gardiste, des plus attrayante et des plus fonctionnelle de l'Amérique du Nord.

Pour le bénéfice de sa clientèle, la nouvelle Boutique des Postes se conformera aux heures d'affaires des autres établissements commerciaux du mail et sera ouverte jusqu'à 9 heures du lundi au vendredi.

En plus des services réguliers, tels la vente de timbres et de mandats-poste, le public aura accès à une galerie "canadienne", où divers articles seront en vente tels les dernières publications d'Information Canada; des livres canadiens sur les sports, la vie en plein air, l'histoire, la géographie; des cartes historiques et contemporaines; des reproductions de peintures canadiennes connues; des timbres pour les collectionneurs; des collections de monnaie à fleur de coin et des ouvrages d'artisanat indien.

Une autre caractéristique de la Boutique est un comptoir à emballage, où le client pourra emballer les paquets qu'il désire mettre à la poste. En quelques minutes, le colis sera "en route". Du ruban gommé, de la ficelle et du papier d'emballage seront en vente à un coût minime.

Les comptoirs et les traditionnels guichets sont disparus. Des tapis mur à mur, de la musique douce et un éclairage décoratif donneront à la Boutique une ambiance agréable. Même les traditionnels uniformes des commis, ont disparu. Ils portent des uniformes de couleur gaie, s'harmonisant avec la décoration de la Boutique.

Le directeur général de la région postale de l'Ontario, M. James Corkery, qui a présidé l'inauguration, a déclaré: "La nouvelle boutique s'intègre au style des autres établissements du mail. Les clients apprécieront son emplacement pratique, près d'un spacieux terrain de stationnement, et surtout les heures d'affaires qui sont les mêmes que celles des autres établissements commerciaux. Tout a été conçu pour favoriser la clientèle."