

Marketing et développement du Tiers-Monde

Georges M. Hénault, *Marketing et développement du Tiers-Monde : quelques applications au secteur agro-alimentaire en Afrique*, Paris, Economica, Collection Coopération et Développement de l'Agence de coopération culturelle et technique (ACCT), 1987, 200 pages.

Ce volume cherche à analyser le rôle trop souvent ignoré du marketing dans le processus de développement du Tiers-Monde. Le premier peut, en effet, être considéré comme un catalyseur du second.

Pour ce faire, l'auteur, directeur de l'IDIC et professeur titulaire en administration à l'Université d'Ottawa, a choisi d'illustrer les concepts étudiés au moyen d'exemples empruntés au secteur agro-alimentaire africain.

Pris dans une optique de spécialistes en développement, ce livre met l'accent sur le prisme différent que la perspective du marketing apporte au diagnostic et à la recherche de solutions tant micro que macro du Tiers-Monde. Le cadre analytique ainsi proposé éclaire l'acuité des problèmes sous un jour nouveau et intègre, tout en les réorientant, les facettes disciplinaires du développement. Par exemple, l'approche des besoins essentiels relève implicitement de la démarche de marketing qui cherche à identifier les caractéristiques comportementales des groupes-cibles.

Dans l'optique des spécialistes en marketing, il présente une approche élargie de ce concept. Cela permet, en effet, d'identifier, par l'utilisation novatrice du marketing social et du macro-marketing, les conditions nécessaires au développement du marketing dans les pays du Tiers-Monde. ■

Mission d'éditeurs au Cameroun

Une mission d'éditeurs canadiens a visité le Cameroun du 11 au 17 août 1988. La mission était composée de Hervé Foulon, président-directeur général des Éditions Hurtubise HMH, Ltée et président de la Société des éditeurs de manuels scolaires du Québec, et Jacki Dallaire, directeur des Presses univer-

sitaires de l'Université du Québec.

Le but de la mission était d'enquêter sur la possibilité de vendre des livres didactiques et de créer des ouvrages pour six lycées techniques qui sont construits au Cameroun par une firme canadienne. Cette mission exploratoire fut accueillie chaleureusement par les Camerounais. MM. Dallaire et Foulon ont rencontré leurs homologues camerounais dans le domaine de l'édition, ainsi que les libraires et représentants officiels du gouvernement camerounais. ■

Femmes, épargne et crédit au Sahel : des bases pour un autodéveloppement

Femmes, épargne et crédit au Sahel : des bases pour un autodéveloppement; Suzanne Dumouchel et Nancy Thede, pour le projet Solidarité Canada-Sahel, a/s AQOCI, 4025, rue Saint-Denis, bureau 240, Montréal (Québec) Canada H2J 2K9. ■

Commerce et finance dans le monde

À l'heure de l'Uruguay Round : les négociations commerciales multilatérales; document de synthèse de l'Institut Nord-Sud, 55, rue Murray, bureau 200, Ottawa (Ontario) Canada K1N 5M3. ■

Affaires et commerce dans le monde

Le commerce de contrepartie : ses raisons d'être, son importance, ses formes et l'attitude des divers intervenants; Alain Lepine et Fernand Amesse; les cahiers du Centre d'études en administration internationale, École des Hautes Études Commerciales, 5255, avenue Decelles, Montréal (Québec) Canada H3T 1V6; 1987; ISSN : 0825-5822; 64 pages. ■

L'Encyclopédie canadienne

La deuxième édition de l'Encyclopédie canadienne, de Hurtig Publishers, est sortie des presses à l'été 1988 avec un quatrième volume (et 650 nouvelles pages).

Plus de 90 % des sujets traités ont été mis à jour et plusieurs nouvelles sections ont fait leur apparition (les accords du lac Meech, le libre-échange, etc.). Il y a près de 30 % de nouvelles illustrations. Les principales faiblesses de la première édition parue en 1985 ont disparu et une superbe table des matières donne un accès facile à tous les sujets traités. ■

L'Association pour l'exportation du livre canadien (AELC)

L'AELC a été fondée en 1972 pour aider les éditeurs canadiens à exporter leurs livres. Financée par le ministère des Communications, l'Association administre pour ce ministère les deux programmes suivants : l'Aide à la commercialisation des droits à l'étranger et l'Aide à l'exportation. De plus, l'AELC organise des séminaires pour les éditeurs, pour les missions et pour les études de marché. ■



Le vieux Montréal