

**REVUE DE LA**

**CHAMBRE DE COMMERCE**

# **FRANÇAISE**

**AU CANADA**



**PRINTEMPS**

**1959**

**No 551**



Le soudage comme méthode de fabrication, tirant profit des recherches scientifiques et des inventions récentes, joue un rôle toujours plus important dans la conception de nouveaux produits en métal.

Il existe aujourd'hui des techniques, des procédés et des matériaux de soudage qui permettent la fabrication plus rapide et plus économique de produits en métal ferreux et non-ferreux. Déjà plusieurs industries importantes fabriquent très avantageusement des produits pour lesquels on avait prévu le soudage automatique ou semi-automatique comme méthode de fabrication.

Ne serait-il pas sage d'examiner votre propre situation afin de profiter, vous aussi, de ces méthodes si efficaces et si économiques ?

Avez-vous besoin de renseignements techniques en ce qui concerne ces procédés et leur application concrète ? N'hésitez pas à nous consulter — nos ingénieurs sont là pour vous servir.

**Canadian LIQUID AIR Company**  
LIMITED

ST. JOHN'S, SYDNEY, HALIFAX, MONCTON, SAINT JOHN, BATHURST, QUEBEC, SOREL, MONTREAL, OTTAWA, CORNWALL, BROCKVILLE, TORONTO, HAMILTON, NIAGARA FALLS, WATERLOO, BRANTFORD, LONDON, SARNIA, CHATHAM, WINDSOR, SUDBURY, COPPER CLIFF, ELLIOT LAKE, PORT ARTHUR, WINNIPEG, REGINA, SASKATOON, EDMONTON, CALGARY, RED DEER, MEDICINE HAT, CRANBROOK, VANCOUVER, VICTORIA, KITIMAT, DAWSON CREEK.

# REVUE

## DE LA

# CHAMBRE DE COMMERCE FRANÇAISE

## AU CANADA

Printemps 1959, No 551

La conjoncture au Canada .....	André Dambrine	3
Notre assemblée générale .....		5
La libération des échanges .....		5
Le succès des automobiles européennes en Amérique du Nord .....	Roger Le Bouëdec	7
Les dollars cachés dans la balance des comptes .....	Robert Hollier	9
Invest in France .....		12
Les persuadeurs clandestins .....	Louis Collard	13
Le budget canadien .....	Henry Mhun	15
La Bourse canadienne .....		17
La vente des biens d'équipement français au Canada .....		19
La convertibilité du franc .....		21
In Memoriam: M. Georges Vinant .....		22
La voie maritime du Saint-Laurent .....		23
Nos nouveaux membres .....		26
Liste de nos membres .....		27

---

**CHAMBRE DE COMMERCE  
FRANÇAISE AU CANADA**

429, Avenue Viger  
Montréal, Qué.

Tél.: VICTOR 2-9420

Adr. tél.: Gallia Montréal

*Bureau de Paris:*

31, Avenue Pierre Ier de Serbie (16e)

Tél.: Kleber 68-50

La Revue est publiée chaque trimestre par la  
Chambre de Commerce Française au Canada.

Prix: 25 cents le numéro.

*Autorisé comme envoi postal de deuxième classe par  
le ministère des Postes.*

Imprimé par Allied Press Inc.  
7055, rue Alexandra, Montréal, Qué.

**Couverture:**

Entrée, dans le port de Montréal, de la voie maritime  
du Saint-Laurent.



la plus importante  
production de tracteurs  
et de moissonneuses-batteuses  
automotrices au service  
de l'agriculture française

**MASSEY-FERGUSON**



**POULENC**  
LIMITÉE

*spécialités thérapeutiques de choix*

8580 Esplanade

Montréal



*Le trait d'union entre la France et le Canada*

**BANQUE CANADIENNE NATIONALE (France)**

37, RUE CAUMARTIN, PARIS

**BANQUE CANADIENNE NATIONALE**  
*Fondée en 1874*

CAPITAL VERSE .....	\$ 7.000.000
RESERVE .....	\$ 22.000.000
ACTIF, PLUS DE .....	\$730.000.000

PLACE D'ARMES, MONTREAL

590 Bureaux au Canada — 90 Succursales à Montréal



# La Conjoncture au Canada

par André DAMBRINE

*Né en 1922, M. Dambrine a obtenu de l'Université de Paris les licences en Droit et ès-Lettres, le diplôme de l'École des Sciences Politiques, et les diplômes d'Etudes Supérieures de Doctorat, Droit Public et Economie Politique.*

*Il a poursuivi ses études économiques aux Universités d'Oxford en Angleterre, ainsi que Columbia aux Etats-Unis comme Fellow de la Fondation Rockefeller, et publié plusieurs articles sur la législation américaine des sociétés. Avant d'entrer au Crédit Foncier Franco-Canadien en 1954, dont il est le trésorier, M. Dambrine a travaillé à la Chambre de Commerce Internationale, au Département des Statistiques des Nations Unies et au Département des Etudes Financières du Crédit Lyonnais.*



Dès le printemps de 1958, le ralentissement des affaires survenu l'automne précédent en Amérique du Nord a cédé le pas à un relèvement de l'activité. Depuis lors, et surtout ces derniers mois, les indices favorables se sont multipliés. Si, pour l'emploi, les exportations, les investissements industriels, la reprise est lente ou sujette à des retards, dans les autres domaines le redressement est acquis et dans une large mesure la confiance est revenue.

Aux Etats-Unis, la baisse de 13 % de la production industrielle enregistrée durant la récession est entièrement regagnée. Les stocks se reconstituent, les importations augmentent, les profits sont à la hausse. Seules, les exportations sont encore stationnaires. La production nationale brute en 1959, d'après les estimations officielles, s'élèverait à 473 milliards de dollars, contre 438 milliards l'an dernier, une augmentation de 8 %. Les investissements en usines et en outillage, après une baisse de 37 milliards de dollars en 1957 à 30,5 milliards en 1958, seraient de 31,8 milliards en 1959.

Au Canada, la perte de production industrielle subie lors de la récession est maintenant regagnée dans la proportion de 80 à 90 %. Pour 1959, la production nationale brute est estimée à 34,5 milliards de dollars, contre 32,2 en 1958, une augmentation de 7 %.

Le nombre de chômeurs en février dernier était de 537.000, ou 8,8 % de la main-d'œuvre disponible, au lieu de 563.000 en février et 597.000 en mars 1958, soit 9,4 % et 10 %. Cet hiver, le point culminant du chômage a été atteint en janvier, et non en février ou mars comme les années précédentes.

Les bénéfices des sociétés en 1958 sont estimés à 1 milliard 595 millions de dollars, après impôts, une diminution de 5,5 % et de 13,6 %, respectivement, par rapport aux profits réalisés en 1957 et en 1956. Toutefois, pendant le troisième trimestre de 1958, les bénéfices ont excédé légèrement le montant pour le même trimestre de 1957 et, durant le quatrième trimestre, de 6 % le chiffre correspondant de 1957.

Sur le marché des actions, à New York, le 28 avril 1958, l'indice des industrielles Dow-Jones a atteint en clôture 629, contre 455 le 28 avril 1957, soit un niveau supérieur de 38 %; à Toronto, l'indice des industrielles 531, au lieu de 422 le 28 avril 1957, une hausse de 26 %. Parallèlement, le rendement moyen sur 114 actions de sociétés canadiennes cotées à Toronto était de 4,01 % le 20 avril dernier, contre 5,04 % le 20 avril 1957.

\* \* \*

Au Canada, l'an dernier, deux facteurs principaux ont contribué à relancer l'économie: d'une part, l'augmentation

des dépenses de l'Etat, en particulier dans le domaine de la construction; d'autre part, le niveau élevé de la demande de biens de consommation et de services. De ces secteurs, la reprise s'est propagée ou commence à s'étendre aux stocks des entreprises, aux produits manufacturés, aux industries de base.

Le Gouvernement, de l'automne 1957 au printemps 1959, a ouvert des crédits de 1 milliard de dollars pour des prêts directs à la construction résidentielle. Grâce à son aide, les dépenses en nouveaux logements, écoles, hôpitaux, édifices publics, sont passées de 2,9 milliards de dollars en 1957 à 3,6 milliards en 1958. Elles atteindraient 3,7 milliards en 1959.

La demande de biens de consommation et de services, en hausse de 19,8 milliards de dollars en 1957 à 20,7 milliards en 1958, soit 4,8 %, serait plus élevée encore en 1959. Les ventes des grands magasins pour le premier trimestre de 1959 ont représenté 280 millions de dollars, contre 260 millions et 250 millions pour les premiers trimestres de 1958 et de 1957, respectivement. Les stocks, après une réduction de 300 millions en 1958, augmenteraient de 400 millions en 1959.

L'industrie automobile, durant le premier trimestre de 1959, a produit 113.000 véhicules, au lieu de 99.000 pour les trois premiers mois de 1958, un accroissement de 14,9 %. Toutefois, la production est encore inférieure de 10,2 % à celle du premier trimestre de 1957 et de 14,1 % au chiffre atteint pendant la même période de 1956. La concurrence des voitures étrangères se fait sentir au Canada, comme aux Etats-Unis, où la cadence annuelle de leurs ventes, de 30.000 véhicules il y a cinq ans, est à présent de 375.000.

Les aciéries canadiennes fonctionnent à 93 % de leur capacité. Pour les deux premiers mois de 1958 à 1959, leur consommation de minerai de fer s'est élevée de 802.500 tonnes à 965.300, une augmentation de 20,3 %. Sur ces tonnages, la part du minerai canadien est passée de 240.000 tonnes à 380.000, un accroissement de près de 60 %.

\* \* \*

La valeur des exportations, de 4,9 milliards de dollars en 1958, de même qu'en 1957, a représenté 15,3 % de la production nationale brute, contre 15,7 % en 1957 et 16,2 % en 1956 et 1955. Pour les deux premiers mois de 1959, les exportations ont été de 660 millions de dollars, contre 700 millions en janvier-février 1958, soit une baisse de 5,7 %. Toutefois, de mars 1958 à mars 1959 elles ont augmenté de 2 %.

L'industrie du papier journal fournit la plus grosse part, environ 14 %, des exportations. De 1957 à 1958, la valeur des exportations de ce papier a fléchi de 3,5 % et, du premier trimestre de 1958 au premier trimestre de 1959, de

3,3 %. Etant donné l'importante diminution des stocks l'an dernier aux Etats-Unis, on peut, pour cette année, espérer un relèvement de la demande américaine de papier canadien.

Dans le secteur des matières premières, de janvier-février 1958 à janvier-février 1959, les exportations ont augmenté pour le minerai de fer de 118 %, l'uranium de 46 %, l'amiante de 35 %, la pâte à papier de 31 % et le bois de charpente de 5 %. Par contre, la valeur des exportations de nickel, de cuivre et d'aluminium a diminué de 45, 42 et 22,5 %, respectivement, cependant que les exportations de plomb et de zinc fléchissaient de 10 %.

Les exportations de nickel, cuivre, aluminium, plomb et zinc, de 660 millions de dollars en 1958, correspondent à 13,4 % du total des exportations, contre 15 % en 1957 et 29,7 % en 1956. Leur valeur représente 46 % du montant de 1.444 millions de dollars exporté en 1956. Le fléchissement résulte en partie de baisses de prix, mais il est dû principalement à des diminutions de volume. L'activité réduite dans ces industries, qui pour la plupart utilisent une main-d'œuvre importante, contribue au sous-emploi.

L'extraction de pétrole a été de 168 millions de barils en 1958, contre 184 millions en 1957, soit une diminution de 12 % consécutive à une baisse des exportations. La production de gaz naturel, grâce aux exportations, est passée de 220 milliards de pieds cubes en 1957 à 338 milliards en 1958, un accroissement de 53,6 %. Pour 1959, l'extraction de pétrole rejoindrait le sommet atteint en 1957. La demande de produits raffinés augmenterait de 5 %. Les perspectives pour le gaz demeurent favorables.

\* \* \*

Les prévisions d'investissements, de plus de 8,3 milliards de dollars pour 1959, contre 8,4 milliards en 1958, corres-

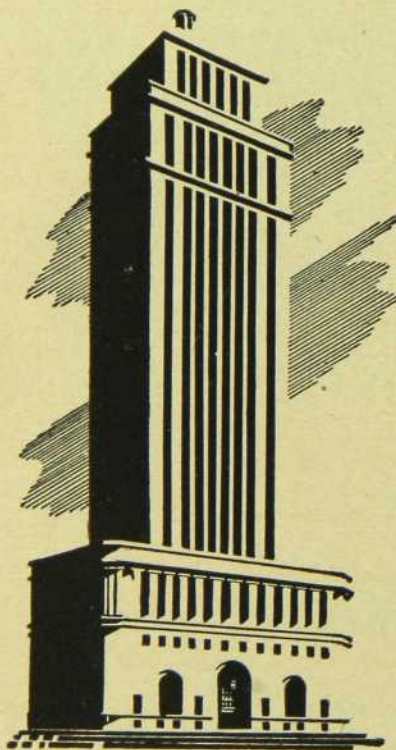
pondent à 24,1 %, contre 26,1 %, de la production globale. En 1957, leur total de 8,7 milliards de dollars a représenté 27,7 % de la production.

En dehors de la tendance récente et encore actuelle vers un volume élevé d'investissements sociaux, on prévoit, pour les dépenses d'équipement industriel une diminution de 40 millions de dollars, contre une baisse de 400 millions de 1957 à 1958. Dans cette catégorie, un surplus d'achats d'outillage serait plus que compensé par une diminution de la construction d'usines.

Dans l'industrie de l'acier, la Steel Company of Canada, après avoir complété l'an dernier un programme d'expansion de 70 millions de dollars, se prépare à augmenter de 25 %, au coût de 80 millions de dollars, sa capacité de production. Par contre, dans les secteurs d'exportation, comme celui des métaux non ferreux, ou l'industrie du papier journal qui fonctionne à 79 % de sa capacité, les mises de fonds seraient inférieures à celles de l'an dernier.

Pour les services publics on prévoit une diminution de 2.131 millions de dollars à 1.844 millions, soit 13,5 %, en raison de l'achèvement de la voie maritime du Saint-Laurent et du pipe-line transcanadien. La mise en service de ce pipe-line en octobre dernier apporte à l'industrie du gaz naturel la base de stabilité d'un marché intérieur élargi et en expansion.

L'ouverture de la voie maritime du Saint-Laurent aux navires de moins de 10.000 tonnes venant de ports tels que Liverpool, Hambourg, Le Havre, signifie que Cleveland est soudain plus proche que Baltimore; Chicago, Milwaukee, Détroit, Duluth, aussi près de l'Europe que Miami et la Nouvelle Orléans. Aux exportateurs et industriels américains et canadiens, la nouvelle voie offre 8.300 milles de côtes accessibles aux navires de haute mer — une bande plus longue que tout le littoral atlantique des Etats-Unis.



Siège Social — Montréal

*L'UNE DES PLUS GRANDES  
BANQUES DU MONDE, ELLE  
GRANDIT AVEC LE CANADA*

## **LA BANQUE ROYALE DU CANADA**

PLUS DE 940 SUCCURSALES AU CANADA ET A L'ETRANGER

ACTIF: PLUS DE \$4,000,000,000

# NOTRE ASSEMBLEE GENERALE

A notre assemblée générale annuelle, tenue le 26 février dernier à l'hôtel Ritz-Carlton, le président sortant, M. Jean Contat, a prononcé une allocution dont nous publions les passages suivants:

Nous sommes réunis ce matin pour notre assemblée annuelle, au cours de laquelle vous élirez votre conseil d'administration pour le prochain exercice, vous entendrez le rapport du président ainsi que celui du trésorier.

Mais je voudrais tout d'abord exprimer ce que chacun de nous ressent en ce moment, la pensée qui nous préoccupe tous, et qui nous attriste à cette réunion où l'un de nos meilleurs animateurs devrait être mais n'est plus. Le vide laissé par la mort soudaine de notre ami et ancien président Georges Vinant n'est pas près d'être comblé, non seulement à la Chambre de Commerce, qui est en deuil, mais dans la colonie française de Montréal. M. Lechartier évoquera tout à l'heure, à l'issue de notre déjeuner, la place de premier plan que tenait Georges Vinant dans nos activités et lui rendra hommage. Nous avons perdu quatre autres membres depuis un an: Armand Bornstein, imprimeur de notre revue, dont le dévouement et le sens de l'humain étaient trop peu connus; le Dr Welcker, mort accidentellement; Henry Laureys, un de nos plus anciens membres et des plus distingués et, enfin, Louis Lange, qui s'est beaucoup dépensé pour faire connaître la peinture et les peintres français au Canada.

Voyons maintenant brièvement, Messieurs, l'activité de notre Chambre en 1958. Comme vous le savez, nos nouveaux statuts ont été mis en vigueur l'année dernière, et à l'assemblée spéciale du 25 juin dernier, nous avons eu pour la première fois l'honneur et le plaisir d'accueillir nos amis canadiens à notre conseil d'administration. La modification de nos statuts, en plaçant sur un pied d'égalité Français et Canadiens, nous a permis d'étendre notre recrutement. Notre Chambre compte donc une trentaine de nouveaux membres, et parmi eux figurent quelques-unes des personnalités les plus en vue dans le monde des affaires au Canada. Nous nous en réjouissons et sommes flattés de ce succès. Mais cela ne signifie pas pour autant que notre effort de recrutement doive s'arrêter là. Bien au contraire. Il convient de le poursuivre, de l'accroître même, et c'est le travail non seulement du conseil, mais de tous nos membres. Si nous voulons, grâce au concours de nos collègues canadiens, développer nos activités, il nous faut grossir

nos rangs. Je tiens à préciser que nos comités de travail comprennent un comité de recrutement formé actuellement de MM. Lechartier, Dupuis et Roy.

Sur le plan des contacts, des relations, je désire rappeler que nous avons organisé depuis l'automne plusieurs réunions et déjeuners, certains avec un succès tout particulier. En septembre, nous avons reçu un groupe de hauts fonctionnaires et de techniciens français qui assistaient à Montréal à la Conférence mondiale de l'Energie. L'ambassadeur de France au Canada, S.E. M. Francis Lacoste, nous a fait l'honneur de sa présence. En octobre et en décembre, nous avons offert un déjeuner en l'honneur de notre nouveau consul général, M. de Sainte-Suzanne, et de M. Blanchenay, directeur de la Société générale de New York.

Nous avons publié trois bulletins en 1958, l'édition du mois d'août ayant été temporairement supprimée. Notre secrétariat a continué de fournir un effort considérable, puisque 1.369 lettres ont été enregistrées à l'arrivée et 1.590 au départ. Qu'on me permette ici de remercier Mme Quedrué pour son travail, et de souhaiter la plus amicale bienvenue à M. de Roussy de Sales, qui assume depuis peu le poste de secrétaire général de la Chambre. Je ne voudrais pas non plus passer sous silence le travail de M. Jacques Lejeune qui, à notre bureau de Paris, assure la liaison entre notre siège montréalais et nos membres de France.

On trouvera à la fin de cette revue la composition de notre nouveau conseil d'administration.

A l'issue de l'assemblée eut lieu une séance de travail présidée par M. Raymond Dupuis, vice-président, au cours de laquelle MM. Vibien et Dangeart, conseillers commerciaux, donnèrent des précisions sur le sens et la portée des importantes mesures financières et commerciales prises par le gouvernement français à la fin de 1958. Nos lecteurs trouveront ci-après quelques précisions à ce sujet.

Ces délibérations furent suivies d'un déjeuner présidé par notre nouveau président, M. Bernard Lechartier, et d'un exposé de M. Raymond Treuil, conseiller commercial, sur la situation économique française.

## La libération des échanges

*A la fin de décembre dernier, le gouvernement français a décidé de libérer les importations françaises. Pour les marchandises en provenance des pays de l'O.E.C.E., la libération a été portée à 90 %, et pour les produits provenant de la zone dollar — du Canada, en particulier — le taux a été fixé à 56 %, basé sur les importations de 1953. A propos de cette dernière mesure, M. R. Vibien, conseiller commercial, a donné les précisions suivantes au cours de la séance de travail qui a suivi notre assemblée annuelle du 26 février.*

Je citerai parmi les produits canadiens libérés ceux qui font l'objet ou qui faisaient l'objet autrefois d'un courant d'affaires régulier avec la France: amiante, cuivre, pâte à papier, conserves de poisson, certains produits chimiques de base, livres en langue française, machines, agricoles, etc.

Mais dans l'immédiat, il n'y aura pas de grands changements par suite de cette libération, et voici pourquoi:

1) La France accordait déjà libéralement des licences d'importation pour la plupart des produits canadiens qu'elle désirait acheter. Ces produits, en effet, étaient surtout des matières premières

destinées à l'approvisionnement de notre industrie, telles que : caoutchouc synthétique, minerai de cuivre et de fer, amiante, pâte à papier, bois, etc. La délivrance de ces licences était conditionnée par nos besoins et nos disponibilités en dollars;

2) Des contrats à long terme ont été conclus pour certaines marchandises telles que les minerais, l'amiante, de telle sorte que la libération des échanges ne se fera pas sentir pour les produits en cause avant plusieurs mois ou même une année.

Cependant, de nouvelles et fructueuses perspectives d'exportation du Canada vers la France se dessinent pour l'avenir et même, dans certains cas, pour l'avenir immédiat. J'ai fait procéder à une enquête sur la question et je vais vous en communiquer les résultats dans leurs grandes lignes.

**LIVRES.** — Le livre canadien de langue française va pouvoir trouver des lecteurs en France, ce qui était pratiquement impossible jusqu'à ces derniers temps du fait que les maisons d'édition françaises répugnaient à remplir les formalités administratives d'usage pour obtenir une licence d'importation difficilement accordée. La nouvelle de la libération des échanges a réjoui les éditeurs canadiens, qui voient ainsi s'ouvrir à leur production non pas un vaste marché, mais du moins un débouché chez leurs confrères parisiens qui les approvisionnaient largement en ouvrages français de toute sorte sans qu'il y eût réciprocité. Désormais, les échanges littéraires ne seront plus à sens unique, et il en résulte une grande satisfaction morale chez les éditeurs canadiens qui éprouvaient un certain malaise dans leurs rapports avec leurs confrères de France, du fait qu'ils achetaient, mais ne vendaient rien.

**PELLETIERIES.** — Les fourrures canadiennes, très appréciées en France, y pénétraient par des pays tiers grâce à l'inscription de contingents dans les accords commerciaux négociés avec ces pays. C'est ainsi que certaines grandes maisons françaises, telles que Revillon, qui avaient autrefois plusieurs comptoirs au Canada, étaient obligées d'acheter des fourrures canadiennes, et notamment

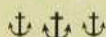
le vison, à Londres, Anvers ou Zurich. Les nouvelles mesures de libération vont permettre une reprise de nos achats directs au Canada.

**AMIANTE.** — La France a toujours été un acheteur plus ou moins important de ce produit canadien, qui est traité plus particulièrement sur la place de New York. C'est ainsi qu'en 1957 nous avons acheté au Canada 42.000 tonnes d'amiante, représentant 7 millions de dollars. L'année dernière, nos achats ont sensiblement diminué, atteignant 26.000 tonnes, représentant une valeur de 4,5 millions de dollars. La raison de cette diminution est la concurrence russe qui a pratiqué des prix très bas et a ainsi enlevé des commandes chez nous. Mais il semble que ces fournitures russes sont plutôt des "coups de fusil" sans lendemain, comme cela a été le cas pour l'aluminium russe vendu l'année dernière en Grande-Bretagne. Les livraisons russes, en effet, ont fait l'objet de critiques du fait que les échéances n'étaient pas respectées, les qualités différentes et les tonnages inférieurs aux engagements. Les producteurs canadiens d'amiante espèrent donc retrouver leur clientèle française à la faveur de ces déboires.

**MINERAI DE FER.** — Je viens de relever dans la presse canadienne une déclaration du conseiller commercial canadien à Paris qui laissait espérer des achats français en minerai de fer canadien de haute teneur. Bien que la France soit un gros producteur de minerai de fer, ayant extrait de son sol près de 60 millions de tonnes en 1958, soit un cinquième de la production mondiale, elle importe, bon an mal an, du minerai de fer de haute teneur pour le mélanger au minerai français, qui ne contient en général que 35 % de fer. C'est ainsi qu'en 1957 nous avons acheté au Canada 132.000 tonnes, sur un total de 1 million de tonnes importées durant l'année en question. Le développement de l'industrie sidérurgique française, dont la production doit atteindre 18 millions de tonnes d'acier en 1961 (construction de deux nouvelles usines sidérurgiques à Dunkerque et à Bône, en Algérie), favorisera les ventes canadiennes de minerai de fer sur le marché français.

*Atmosphère française, cuisine française, de vraies vacances en France ...*

## A BORD DES PAQUEBOTS FRANÇAIS



Prochains départs de New York:

Flandre	7 mai	Liberté	17 juin
Liberté	13 mai	Flandre	20 juin
Flandre	25 mai	Liberté	3 juillet
Liberté	29 mai	Flandre	8 juillet

A partir de **\$205.-**

Consultez votre agent de voyage agréé ou

**COMPAGNIE GENERALE TRANSATLANTIQUE**

*French Line*

1255 Carré Phillips, Montréal, Qué.

735 Wall Street, Winnipeg, Man.

6 Adelaide St. East, Toronto, Ont.

966 West Hastings, Vancouver, B.C.

71-73 Upper Water Street, Halifax, N.S.

# Le succès des automobiles européennes en Amérique du Nord

par Roger Le Bouëdec

Depuis 1958, les grands constructeurs d'automobiles nord-américains s'interrogent sur l'opportunité de produire en série des petites voitures, ou du moins des modèles plus compacts que ceux existants. Il semble bien d'ailleurs que la décision est prise et que, avant la fin de cette année, nous saurons enfin de quoi nous sommes menacés.

Pourquoi ce revirement dans la tendance de cette industrie qui, jusqu'ici, n'a su concevoir que toujours plus grand, plus puissant et plus luxueux? Depuis que le populaire modèle T de Ford a été abandonné pour le modèle A, plus grand et plus compliqué, Détroit s'est trouvé dans la situation de l'apprenti sorcier.

Il a fallu une violente opposition du public et l'introduction de ces petites voitures importées (qui faisaient sourire au début) pour arrêter cette course à la surpuissance et révolutionner le marché de l'automobile en Amérique du Nord.

## Historique

Détroit n'a commencé à s'inquiéter du succès des petites voitures qu'après 1957, alors que, en fait, leur introduction en Amérique du Nord remonte à la fin de la deuxième guerre mondiale.

En 1950, le nombre des voitures importées au Canada s'est élevé à 60.000, soit à un niveau à peu près équivalent à celui de 1958. Entre ces dates, il y a d'abord eu une chute verticale des importations, puis une remontée progressive. La pénétration du marché américain et du marché canadien par ces premières voitures importées n'était pas causée par un engouement du public, mais était plus simplement due à la reconversion des usines automobiles américaines, qui imposait des délais de livraison très importants. C'était l'époque — dont on se souvient sans doute — des "new used cars", qui se vendaient en plein air à des tarifs très supérieurs à ceux suggérés par les constructeurs. Ces temps-là ont bien changé et l'acheteur a maintenant sa revanche.

L'industrie de l'Europe occidentale était alors en pleine reconstruction. Les modèles importés entre 1946 et 1950 furent surtout anglais, et leurs distributeurs ne purent pas alors, ou ne voulurent pas, installer un réseau convenable d'après-vente.

Le public américain et canadien s'est détourné normalement de ces petites voitures peu adaptées à leur climat et dont le service était souvent presque inexistant en dehors des grandes agglomérations. Il en est resté une certaine méfiance de ceux qui ont cru — trop tôt — aux petites voitures.

Depuis 1953, l'industrie de l'Europe occidentale a cherché pour ses petites voitures des débouchés sur les marchés extérieurs et s'est tournée — après de longues hésitations — vers l'Amérique. Le défi était de taille. C'était un peu comme si les producteurs de champagne et de vins californiens ou australiens avaient voulu envahir le marché français.

*Entré à l'École de l'Air en 1935, M. Roger Le Bouëdec en sortit titulaire d'un diplôme en aéronautique en 1937; il obtint par la suite son brevet de pilote — non seulement pour la France mais aussi pour les Etats-Unis — ainsi qu'un brevet de parachutiste. Commandant d'escadrille durant la seconde guerre mondiale, il siégea ensuite à l'Assemblée Nationale en qualité d'expert militaire de l'armée de l'air. Dégagé des cadres sur sa demande, M. Le Bouëdec est entré à la Régie Nationale des Usines Renault en 1951; après avoir été directeur de la filiale Renault en Côte d'Ivoire, il est aujourd'hui vice-président et directeur général des Automobiles Renault Canada Ltée, à Montréal. M. Le Bouëdec est décoré de la Légion d'Honneur et de la Croix de Guerre.*



M. LE BOUEDEC

Pourtant, le succès fut au-delà des espérances. Au Canada, Volkswagen, par exemple, s'installe en 1952 et vend 41 voitures. En 1956, ce chiffre est déjà passé à 13.500. Il atteint 21.600 en 1957 et 25.000 en 1958. Aux Etats-Unis, les ventes de voitures importées passent de 15.000 en 1948 à 32.000 en 1954. Elles n'ont donc que doublé en sept ans, alors que, par la suite, elles augmentent pratiquement de 100 % chaque année: 58.000 en 1955, 99.000 en 1956, 207.000 en 1957 et 380.000 en 1958. Au Canada, les ventes de véhicules importés ont augmenté parallèlement: 20.000 en 1954, 36.000 en 1956, 50.000 en 1957 et 75.000 en 1958. Les ventes des voitures importées en 1958 représentent environ 10 % du marché américain et 20 % du marché canadien. On estime que les importations de petites voitures dépasseront le chiffre de 400.000 aux Etats-Unis et de 100.000 au Canada. Aujourd'hui, ces marchés attirent les producteurs d'automobiles du monde entier: les Japonais introduisent leurs Topoyets et leurs Datsuns, les Russes même, tout dernièrement, leurs Moscovites. La Tchécoslovaquie, la Suède et l'Italie arrivent derrière les principaux importateurs: l'Allemagne, la France et l'Angleterre.

## Les raisons de ce succès

Comment peut-on expliquer le succès si rapide des petites voitures? On ne peut se contenter de dire que le public boude les derniers modèles sortis des planches à dessin de Détroit. Il existe en fait quelque chose de plus positif que du simple dépit. Il s'agit d'un changement radical des goûts du public.

Pendant longtemps, le public nord-américain a regardé l'acheteur d'une petite voiture européenne comme un être étrange, aimant le sport ou l'originalité. Ces voitures étaient d'ailleurs surtout représentées par des voitures dites de sport, à deux places et décapotables.

A partir de 1954, la clientèle américaine et canadienne a commencé à faire entendre ses critiques: on a reproché aux voitures américaines d'être trop coûteuses, et pourtant les modèles de luxe se vendent en fait mieux que les voitures les plus simples, ce qui paraît assez paradoxal. On leur a reproché aussi leur style. Mais, répondait Détroit, la mécanique restant à peu près la même, il fallait pourtant bien changer le style pour vendre. En fait, Canadiens et Américains réalisent que la voiture nord-américaine tient aujourd'hui une place disproportionnée dans un budget moyen. En effet, sans parler de l'investissement initial et du coût de l'entretien, elle perd de 100 à 200 dollars par mois de dépréciation pendant la première année. Pour mieux équilibrer son budget, l'Amérique du Nord se tourne donc naturellement vers un mode de transport plus raisonnable et déjà adopté par l'Europe. M. Herbert Brean note très justement dans *Life*: "L'automobiliste a réalisé qu'il pouvait utiliser son budget d'une autre façon: dépenser 1.800 dollars pour une Renault au lieu de 3.600 dollars pour une grosse voiture permet de posséder une piscine ou un bateau, de faire un voyage en Europe ou même d'acheter une deuxième Dauphine: nouvelles manières de faire preuve de succès personnel". Ce n'est pas nous, "Renault", qui le disons.

#### Les problèmes actuels

Le succès des petites voitures européennes en Amérique du Nord pendant les cinq dernières années et le goût du public pour ce mode de transport permettent d'être assez optimiste pour l'avenir. On estime qu'en 1960 les importations de voitures couvriront 25 % des besoins canadiens. Certains, comme M. Ronney, président de l'American Motors, vont jusqu'à dire qu'en 1970 une voiture sur deux sera du genre économique. Sans être aussi optimiste, on peut affirmer que le marché potentiel de la petite voiture en Amérique du Nord pourrait se situer d'une manière permanente aux environs de 15 % de la production totale nord-américaine.

On comprend que le demi-million de voitures européennes vendues en 1959 inquiète les "trois grands". D'où leur décision de fabriquer des modèles compacts. Mais cette décision ne va pas sans problèmes. Les énormes investissements nécessaires risquent de ne pas être rentables pour

un marché de 500.000 unités que se partageront cinq grandes catégories de constructeurs: les trois grands, les indépendants et les Européens. Les trois grands abordent donc ce marché restreint avec prudence, sinon avec crainte.

Que pensent les importateurs européens de l'entrée en compétition des firmes américaines? Jusqu'à présent, il semble que les modèles compacts annoncés par General Motors, Ford et Chrysler ne concurrenceront les petits modèles européens ni par leurs caractéristiques mécaniques, ni par leur consommation, ni par leur prix. En effet, les prix annoncés par les trois grands s'échelonnent entre 2.200 et 2.600 dollars. Il faut 160 heures de travail pour assembler une automobile, qu'elle soit petite ou grande. Or, le salaire horaire moyen dans l'industrie automobile est de 2,50 dollars à Détroit, alors qu'il n'est que de 60 cents en Europe.

L'importation massive des automobiles européennes inquiète non seulement Détroit, mais aussi les syndicats. M. Rhys Sale, gérant de Ford Canada, a déclaré que "chaque véhicule importé est une perte de 200 heures de travail pour l'ouvrier canadien, et que 10 automobiles européennes vendues au Canada mettent un Canadien au chômage". Les importateurs européens seraient-ils donc responsables du chômage de 10.000 Canadiens à cause des quelque 100.000 petites voitures qui seront importées en 1959? Cette prise de position n'est pas défendable. Il ne faut pas oublier en effet la position créditrice du Canada vis-à-vis des pays européens, principaux exportateurs de voitures automobiles. Réalise-t-on assez, comme l'a dit M. Jack Dale, du *Star Magazine*, que "l'achat pour le Canada de 25.000 Volkswagen en 1958 ne paie que 50 % du blé canadien acheté par l'Allemagne occidentale".

La France achète presque deux fois plus qu'elle ne vend au Canada et il faut vendre pour pouvoir acheter. Les petites voitures, fruits d'une longue expérience en Europe, deviennent la monnaie d'échange entre l'Ancien et le Nouveau Monde. Il est de notre intérêt à tous de multiplier les échanges. Le public américain et canadien ne pourra que bénéficier de la concurrence encore plus forte qui va se faire sentir sur le marché en 1960.

Les importateurs européens, eux, envisagent l'avenir sans crainte, mais avec réalisme. Ils sont conscients que le succès foudroyant des années passées se stabilisera. Pour eux, aujourd'hui, la tâche la plus importante — je dirais vitale — est d'assurer un service toujours meilleur, à travers le continent, d'un océan à l'autre, car c'est certainement là le meilleur moyen d'assurer la permanence de notre aventure nord-américaine.



## THE INTERCONTINENTAL CORPORATION OF CANADA

Membres de la Chambre d'Immeuble de Montréal

AGENCE IMMOBILIERE

ACHATS, VENTES, EXPERTISES, EVALUATIONS, HYPOTHEQUES, GESTION, PARTICIPATIONS  
ET TOUTES OPERATIONS IMMOBILIERES

Suite 101 — 4920, Western Avenue  
Westmount, Montréal 6, P.Q.

Téléphone: Hunter 8-2163  
Cables: Continent-Montréal

Correspondants à PARIS, GENEVE, BRUXELLES

# Les dollars cachés dans la balance des comptes

par Robert HOLLIER

Des centaines de millions de dollars dépensés en Amérique du Nord par les touristes canadiens c'est intéressant, certes. Mais 133 millions de dollars canadiens dépensés en 1958 dans les pays situés au-delà de l'océan, dont la plus grande partie, naturellement, soit 82 % environ, en Europe occidentale, voilà un chiffre qui mérite considération.

C'est le Dominion Bureau of Statistics, International Trade Division, dans sa publication annuelle sur les échanges de voyageurs, qui nous confirme ainsi ce que d'autres renseignements en provenance de Paris laissaient déjà apparaître.

La presse canadienne a d'ailleurs signalé le mois dernier l'augmentation du nombre des touristes canadiens en France, augmentation d'autant plus sensible qu'ils viennent en tête de la liste des quelques pays dont les courants touristiques vers la France se sont accrus l'an dernier comme les années précédentes.

Si l'on mesure le chemin parcouru, l'on constate que l'apport des Canadiens en devises à l'Europe, et en particulier à la France, s'est multiplié par six en dix ans, s'est doublé en cinq ans, ce qui correspond à une progression cumulative régulière de 15 % tous les ans.

Sur les 122 millions de dollars dépensés en Europe en 1957, les 133 millions dépensés en 1958, combien sont allés à la France? Il est malheureusement impossible de se référer à des données statistiques valables, nous verrons tout à l'heure pourquoi. Des estimations de sources diverses, des recoupements multipliés peuvent seuls permettre de se faire une idée. L'on connaît le nombre des visiteurs canadiens en France, provenant de trois sources, dont la française est la plus prudente (car elle ne comporte que les voyageurs enregistrés dans les hôtels, à l'exclusion des autres, et ne comporte pas les chiffres de la Côte d'Azur): ils étaient plus de 50.000 en 1957, plus de 60.000 en 1958 (les chiffres français et canadiens différant sur ce point, nous avons choisi d'en faire la moyenne).

Tous les sondages effectués jusqu'ici en France ou aux Etats-Unis par quatre grands organismes spécialisés, indiquent que la dépense moyenne du touriste d'Amérique du Nord par séjour en France (1956-57) s'élève à une somme minima de 250 dollars par personne, la durée de séjour moyenne étant de sept jours. La durée de séjour moyenne en France des Canadiens est légèrement supérieure à celle des ressortissants des Etats-Unis (neuf jours); la dépense moyenne est donc vraisemblablement au moins égale. Sur cette base, c'est une somme totale de l'ordre de 16 millions de dollars que les touristes canadiens auraient laissée en France en 1958, soit 12 % des sommes dépensées outre-mer par ces touristes, plaçant la France au second rang des bénéficiaires, juste après la Grande-Bretagne (sans parler, évidemment, des Etats-Unis).

Cette recette de 16 millions de dollars fait du tourisme, de toute évidence, dans la balance des paiements de la France avec le Canada, un poste essentiel, et de loin la première exportation française, même si elle est invisible, des dollars cachés.

Depuis dix ans, c'est une centaine de millions de dollars que les Canadiens ont ainsi versée au marché français, alimentant par cette ressource invisible des échanges qui, sans cela, seraient encore

plus déséquilibrés que la balance purement commerciale ne le laisse apparaître, et se verraient encore plus freinés par ce déséquilibre, par le défaut de trésorerie en dollars disponibles sur le marché français.

Il est nécessaire de faire la lumière sur ce rôle du tourisme comme "colmateur" de déficits, puisque ce phénomène, à lui seul, suffit presque à rétablir l'équilibre. Ne vous étiez-vous jamais arrêté, en effet, à considérer comme surprenant que, depuis plus d'une décennie, la France puisse accepter sans trembler d'entretenir un commerce déséquilibré, achetant deux fois plus qu'elle ne vend au Canada? Où donc prenait-elle les dollars manquants?

Ces précieux dollars, ce sont nos amis les touristes qui nous les ont apportés, et qu'ils en soient remerciés et encouragés puisque, ce faisant, ils permettent aux Français d'acheter davantage de pulpe, de papier et de produits canadiens.

Peut-être serait-il utile d'indiquer où vont en Europe, de préférence, ces touristes canadiens. Deux sources de statistiques nous sont évidemment offertes: les canadiennes (Dominion Bureau of Statistics) et les européennes (Comité du Tourisme de l'O.E.C.E.). Selon Ottawa, environ 120.000 Canadiens sont revenus directement d'outre-mer en 1957, auxquels il faut ajouter quelque 40.000 revenus via les Etats-Unis. Les chiffres de 1958 ne sont pas indiqués, si ce n'est comme en légère augmentation. Les autorités canadiennes indiquent comme pays le plus visité la Grande-Bretagne: 67 % des Canadiens ont visité ce pays; 36 % ne visitant que la Grande-Bretagne et 31 % continuant vers l'Europe continentale, auxquels il faut ajouter les 15 % qui n'ont visité que l'Europe occidentale. Enfin, 18 % ont visité d'autres continents. La France aurait donc, selon Ottawa, reçu, au moins en transit, environ 40 à 45 % de ces 160.000 visiteurs, soit 65.000 environ en 1957.

Les chiffres de l'O.E.C.E. sont plus irréguliers, car ils correspondent aux estimations de chaque pays considéré. Les voici, sous forme de tableau, pour 1957.

Pays	Arrivées de touristes canadiens	Augmentation sur 1956 %	Nombre de nuitées de touristes canadiens
Grande-Bretagne ...	60.100	+ 2,5	—
France .....	44.000	+10,0	352.000
(estimation prudente)			
Italie .....	121.940	+14,2	—
(y compris passages frontières multiples)			
Allemagne .....	38.234	+12,1	79.637
Suisse .....	22.897	— 1,9	64.711
Pays-Bas .....	16.299	+ 6,9	33.810
Belgique .....	13.200	— 4,7	26.465
Autriche .....	12.268	+12,4	43.899
Espagne .....	11.465	+20,6	—
Danemark .....	5.298	+13,5	19.568
Suède .....	4.590	+12,3	51.812
Norvège .....	3.145	+14,1	39.627
Yougoslavie .....	2.103	+ 4,0	6.101
Portugal .....	1.595	+72,0	10.518
Grèce .....	1.521	+21,4	—
Turquie .....	486	—	—
Islande .....	91	— 2,1	—

TRANSPORTS INTERNATIONAUX

# A. & G. Valcke & Cie.

Société Anonyme au Capital de 100.000.000 de Frs

FONDÉE EN 1869

AGENTS MARITIMES

P A R I S

54, Rue de Paradis

R O U B A I X L Y O N

215, Rue des Arts 10, Quai de Tilsit

L E H A V R E C A S A B L A N C A

Franklin Building 2, Rue de Foucauld

M A R S E I L L E

5, Rue Gilbert - Dru

Succursales, Filiales ou Correspondants attitrés dans les principaux centres en France et à l'Étranger.

# LANCÔME

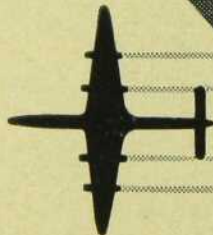
PRODUITS DE BEAUTE

ET

PARFUMS

Agents: COSMEX LIMITEE

MONTREAL



## AIR FRANCE

*Le plus grand réseau du monde*

CONSULTEZ VOTRE AGENT DE VOYAGES, DE CHEMIN DE FER OU AIR FRANCE, UN. 1-9001 (MONTREAL)

SEULEMENT

**\$493.<sup>20</sup>**

ALLER-RETOUR SANS ESCALE



**PARIS**

**MONTREAL**

sans  
escale

DUREE DE SEJOUR DES TOURISTES CANADIENS  
(en jours)

Pays	Nombre total de touristes		Touristes venant du Canada	
	1956	1957	1956	1957
Autriche .....	5,1	5,37	3,5	3,57
Belgique .....	—	—	2,0	2,0
Danemark .....	3,1	3,6	3,7	3,7
France .....	7,0	6,9	9,0	8,0
Allemagne .....	2,0	2,0	2,0	2,1
Irlande .....	4,1	4,7	—	—
Italie .....	4,8	4,8	7,0	7,0
Pays-Bas .....	2,3	2,3	2,33	2,1
Norvège .....	—	8,0	—	12,6
Portugal .....	4,1	4,1	8,8	6,6
Suède .....	13,1	12,4	10,9	11,4
Suisse .....	3,3	3,2	2,7	2,8
Royaume-Uni .....	—	—	—	—
Yougoslavie .....	3,2	3,94	3,0	2,9

Arrivées du Canada et nuitées d'hôtels: 12.278.

Selon un sondage de l'aéroport de Paris, les Canadiens allant en France appartiendraient aux professions et groupes d'âge ci-après:

Hommes d'affaires .....	26,5
Sans profession .....	23,7
Employés-Ouvriers .....	19,6
Fonctionnaires .....	5,9
Indéterminé et divers .....	4,4
Etudiants .....	3,0
Militaires .....	2,2
Retraités .....	0,8
Agriculteurs .....	0,6

Mais où vont, en France, les dollars canadiens?

L'Office des changes français n'a jusqu'ici recensé, sur ses recettes officielles pour 1958 en dollars canadiens, qu'un montant d'environ 2 millions de dollars canadiens. Il y a là de quoi surprendre, puisque les estimations faites au Canada portent sur 16 millions de dollars environ!

Or, l'écart énorme qui existe entre l'estimation faite au Canada pour les dépenses des touristes canadiens et les minuscules recettes enregistrées à Paris, s'explique par des raisons bien simples. Ce chiffre ne représente en effet que 12 ou 13 % des dépenses réelles qui se répartissent comme suit:

- a) Recette en dollars canadiens provenant de l'échange de billets canadiens en France;
- b) Achat de francs français au Guardian Trust de Montréal ou Toronto, dont les opérations sont licites au Canada, et dont le chiffre d'affaires est considérable, car il donne une prime par rapport aux autres banques habilitées;
- c) Achat de billets de banque français aux succursales des banques habilitées officielles au Canada;
- d) Compensation directe entre personnes privées;

e) Viennent ici les deux postes les plus importants de la balance des paiements touristiques: paiements effectués en dollars américains par des Canadiens. Tout le monde sait que pour gagner les 3 % de différence sur la cote des dollars canadiens et des dollars américains, c'est une habitude courante d'emporter en Europe des dollars américains, qui sont d'ailleurs plus facilement négociables que les dollars canadiens. En effet, on est certain de se procurer ainsi le bonus de 3 % des dollars canadiens. Une grande partie des dépenses des Canadiens en France est donc comptabilisée sous la rubrique "dollars américains";

f) Autre source très importante d'erreur: tous les "traveller cheques" émis par les filiales de l'American Express, et autres organismes similaires au Canada, sont libellés en dollars américains et sont comptabilisés en France sous la rubrique "dollars américains". Nous avons vérifié que le montant ici des achats de traveller cheques en dollars américains est très important, mais on ne peut pas nous dire à Montréal quel pourcentage exact de traveller cheques a été dépensé en France, par opposition à d'autres pays d'Europe ou d'outre-mer. Il nous est confirmé cependant que ce pourcentage est très élevé et porte sur des sommes considérables. En 1958, d'après une source digne de confiance, le montant des traveller cheques vendus pourrait se situer à près de 15 millions de dollars pour la Grande-Bretagne, près de 10 millions pour la France, près de 8 millions pour l'Italie, formant un total de plus de 60 millions pour l'Europe. L'ensemble de tous ces moyens de paiement arrive à multiplier par sept ou huit le chiffre officiellement comptabilisé, mais il faut encore y ajouter la contrevaletur d'un autre mode de paiement auquel l'on ne pense guère, mais qui est très important;

g) Les tours organisés: la grande majorité des Canadiens d'expression anglaise se rendent en Europe avec un tour organisé, acheté à une agence distribuant des tours qui proviennent en majorité de grossistes: 1) installés en Grande-Bretagne; 2) installés aux Etats-Unis; 3) tours organisés par des compagnies d'aviation des différents pays; 4) tours canadiens, débutant par l'Angleterre. La grande masse de ces tours est donc confiée à des agences, dont les paiements en France se feront soit directement en francs, soit très souvent en livres sterling, ou autres devises européennes, fournies par la maison mère, installée en Grande-Bretagne ou dans un autre pays. C'est un des motifs qui nous fait regretter de ne pas avoir en France une agence de voyages nationale française.

Il est évident que tous les Canadiens voyageant en France sur Poly Tours (le tour le plus vendu au Canada) verront la majorité de leurs vacances en France payées par un "courrier" londonien, payant en francs achetés avec des livres. Cela n'empêchera pas les voyageurs canadiens d'avoir dépensé en France des sommes très importantes, dont on ne retrouve pas la trace.

Enfin, les recettes de certaines grandes compagnies de transport, telles que la S.N.C.F., sont comptabilisées en dollars américains.

# ALLIED PRESS INC.

LA SEULE IMPRIMERIE FRANÇAISE A MONTREAL

(Fondée par M. Armand Bornstein)

7055, RUE ALEXANDRA — MONTREAL 10 — CRÉSCENT 7-4193



Madame Bornstein a l'honneur d'informer la colonie française et la clientèle qu'elle a pris toutes dispositions utiles afin que la marche de l'entreprise ne soit pas affectée par la disparition prématurée de son Président, et qu'elle met à leur disposition, comme par le passé, un service courtois, soigné et rapide, à des prix très étudiés, pour tous genres de travaux.

# INVEST IN FRANCE

Recent decrees of the French Government make it easier for foreigners to invest in France and to produce and do business in this pivotal country of the European Economic Community (Common Market).

At the beginning of this year, devaluation of the franc plus the convertibility measures taken gave a true and easily exchangeable value (into dollars, pounds, Swiss or Belgian francs, German marks, etc.) to the currency of the country.

Then, some weeks later, decrees were issued which provide even stronger guarantees than before to foreign capital invested in France through the purchase of shares on the stock exchange, or in essential productive plant and services.

Through these inviting gestures to foreign investors, the Finance Ministry headed by former Prime Minister Antoine Pinay hopes both to strengthen the franc through the replenishing of foreign currency reserves, and to assure a larger margin of investment capital to expand competitive French production.

Backing up this encouragement of foreign investment, the Government will be making particular efforts to mobilize and channel domestic savings into productive industry.

## ***If you have bought stocks or bonds in France***

Under the new decrees, payments of interest and dividends on capital invested in French shares and bonds by non-residents may be made without any limitation in all convertible currencies, including those of the United States, United Kingdom, Canada, Switzerland, West Germany, Belgium-Luxembourg, and so forth. Payment in any preferred currency may be made simply on presentation of a non-resident's certificate of ownership.

## ***If you are going to send shares out of France***

According to the new laws, even bearer shares owned by non-residents may be sent out of the country, so long as such exports are effected by authorized intermediaries. (Previously, French shares owned by foreigners were only allowed to go out of France if they were in nominative form. At present, purchases of French securities on the French Bourse are not subject to authorization, but prior approval is required for unlisted securities.)

This does away with so-called "capital franc" accounts, and eliminates the special exchange rate for the franc which was linked to the existence of such accounts.

## ***If you are doing business in France***

Further decrees provide that all authorized investments of persons not residing (permanently) in France may be

repatriated at the new official rates of exchange (493.706 francs to the U. S. dollar, for instance) if the investment should be liquidated. Thus, the foreign investor in real estate, factories, business rights such as "good-will", in securities, and the like, may sell such property and take out the proceeds in the convertible currency of his choice, including the capital gains without any limitation.

## ***Potential importance to you and France***

For many American and other foreign enterprises and capital interests, France may well be the best place to invest in the European Economic Community. For France has plenty of skilled and devoted workmen, with the highest rate of productivity increase in Western Europe; able and technically-inventive management, engineers and supervisory personnel; sufficient and rapidly-developing energy sources and supplies; first-rate ports and transport networks; central location on the continent; plenty of space per inhabitant and the second highest birth-rate in Western Europe; social stability (based on a unique balance between industrial and agricultural communities, agricultural self-sufficiency and surplus for export, and a highly advanced social security system) and, last but not least, a welcoming attitude to job-making foreign capital on the part of local communities, government officials, and the French businessmen themselves.

Now under a new national administration, France and its Overseas Community more than ever offer hospitality and help to foreign investors, for the French well know that if their country is to be as great as they all want it to be, they must maintain and if possible increase their postwar record of industrial expansion, which has been the highest of any Western European country. And for this, they need more capital than their own traditional thrift can provide.

## ***Where to write or ask***

For any details and clarification on the new incentives given to foreign investment in France, or for particulars on the possibilities and potentials of putting your capital and/or know-how into an existing enterprise or one you might like to set up in France, call on a French investment counselor or law firm, an American investment or law firm with offices in France, or the nearest French Commercial Counselor in the United States (offices located in New York, Chicago, San Francisco, Los Angeles, New Orleans) and Canada (Ottawa, Toronto, Montreal), the American Embassy in Paris, the French Ministries of Industry and/or Finance in Paris, the Franc-Dollar Committee and the French Federation of Industries (C.N.P.F.) in Paris.

*(France Actuelle, April 1st, 1959.)*

# LES PERSUADEURS CLANDESTINS

par Louis COLLARD

La science commerciale, dont les techniques se sont considérablement développées ces dernières années, plus particulièrement aux Etats-Unis, s'est enrichie d'un nouvel instrument, dont M. Louis Collard, représentant les Fromageries Bel au Canada, analyse les différents aspects et les conséquences. Notons que le livre de Vance Packard vient d'être publié en français.

La publicité, cette énorme machine de guerre, ne se contente pas des champs de bataille commerciaux, mais, comme chacun le sait, envahit toutes les sphères de l'existence et du monde. Dans le strict domaine du commerce, elle a dépassé le stade de la sollicitation directe pour atteindre celui de la motivation, qui consiste à psychanalyser l'âme collective des consommateurs, à scruter leur comportement, à définir la mesure dans laquelle ils peuvent être conditionnés, à éliminer le choix rationnel au profit de l'impulsion. La méthode de motivation est donc subtile, elle satisfait tout le monde: le consommateur, qui conserve l'illusion du choix parce que son impulsion correspond à des tendances inconscientes, et le producteur-vendeur, qui peut s'attendre (sauf erreur des analystes "en profondeur") à des résultats scientifiquement basés sur un pourcentage de réflexes conditionnés.

Le problème de l'automatisme psychologique, qui n'est pas nouveau, mais qui se généralise et, si l'on peut dire, se perfectionne, est analysé par Vance Packard dans son ouvrage *The Hidden Persuaders* (David McKay Co. Inc., N.Y.) d'une façon aussi captivante qu'inquiétante. Il n'est question dans ce livre que des Etats-Unis, où la méthode de motivation est appliquée à grande dose, mais le problème, à des échelles diverses, intéresse le monde entier.

Il existe donc aux Etats-Unis des équipes de psychopublicistes chargés non plus de se pencher sur les besoins immédiats des consommateurs (du pain, des souliers, des voitures, etc.), mais sur leurs aspirations et leurs frustrations, afin de présenter le pain, les souliers, les voitures comme des réponses qui comblent les aspirations et effacent les frustrations. De cette façon, on vend mieux, davantage, plus vite, et surtout, aux yeux des consommateurs, on ne vend plus pour nourrir, chauffer, permettre de circuler, mais pour procurer le bonheur. On vend la santé, la sveltesse, le dynamisme, l'optimisme, la relaxation, la sécurité, la considération, la beauté, la jeunesse, l'honnêteté et parfois l'immortalité.

Ainsi un nouveau bas donnera une "sensation de repos" à la femme qui doit parfois rester debout pendant plusieurs heures. En quoi réside la qualité maîtresse de la De Soto 59? Dans le bruit que fait la portière en se refermant. La page publicitaire de cette marque dans le numéro de *Life* du 23 mars 1959 le proclame: "Allez-y, Claquez-la!... et vous entendrez le son robuste de la qualité!" Cette façon de prôner une voiture repose sur un travail d'introspection. Une porte qui se ferme laborieusement est irritante; par contre, le dé clic sourd et soyeux d'une portière qui se referme bien à fond donne une impression de satisfaction et de plénitude. L'exploitation de ce détail subtil a pour but de classer la qualité de la voiture tout entière. La Dodge, de par sa ligne, sa construction, sa consommation et son aspect général range son propriétaire, selon la publicité, dans la catégorie des "solid citizens" (bons et respectables citoyens).

## Les procédés commerciaux

La motivation utilise parfois des méthodes scientifiques comme les impressions rétinienne (une image rapide et invisible qui passe au milieu d'un film télévisé) ou les ultra-sons à la radio. Ces perceptions impriment inconsciemment le nom ou l'image d'une marque dans le cerveau du consommateur qui se prélassé innocemment devant son poste et qui, tout aussi inconsciemment, "choisira" la marque en question en faisant ses emplettes.

L'image est un puissant facteur de motivation. Elle "personnalise" un produit à vingt autres semblable, que l'acheteur serait bien incapable de discerner sur un plan purement technique. Des tests portant sur des essences, des savons en poudre, des cigarettes, etc., ont abondamment prouvé cette incapacité. C'est donc l'image qui, dans de tels cas, différencie la qualité, et c'est l'image que l'on consomme. Elle est également conçue en fonction des aspirations profondes d'un milieu social: une belle fille pour un savon, une bonne mère de famille pour une margarine. L'image doit refléter l'âme du consommateur, ou correspondre à l'objet de ses désirs. Le narcissisme et tous les autres complexes freudiens constituent les bases de la recherche publicitaire motivée. Il est inutile par ailleurs de mentionner l'utilisation surabondante du sex-appeal en matière publicitaire.

Certains produits finissent par être assimilés à des catégories d'individus: la Camel est masculine et populaire, la Lucky Strike aussi, mais à un stade plus élevé, la Chesterfield atteint le domaine féminin, et ainsi de suite. La Ford est jeune et pratique, la Studebaker plus intellectuelle, la Pontiac familiale, la Mercury commerciale. La Cadillac est la Cadillac.

La motivation va plus loin. Pour ne citer que des exemples, elle utilise le sentiment de culpabilité qui émane du vieux fonds de puritanisme américain. Dans ce cas, la publicité donne au consommateur la "permission" de consommer un produit sain et bienfaisant qui ne porte atteinte ni au corps ni à l'âme. Ce procédé est largement exploité dans de multiples cas. Il n'est d'ailleurs pas nouveau. Un fabricant de jus de fruits bien connu a même réussi à faire remplacer le vin par le jus de raisin, pour la communion, dans la majorité des églises protestantes nord-américaines (le marché étant bien établi dans ce domaine, le fabricant s'est remis à fabriquer du vin). La motivation utilise aussi l'aspiration à la sécurité: telle voiture élimine les risques d'accident; le "deep-freezer", même s'il reste vide, donne à son possesseur l'impression qu'il peut emmagasiner des réserves de vivres chez lui, donc parer à toute éventualité. Ne parlons pas des multiples assurances contractées à la suite des tragiques avertissements que l'on trouve à chaque pas, et à chaque page de journal. Les complexes sociaux sont très importants: représenter un verre de bière entre les mains d'un gentleman en tenue de soirée constituerait une erreur dangereuse pour le marché

de la bière, essentiellement populaire, car la masse des consommateurs commencerait à se méfier et à se demander si cette boisson est bien appropriée à son milieu.

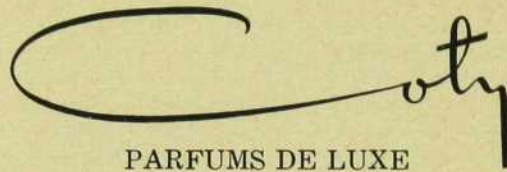
Les splendides supermarkets sont aussi le résultat d'un long travail d'élaboration. Il y règne une atmosphère de tension hypnotique savamment dosée. L'acheteuse pénètre dans un paradis d'abondance, des milliers de produits multicolores font briller ses yeux pendant qu'une musique "douce" caresse ses oreilles et que l'éclairage, le conditionnement d'air contribuent à accroître cette impression de béatitude. Elle évolue seule, sans la moindre sollicitation humaine, donc sans la moindre inhibition et avec une impression de totale liberté. Mais cette liberté *conditionnée* finit par lui faire acheter 35 % de plus que ce dont elle croyait avoir besoin. Le supermarket accumule les plus irrésistibles tentations et force à succomber à la jouissance de l'achat. On dépense avec joie. Parfois même le bambin, s'il accompagne sa mère, la rejoint à la caisse après avoir évolué de son côté en toute liberté, et en poussant son petit panier à roulettes "très mignon mais aussi très profitable pour le magasin", qu'il a rempli de friandises cueillies sur les rayons du bas, ou de boîtes de céréales peut-être inutiles, mais qui renferment un sifflet ou le portrait d'un joueur de baseball.

#### Les procédés idéologiques

Le problème de la persuasion clandestine devient subitement plus grave lorsqu'il atteint le domaine politique. Les élections de 1952 et de 1956 qui assurèrent le succès républicain furent confiées à une agence de publicité (comme toute élection nord-américaine à tous les échelons, le succès dépend en majeure partie du budget disponible). La vieille tactique si pittoresque et, disons-le aussi, si humaine du "whistle-stop" (le candidat haranguant les électeurs de la plate-forme d'un wagon errant à travers les campagnes) fut abandonnée au profit de la motivation convoyée par radio et surtout par la télévision. Eisenhower fut dépouillé de son auréole de chef de batailles. Le peuple américain avait besoin de repos, on lui présenta un papa rangé, souriant, sportif, pieux. De son épouse on fit Mamie. De Nixon le "wonder-boy" qui monte. Dans le choix des candidats, on rechercha l'idéal moyen de l'Américain moyen: bonne présentation, bonne humeur, bonne famille. Une photo du candidat entouré de sa femme et d'une progéniture bien portante provoque un choc favorable sur les foules, surtout si elle est prise devant le chesterfield d'un living-room confortable et familial. Ce complexe familial qu'il faut satisfaire occasionne en ce moment de nombreux voyages aux épouses des hommes d'Etat. Si les Européens trouvent cette habitude quelque peu étrange, ils en savent maintenant le pourquoi.

La tactique qui consiste à faire une marchandise d'un candidat, une campagne de vente d'une campagne électorale, et un marché de l'électorat, tend à priver l'opposition de ses moyens. Vance Packard décrit l'embarras des démocrates, ne disposant pas de fonds suffisants pour lutter à armes égales ni pour se lancer dans ces onéreuses recherches "en profondeur", ne trouvant pas facilement d'agences qui acceptent de se compromettre vis-à-vis des "gros comptes" et des grosses affaires à tendance républicaine. Enfin Stevenson, trop indépendant, trop intellectuel, pas assez "familial" ni photogénique, déclarait lui-même que "l'idée qui consiste à présenter un candidat appelé à de hautes fonctions de la même façon que l'on présente une

(suite à la page 22)

The logo for Coty, featuring a large, elegant, cursive 'C' that loops around and ends in a long tail that underlines the word 'Coty' written in a smaller, similar cursive font.

PARFUMS DE LUXE

COTY (CANADA) LIMITED  
MONTREAL

Déposez vos économies à

LA

**BANQUE D'ÉPARGNE**

DE LA CITE ET DU DISTRICT  
DE MONTREAL

NOS SUCCURSALES SONT  
**OUVERTES TOUS LES SOIRS**  
DU LUNDI AU VENDREDI, DE 7 A 8 HEURES

# LE BUDGET CANADIEN

par Henry MHUN

Le budget de l'exercice 1959-60, présenté dernièrement aux Communes par M. Donald Fleming, ministre des Finances, a été accueilli avec plus de résignation que d'enthousiasme. Il n'a réservé aucune surprise sérieuse. Face à un déficit substantiel résultant d'engagements importants en vue de soutenir l'activité économique et lutter contre le chômage, le gouvernement, comme prévu, a dû accroître les impôts. Encore fallait-il éviter que l'alourdissement du fardeau fiscal n'affectât le redressement de l'économie.

C'est ce que M. Fleming a cherché à faire. Il convient tout de suite de souligner que le ministre des Finances n'a pas diminué les dépenses de l'Etat. Bien au contraire. Ses prévisions portent sur des dépenses de \$5.660 millions pendant l'exercice fiscal courant, chiffre qui se compare à \$5.381 millions pour l'exercice terminé le 31 mars. Il s'agit d'un montant record pour le temps de paix, qui marque une augmentation de \$280 millions environ sur le précédent exercice.

Compte tenu des rentrées fiscales prévues pour cette année, l'exercice 1959-60 se soldera donc par un déficit d'au moins \$400 millions. Au 31 mars dernier, celui de l'année 1958-59 s'élevait à \$616 millions. On est donc loin de l'équilibre budgétaire — sinon des excédents — qui avait marqué les années d'après-guerre jusqu'à la récession de 1957-58. Et il n'est pas surprenant que dans certains milieux on ait reproché au gouvernement fédéral de ne pas profiter de l'amélioration actuelle de la conjoncture pour faire un effort de réduction des dépenses et revenir à un meilleur équilibre du budget.

Le ministre des Finances entend financer une bonne partie du déficit au moyen de majorations d'impôts dont il attend d'importantes plus-values fiscales: \$245 millions exactement, cette année. Il a cherché à répartir ces augmentations le plus équitablement possible entre les diverses catégories de contribuables. En ce qui concerne les taxes indirectes de consommation, la taxe fédérale de vente est accrue, ainsi que la taxe sur les cigarettes et les boissons alcoolisées, à l'exception de la bière. Ces majorations devraient rapporter, dans le premier cas, \$82 millions cette année et \$93 millions l'an prochain (année complète d'application) et, dans le second cas, \$42 millions et \$46 millions. L'impôt sur le revenu personnel est haussé de 2 % à partir du 1er juillet prochain pour les revenus imposables excédant \$3.000 et la retenue pour le fonds de sécurité des allocations de vieillesse est majorée de 1 %. L'impôt sur les sociétés dont le bénéfice dépasse \$25.000, passe de 45 à 47 % à partir du 1er janvier 1959. Ces augmentations devraient rapporter respectivement \$60 millions et \$52 millions cette année, \$129 millions et \$84 millions l'année prochaine.

Les prévisions de M. Fleming sont basées sur une hausse du produit national brut de plus de 7 % en 1959. Le chiffre a surpris beaucoup d'observateurs, qui le jugent trop optimiste à la lumière du lent redressement actuel de l'économie. Ce qu'il faut retenir, c'est que le succès du budget de M. Fleming dépend dans une large mesure du rythme de redressement des affaires. Si celui-ci était moins rapide qu'il ne le prévoit, de nouvelles majorations d'impôts pourraient bien être de nouveau envisagées l'an prochain.

Il est difficile de savoir dès maintenant si l'ensemble de ces mesures fiscales freineront ou non la reprise des affaires. Cela dépendra, là encore, du rythme de l'expansion. On ne saurait affirmer, en tout cas, que le budget ait rassuré les milieux d'affaires. Un bon nombre d'entreprises a été touché pendant au moins deux ans par une baisse des bénéfices. Au moment où ceux-ci se redressent, l'augmentation de l'impôt sur les sociétés, si minime soit-il, peut décourager certaines dépenses d'investissement. Quant aux consommateurs, il est probable que leurs dépenses ne seront pas affectées sérieusement par les majorations fiscales les concernant. Il est possible toutefois que la hausse des prix du tabac et des boissons alcoolisées freine la consommation et touche ces industries.

S'appuyant sur la stabilité actuelle des prix, le ministre des Finances réaffirme que les craintes d'inflation sont très exagérées. Il est douteux cependant que le budget qu'il vient de présenter ait un caractère antiinflationniste. Au contraire, l'accroissement des taxes de consommation se traduira par des hausses de prix. Certains fabricants ont déjà laisser entendre qu'ils répercuteraient l'augmentation de la taxe de vente sur les consommateurs. En outre, l'accroissement des dépenses budgétaires et extrabudgétaires pour 1959-60, combiné à des rentrées fiscales qui pourraient être moins élevées que ne le pense M. Fleming, risque de se traduire par un déficit encore assez substantiel. Enfin, l'accroissement très net de la masse monétaire, depuis plus d'un an, pèse toujours sur les prix. Autant de facteurs préoccupants dont les incidences inflationnistes ne sont pas niables. Des doutes subsistent donc sur le succès de la politique du ministre des Finances, et l'hypothèque d'une nouvelle poussée d'inflation n'est pas levée.

Dans ces conditions, il n'est pas étonnant que les milieux financiers aient accueilli le budget avec réserve et prudence. Notons également que le marché des obligations n'a guère réagi jusqu'à maintenant. Et pourtant les courtiers attendaient la présentation du budget avec impatience. Sans doute, les besoins en argent frais du gouvernement devraient être moins importants cette année que l'an dernier, M. Fleming ayant décidé de financer une plus grande partie du déficit au moyen de l'impôt. Le gouvernement, qui avait emprunté sur le marché \$1.220

millions en 1958-59, n'en devra pas moins faire de nouveau appel à l'épargne pour \$700 à 800 millions en 1959-60. Et ce chiffre pourrait être supérieur si les 7 % de M. Fleming s'avèrent trop optimistes. En d'autres termes, l'incertitude sur l'ampleur de la reprise économique pèse, là aussi, sur la situation. S'il est indiscutable que la situation des finances fédérales est meilleure que l'an dernier à pareille époque, l'amélioration n'est pas encore assez convaincante pour entraîner dans l'immédiat un net raffermissement du marché des obligations.

L'exposé de la situation économique de M. Fleming révèle que l'an dernier, pour la première fois depuis la guerre, le standard de vie des Canadiens a légèrement fléchi. Le ministre des Finances confirme l'amélioration actuelle de la conjoncture et, comme nous venons de le noter, est résolument optimiste pour les prochains mois. Après avoir de nouveau critiqué le protectionnisme commercial américain, il exprime une fois de plus les craintes du gouvernement canadien au sujet du Marché commun européen. Celui-ci est bien accueilli à Ottawa, précise-t-il, mais nous sommes inquiets des discriminations qui se dessinent à l'égard des autres pays, et ceci peut être préjudiciable aux membres de l'OTAN. Enfin, M. Fleming a annoncé certaines majorations de tarifs douaniers sur l'importation de divers produits: textiles, tabac, boissons alcoolisées, par exemple. Ces mesures méritent de retenir l'attention des industriels et exportateurs français.

**Courtiers en Douane**

**Expéditeurs**

**Entreponeurs**

**Camionneurs**

**Agents Transitaires**

## ST. ARNAUD & BERGEVIN

LIMITÉE

118, rue St-Pierre

Montréal, P.Q.

Tél.: VI. 4-1561

**MARQUES DE COMMERCE  
BREVETS D'INVENTION**

EN TOUS PAYS

**MARION, MARION  
ROBIC & BASTIEN**

(Fondée en 1892)

2100, rue Drummond

Montréal 25

Téléphone: AVenue 8-2152

**TOURISTES CANADIENS**  
Voyagez économiquement

**SAINT CHRISTOPHE MOTOR**

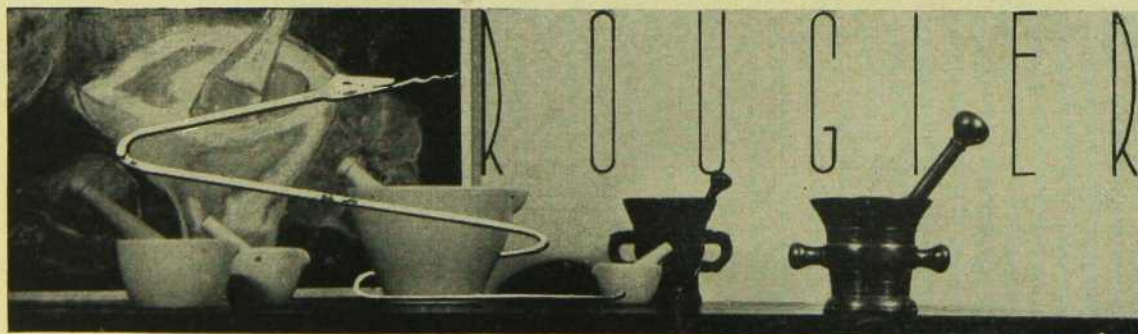
3, rue SCHEFFER Paris (16e)  
(Trocadéro)

Tél. Kléber 46-26

Grand choix de voitures neuves et occasions récentes  
*Garantie de revente ou de rachat*

Adr. Télégraphique: SAINTOR — PARIS

Importateur-Distributeur pour la France  
et l'Union Française des voitures BORGWARD Isabella



2055, RUE FAVARD

*Spécialités pharmaceutiques*

MONTREAL 22

# LA BOURSE CANADIENNE

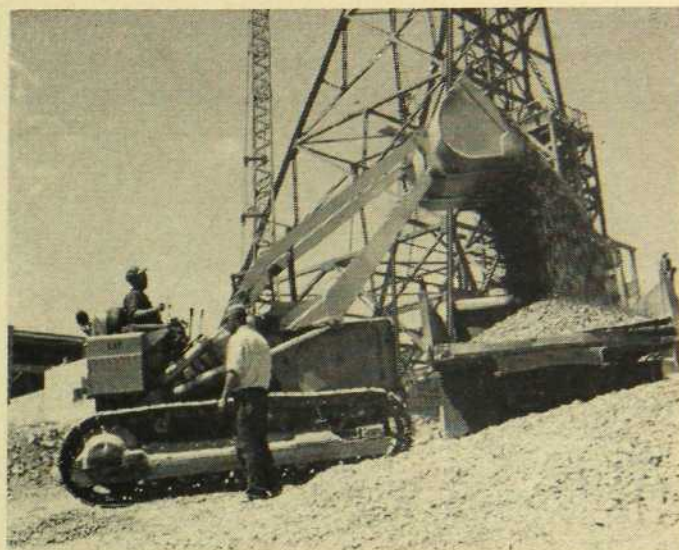
Etude communiquée par Forget & Forget, Montréal

La vive tendance qui prédomine depuis déjà plus d'un an sur le marché reflète principalement l'amélioration des conditions de l'économie et de la marche des affaires. Pour les industries qui dépendent en premier lieu du marché intérieur, comme l'industrie de l'alimentation et celle des boissons, 1958 fut encore une année de croissance impressionnante; pour les industries orientées vers l'exportation, comme les pâtes et papiers, les métaux usuels et le minerai de fer, l'année dernière a marqué le tournant de la récession et le rétablissement de leur évolution dans le sens de la croissance à long terme. Il y eut naturellement des différences considérables dans le degré de l'amélioration survenue pour les divers groupes de valeurs, certains d'entre eux ayant avancé plus rapidement que d'autres. Ainsi, par exemple, les actions des chaînes de magasins d'alimentation et, plus récemment, celles des cuivres, des aciers, du minerai de fer et des pâtes et papiers ont vigoureusement poussé de l'avant alors que les valeurs du pétrole, du zinc et du plomb demeurèrent hésitantes et à la traîne.

L'étude de l'évolution passée des différentes industries ne manque pas d'intérêt et pourrait être instructive, mais la question que l'investisseur se pose en tout premier lieu est: "Que réserve l'année 1959 à l'économie? Quelles sont les industries et les compagnies qui ont le plus de chances de réaliser des avances rapides dans le courant de cette année?" Nous passerons en revue ci-dessous les quelques industries et compagnies que nous avons choisies et qui, à notre avis, sont particulièrement prometteuses cette année et le resteront dans les quelques années qui suivront.

## Chaînes de magasins d'alimentation

Il y a de solides raisons de croire que cette industrie, dont la performance a été impressionnante dans le passé, sera animée de la même tendance dans les années à venir. Les six dernières années ont constitué une période de croissance ininterrompue pour les chaînes de magasins d'alimentation de détail, le total des ventes ayant monté de 702 millions de dollars environ en 1952 à 1 milliard 231 millions environ en 1957, soit une augmentation de 75 %. Cette croissance remarquable a été causée en partie par le fort taux d'accroissement — environ 3 % par an — de la population canadienne, et en partie par la tendance générale de la population à quitter la campagne pour aller vivre à la ville. Comme ces deux facteurs vont probablement continuer à agir d'une façon tout aussi vigoureuse dans l'avenir prévisible, il semble raisonnable d'admettre que l'industrie des chaînes de magasins d'alimentation va continuer à grandir d'une façon impressionnante.



Une pelleteuse sur chenilles à la mine d'uranium de Kirke, Ontario.

Toutes les principales compagnies de cette industrie, Loblaw Companies, George Weston, Dominion Stores, Steinbergs Ltd. et Kelly Douglas exécutent actuellement de vastes programmes d'expansion. Parmi ces compagnies, nous sommes particulièrement impressionnés par Loblaw Companies (\$38,5) et George Weston (\$40,5), dont les actions, à leur niveau présent, ne capitalisent que onze fois leurs bénéfices, ce qui est un taux intéressant pour l'investisseur. Il est intéressant de noter que les actions George Weston sont passées du niveau de 5 dollars en 1952 à leur cours actuel de 40,5 dollars, ce qui représente une hausse très remarquable de plus de 700 % en sept ans. Le fait que le bénéfice par action a augmenté dans la même proportion que le cours est tout aussi remarquable, car il en résulte que le rapport du cours au bénéfice est resté fort attrayant.

## Industrie du cuivre

L'année 1959 promet d'être bonne pour les producteurs de cuivre au Canada. Les faits suivants peuvent être signalés à l'appui de ce point de vue: premièrement, le prix présent par livre de cuivre est supérieur de 5 cents, ou de 20 %, au prix moyen de 1958; deuxièmement, l'expiration des contrats de travail dans l'industrie du cuivre aux Etats-Unis et au Chili (deux des principaux producteurs de cuivre dans le monde) arrive dans le courant de cette année, ce qui risque de provoquer des grèves ou des augmentations de salaires, ou ces deux phénomènes à la fois, et fait qu'il est fort probable que le prix du cuivre

subira de nouvelles augmentations en 1959; troisièmement, l'amélioration générale des conditions des affaires a entraîné une augmentation de la demande de cuivre.

Parmi les compagnies qui sont susceptibles de profiter grandement de l'amélioration du marché du cuivre, on peut signaler les compagnies suivantes: International Nickel, Hudson Bay Mining & Smelting, Noranda, Geco Mines et Opemiska. Dans ce groupe, nous croyons que Geco Mines (\$22,5) mérite d'être mise à part et mentionnée tout spécialement. En vue des bénéfices prévus pour cette compagnie en 1959, ses actions semblent se vendre actuellement à un cours attrayant. Malgré le faible prix du cuivre qui a prévalu en 1958 (qui était loin d'être une bonne année pour ce métal), le bénéfice des actions Geco s'est élevé à 1,74 dollar. Même au prix actuel de 30 cents pour le cuivre, l'on s'attend que la compagnie gagne environ 3 dollars par action en 1959. Comme les actions Geco cotent actuellement moins de huit fois ce montant, il est vraisemblable qu'elles réservent une ample récompense à l'investisseur.

#### Valeurs à fort rendement

Sur un marché caractérisé par une tendance persistante à la hausse, il n'est pas facile de trouver des valeurs qui fournissent à la fois des possibilités d'appréciation et un rendement élevé. Un certain nombre de valeurs de ce genre peuvent cependant être rencontrées, parmi lesquelles nous ferions figurer les suivantes:

1) Dominion Bridge (cours \$23,5, div. \$1, rendement 4,26 %). Il y a lieu de noter deux faits significatifs au

sujet de cette compagnie: d'une part, elle poursuit actuellement un programme ambitieux de modernisation et d'expansion impliquant une dépense estimée à 25 millions de dollars; d'autre part, les actions de cette compagnie se vendent toujours à un cours capitalisant moins de dix fois ses bénéfices;

2) Traders Finance (cours \$38, div. \$2,40, rendement 6,33 %). Notons que Traders Finance est la deuxième, par ordre d'importance, parmi les compagnies de financement au Canada. Nous apprenons également que les bénéfices de 1958 sont montés à 3,45 dollars par action, en comparaison de 3,15 en 1957, soit une augmentation de 9 %;

3) Canadian Celanese (cours \$21, div. \$1, rendement 4,78 %);

4) Standard Structural Steel (cours \$10,5, div. 60 cents, rendement 5,70 %).

#### Conclusion

Une note de prudence nous semble indiquée. Comme cela a déjà été mentionné auparavant, la tendance à la hausse a prédominé sur le marché dans le courant des douze derniers mois. C'est pourquoi il est vraisemblable que les ajustements du marché, quand ils se produiront en 1959, seront d'une durée un peu plus longue que ceux qui ont eu lieu en 1958.

La situation, telle que nous la voyons aujourd'hui: le marché est toujours fort et les valeurs mentionnées ci-dessus se vendent à des prix intéressants à leurs niveaux actuels.

*Voyagez plus agréablement et visitez mieux...  
la FRANCE et l'EUROPE...*

*"Ne soyez plus tributaire  
d'horaires fixes"*

*au volant d'une*

## AUTOMOBILE

**CITROEN - RENAULT  
PEUGEOT - SIMCA ETC...**

LIVRABLE DANS TOUTE L'EUROPE  
GARANTIE DE RACHAT EN DOLLARS  
PLAN DE FINANCEMENT

*Pour information s'adresser au*

**SERVICE EUROPEEN DE  
TOURISME AUTOMOBILE  
Enr'g.**

1190, rue Drummond, Montréal, Tél.: UN. 1-0200  
31, King Street, W., Sherbrooke, P.Q., Tél.: LO. 9-5174

1219, rue Saint-Denis, Montréal, Tél.: AV. 8-4902  
73 Adelaide Street, W., Toronto, Ontario

DEGUSTEZ  
la fameuse  
LIQUEUR  
du  
PAYS BASQUE

# LIQUEUR IZARRA

JAUNE en Bouteilles No 213A  
en tout temps

VERTE en Cruches No 213C  
pour cadeaux de fête

EN VENTE  
dans tous les  
MAGASINS  
de  
C.L.Q.

# La vente des biens d'équipement français au Canada

**L'industrialisation rapide du Canada crée un marché important pour les biens d'équipement. Sur la place qu'y occupent les producteurs français, on lira avec intérêt les observations ci-dessous, extraites d'un rapport de M. de Bray pour le Comité franc-dollar.**

La situation de la France sur le marché canadien est encore faible, quoique des efforts de prospection intéressants aient été tentés depuis quelques années par certains de nos industriels. Si l'on met à part les aciers (où notre chiffre, depuis dix ans, a oscillé entre 3 et 6 millions de dollars) et les autres demi-produits, qui sortent du domaine de cette étude, la France ne vient qu'en huitième position sur la liste des fournisseurs du Canada en machines et matériels d'équipement, dépassée, cela va sans dire, par les Etats-Unis et la Grande-Bretagne, mais également par tous nos concurrents du continent, qui ont réalisé en 1956 les chiffres suivants:

	<i>En millions de dollars</i>
Allemagne .....	32,5
Suède .....	7,7
Suisse .....	6,0
Pays-Bas .....	3,5
Italie .....	2,5
France .....	1,5
Total pour les six pays .....	53,7

sur un total importé de 1.960 millions de dollars (Etats-Unis: 1.757, et Grande-Bretagne: 109 millions de dollars).

Il est intéressant de comparer l'évolution de notre chiffre à celui de l'Allemagne depuis 1954.

*(En millions de dollars)*

	<i>Allemagne</i>	<i>France</i>	<i>Total importé par le Canada</i>
1954 .....	12,5	1,5	1.300
1955 .....	18,0	1,0	1.600
1956 .....	35,0	1,5	1.960
1957 (9 mois) .....	32,0	3,5	1.508

En 1957, notre chiffre d'affaires comprenait des turbines hydrauliques, des pneumatiques, des turbo-soufflants pour fonderies, des concasseurs de minerai, des appareillages de conditionnement d'air industriel, des machines-outils, des presses à imprimer, des grues, des machines comptables, des voitures automobiles, des transformateurs et disjoncteurs électriques, des batteries d'accumulateurs et de petits outillages.

On est frappé de la faiblesse et de la relative stagnation du volume de nos exportations jusqu'en 1957, alors que le chiffre réalisé par nos concurrents (notamment allemands) ne cessait de croître. C'est que l'essentiel de nos exportations est dû aux efforts d'un nombre limité de

sociétés (une quinzaine tout au plus). Pourtant, assez nombreuses paraissent avoir été les sociétés qui, à une époque ou à une autre de cette dernière décade, ont tenté leur chance sur le marché canadien. Toutes, à l'exception des quelques exportateurs actuels, ont échoué.

*Il semble en effet que, en dépit d'une qualité incontestable, et qui est à l'origine des premières commandes, et de prix souvent compétitifs mais malheureusement toujours instables, la vente de nos matériels n'ait pas été appuyée par un effort commercial suffisamment profond, conséquent et prolongé pour aboutir à une implantation définitive. D'autre part, il semble que nous ayons trop souvent tendance à limiter notre prospection à la province de Québec, qui ne représente que 20 à 25 % du marché.*

Il est important que l'on se rende compte en France que dans les domaines technique, commercial et économique, il n'y a qu'un seul Canada, de Vancouver à Halifax — qui n'est ni français ni anglais, mais canadien. Les sociétés qui ont pris la peine de prospector l'ensemble du pays ont pu le constater à leur profit. Il n'est pas inutile d'ailleurs que l'on sache que dans la province de Québec, si les administrations (électricité notamment) et un assez grand nombre d'entreprises de travaux sont à direction canadienne-française, la plupart des entreprises industrielles sont à direction et contrôle anglo-saxons (canadien, anglais et américain).

## Les caractéristiques de l' "échelon" canadien

Comment, dans ces conditions, nos fabricants exportateurs de biens d'équipement devraient-ils concevoir leur représentation sur le marché canadien?

a) Il semble que le point central de tout effort d'implantation doive reposer sur la création par le fabricant français (seul ou au sein d'un groupement) d'un "échelon" canadien. Cet échelon devra être suffisamment autonome pour ne pas avoir à prendre continuellement l'avis de sa direction. Constitué autour d'un ingénieur français, délégué de l'usine, il devra, deuxième règle à observer, être toujours à participation canadienne, qu'il s'agisse d'une simple agence commerciale dont le président et le directeur commercial seront de nationalité canadienne, ou d'une association étroite avec un fabricant local, qui effectuera, selon les cas, montages, fabrications, adaptations ou vente des matériels exportés et apportera à l'acheteur cette assurance irremplaçable que désormais les matériels comman-

dés seront suivis, renouvelés, réparés et, en cas de nécessité, fabriqués au Canada.

Le rôle du délégué français présentera des caractères multiples; il devra:

— Préparer, en liaison avec les fabricants français et les sous-traitants canadiens, les offres à remettre aux administrations locales;

— Plaider le dossier technique des nouveaux matériels auprès des utilisateurs et, en particulier, des ingénieurs-conseils, surveiller les essais qui seront faits avec les matériels de démonstration, garder un contact permanent avec la clientèle en assistant notamment aux conventions annuelles d'acheteurs, obtenir peu à peu que certaines spécifications soient modifiées dans un sens plus favorable à la vente de matériels français;

— Etudier, en liaison avec les services de recherche et de fabrication des industriels français, et c'est là probablement le point le plus important, les modifications à apporter à leurs matériels pour les rendre plus conformes aux normes locales et plus adaptés aux usages auxquels ils sont destinés;

— Gérer, du moins au début, les stocks de matériel et surtout de pièces de rechange qu'il serait indispensable de constituer dans bien des cas pour raccourcir nos délais par rapport à ceux de nos concurrents américains (à

moins que les sociétés ne préfèrent accorder une priorité spéciale de livraison au marché canadien);

— Surveiller et éventuellement diriger les opérations devant être réalisées par les sous-traitants canadiens (montages, fabrication de pièces, fabrication sous licence, réparations, etc.).

Enfin, pour l'ensemble de la profession, il importe d'avoir sur le continent nord-américain un informateur compétent en mesure de tenir notre industrie régulièrement informée de l'évolution de la technique et du marché américains.

#### Autres précautions

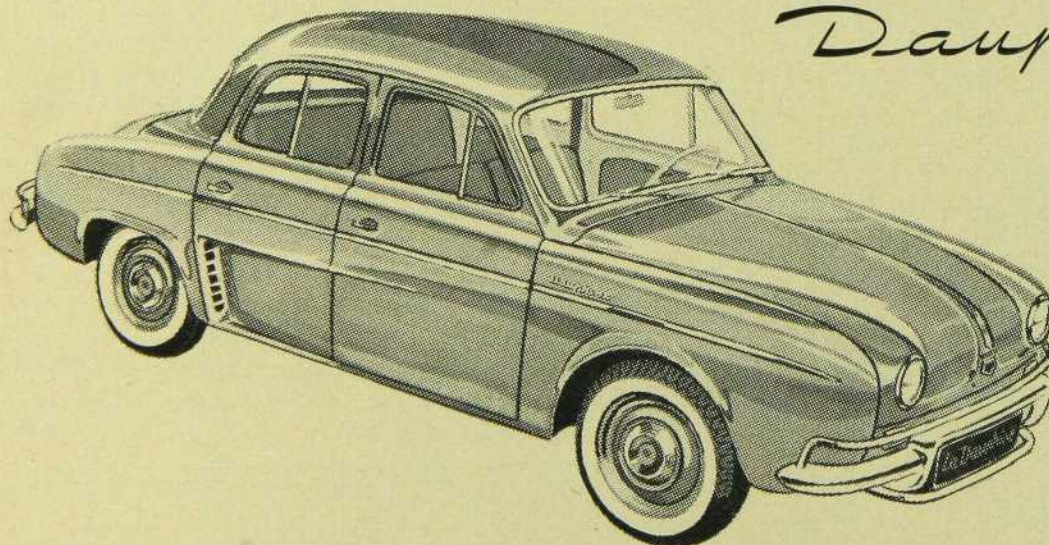
b) Dans tous les cas, il est nécessaire que l'entreprise française prenne une participation dans la société canadienne qui effectue pour son compte diverses opérations de fabrication et de montage, à moins qu'elle ne préfère monter elle-même son propre atelier. Cette participation est nécessaire dans le cas où la société française apporte une technique éprouvée et protégée au Canada par des brevets solides. Elle est indispensable lorsqu'il y a apport de *know-how* ou simplement d'un brevet français. Une solution à ce problème difficile des investissements ne paraît pas devoir être trouvée en dehors d'un effort concerté des industriels, des banques et des pouvoirs publics.

(suite à la page 25)

## Avant d'acheter une voiture ...

# essayez La **RENAULT**

## Dauphine



SEULEMENT

**\$1,798.-**

Prix suggéré —  
tout équipée  
aux ports d'entrée.

Pneus  
à flancs blancs  
moyennant  
supplément.

### AUTOMOBILES RENAULT CANADA LTEE

8555 Devonshire Road — Montréal, P.Q. — RI. 8-9661  
1824 ouest, Ste-Catherine — Montréal, P.Q. — WE. 7-9551

Agents autorisés Renault, région de Montréal:

Valley Auto Inc., 590 Notre-Dame, Lachine, P.Q. ME. 7-3549	Boulogne Auto Ltée, 750 Victoria St-Lambert, P.Q. OR. 1-5974	Garage Willie Ltd., 3432 rue Masson Montréal, P.Q. RA. 7-2828
---	---	--

40 agents dans la province de Québec — 150 agents au Canada

# LA CONVERTIBILITE DU FRANC

*La convertibilité du franc a été souvent mal comprise. Les notes suivantes, tirées du dernier bulletin du Conseil National du Patronat Français, précisent la portée des décisions prises à Paris à la fin de 1958.*

Le terme convertibilité ne désigne aucune mesure technique précise, mais seulement une politique du commerce et des finances extérieures qui tend à autoriser le plus complètement possible le libre usage d'une monnaie. Pousée dans ses dernières conséquences, la réalisation de la convertibilité intégrale consiste, pour un pays, à permettre à tous les détenteurs de sa monnaie, aussi bien nationaux qu'étrangers, de l'utiliser librement (non seulement à l'intérieur de son territoire, mais également en vue de l'acquisition de marchandises étrangères, de dépenses touristiques à l'étranger, de placements de capitaux à l'étranger, etc.) et, corollairement, de l'échanger librement contre toute autre monnaie. Ce n'est pas cette sorte de convertibilité qui vient d'être décidée pour le franc, mais une convertibilité de portée plus limitée.

Sans doute, l'accroissement de la libération des échanges, encore qu'incomplet, constitue-t-il un pas important dans le sens de la convertibilité intégrale, mais il n'est accompagné ni de la liberté pour les Français d'échanger leurs francs contre des devises en vue de placements de capitaux à l'étranger, ni même du rétablissement de l'allocation de devises aux touristes français se rendant à l'étranger supprimée l'année dernière.

La convertibilité actuelle du franc est une convertibilité pour "non-résidents". Alors que la convertibilité du franc pour "résidents" accroîtrait au profit des personnes résidant en France les possibilités d'usage du franc à l'extérieur, la convertibilité présente est seulement une facilité supplémentaire offerte aux détenteurs étrangers de francs. Ceux-ci peuvent désormais obtenir de la Banque de France la contrevaletur de leurs francs en n'importe quelle monnaie, et notamment en dollars.

## Différence avec le régime antérieur

Jusqu'au 27 décembre 1958, la législation française des changes (avis 646 de l'Office des Changes, *Journal Officiel* du 22 mars 1958) distinguait trois zones monétaires, c'est-à-dire trois secteurs géographiques à l'intérieur desquels fonctionnait la convertibilité pour non-résidents, la communication entre ces zones n'étant autorisée qu'exceptionnellement:

a) La zone dollar: les titulaires de comptes étrangers en francs résidant dans la zone dollar pouvaient échanger ces francs entre eux ou obtenir la contrevaletur de ces francs en dollars;

b) La zone de transférabilité: les titulaires de comptes étrangers en francs résidant dans un ensemble de pays comprenant principalement les pays de l'Union Européenne des Paiements (U.E.P.), pouvaient échanger ces francs entre eux ou obtenir la contrevaletur de ces francs en une monnaie quelconque de l'U.E.P.;

c) Le secteur bilatéral enfin: les relations financières avec ces pays s'effectuaient par l'intermédiaire de comptes bilatéraux excluant la possibilité pour un de ces pays d'obtenir le paiement de ses créances sur la France en une monnaie autre que la sienne.

La seule communication possible entre ces zones était la possibilité d'échanger des "francs libres", c'est-à-dire des francs convertibles en dollars, contre d'autres monnaies, l'opération inverse restant impossible. C'est cette dernière limitation qui vient d'être supprimée: désormais, les non-résidents des pays de la zone de transférabilité pourront obtenir la contrepartie en dollars de leurs créances sur la France.

La réglementation concernant le secteur bilatéral n'ayant pas été modifiée, la convertibilité a consisté en définitive à unifier la zone dollar et la zone de transférabilité.

## Pourquoi cette mesure a-t-elle été prise?

Pour des raisons d'ordre international tenant à la dissolution de l'Union Européenne des Paiements.

Cette organisation avait été créée en 1950 dans le cadre de l'Organisation Européenne de Coopération Economique (O.E.C.E.), afin de faciliter la libération des échanges entre les pays membres par le jeu de deux mécanismes qui étaient étroitement liés au début: d'une part, un clearing des dettes et des créances des pays membres; d'autre part, un système de crédits mutuels automatiques. Peu à peu, le système de crédit fut "durci" et l'on en arriva progressivement à convenir que les pays membres régleraient leurs déficits réciproques pour moitié, puis pour les trois quarts en or ou en dollars.

La convertibilité signifie que chacun des pays auparavant membre de l'U.E.P., devra désormais régler en or ou en dollars la totalité de ses déficits à l'égard des autres pays, et notamment de ceux qui appartenaient à l'U.E.P. S'il obtient de ceux-ci des crédits (dans le cadre de l'Accord monétaire européen qui a pris la place de l'accord relatif à l'U.E.P.), ce ne sera plus de façon automatique, mais à la suite de négociations.

La possibilité pour les détenteurs de monnaies des pays qui appartenaient à l'U.E.P. d'en obtenir librement l'échange contre les dollars, est la consécration technique de cette décision qui, au terme d'accords datant de 1955, pouvait être prise à tout moment par une majorité de membres de l'U.E.P.

\* \* \*

La mesure de "convertibilité" du franc, qui vient d'être prise, a donc essentiellement une portée financière du fait qu'elle facilite l'usage du franc comme monnaie internationale. Mais elle ne modifie pas la situation des résidents français, et elle n'affecte pas le régime du commerce extérieur. Toutefois, combinée avec la suppression de l'U.E.P., elle traduit l'obligation dans laquelle se trouve désormais la France d'équilibrer par ses propres moyens (hormis les facilités à court terme qui peuvent être obtenues) sa balance des paiements avec l'étranger.

## M. GEORGES VINANT

M. Georges Vinant est décédé le 1er février dernier, après une brève maladie, à l'âge de 57 ans. M. Vinant était l'une des personnalités les plus connues et les plus représentatives de la colonie française de Montréal. Il avait été également l'un des principaux animateurs de la Chambre de Commerce Française au Canada, qui lui doit beaucoup. Elu pour la première fois président de notre Chambre en 1939 — il devait l'être de nouveau en 1946 — il avait toujours manifesté à ce poste une activité, une énergie et un dynamisme qui expliquaient le succès de ses propres affaires.

C'est à son action personnelle que l'on doit notamment l'entente actuelle avec la Chambre de Commerce de New York, en vertu de laquelle notre Chambre dispose à Paris d'un bureau et d'un représentant permanents. C'est sous sa présidence, également, il y a quelques années, que le nombre des membres de notre Chambre, tant actifs qu'adhérents, a atteint son niveau le plus élevé. Ardent à la discussion, direct et volontaire, Georges Vinant était cordial, simple et extrêmement serviable. Connaisant le prix du succès, qu'il n'avait obtenu qu'avec persévérance, il était toujours prêt à faciliter la réussite des autres. Outre son activité à la Chambre de Commerce, il était directeur de l'Alliance Fran-



çaise et ancien délégué des Français du Canada au Conseil supérieur des Français de l'Étranger.

Ancien élève de l'École des Hautes Études Commerciales de Paris, Georges Vinant était venu la première fois au Canada en 1921, à l'occasion du Train-Exposition France-Canada. Il s'était établi en 1928 à Montréal, où il mit sur pied la société d'importation "Vinant Limitée", représentant exclusif de nombreuses maisons françaises, notamment des Parfums Guerlain. Il était également administrateur de A. Janin & Compagnie Ltée et de la Banque L. G. Beauvillain. Engagé volontaire en 1939, puis démobilisé en 1940, il s'était de nouveau engagé en 1942 dans les troupes alliées, avec lesquelles il participa, en qualité d'aviateur, à la fin des opérations. Il était chevalier de la Légion d'Honneur, membre de l'Ordre de l'Empire britannique et titulaire de l'Étoile de bronze des États-Unis.

Ses nombreux amis garderont de lui le souvenir d'un homme loyal et généreux qui faisait honneur à son pays. Il laisse son épouse, née Suzanne Dufour, son frère, Jean Vinant, et sa sœur, Mlle Gabrielle Vinant, tous deux de Paris, son beau-fils, M. Claude Boyer, sa belle-fille et leurs deux enfants. La Chambre de Commerce Française au Canada leur présente ses plus sincères condoléances.

### Les persuadeurs . . .

(suite de la page 14)

marque de céréales pour breakfast constituait la plus grande dégradation dont puisse se rendre coupable le système démocratique".

Vance Packard décrit enfin l'individu soumis aux manipulations des sociologues psychanalystes qui bâtissent un nouvel ordre social. L'homme devient le rouage d'un "team". On le lui enseigne clairement. Il doit renoncer à l'individualisme de peur d'être expulsé du team. Le souci de la promotion l'incite davantage à la servilité qu'à l'affirmation de sa personnalité, ce qui devient tout à fait contraire aux conceptions démocratiques et aux qualités traditionnellement américaines. Certains formulaires d'embauchage obligent le postulant à se livrer à une autodissection de sa personnalité et à exposer les détails les plus personnels de sa vie privée, familiale, conjugale. On se demande alors sur quoi on peut se baser pour critiquer le marxisme. On retrouve le même formalisme conduisant à la même dictature sous les apparences de la démocratie. En face du "oui" imposé de gré ou de force par une propagande émanant des hautes sphères du gouvernement, on retrouverait le "oui machiné" d'une masse docile qui ne conserverait que l'illusion de la liberté.

Il existe grâce à Dieu, aux États-Unis et dans les autres démocraties, des forces qui s'opposent à ce danger. L'auteur, se plaçant brièvement sur le plan moral, délimite justement la zone dangereuse. La dépasser conduirait au biocontrôle que l'électronique mettra un jour ou l'autre à la

disposition de l'homme. Il n'y aurait plus besoin, en Russie ou ailleurs, d'endoctrinement pour subjuguer l'homme et achever d'en faire un robot plus ou moins pensant. Les religions elles-mêmes, qui ont parfois tendance à glisser sur la pente de la motivation (les "décisions" des évangélistes dans les vélodromes, l'exploitation de l'ambiance extatique de certains sanctuaires et pèlerinages) pourraient encore s'adresser à des âmes libres, disponibles?

C'est en souriant que l'on commence à parcourir le livre de Vance Packard, les astuces des publicistes sont amusantes. Mais on le ferme avec inquiétude, car il est dangereux de se servir de l'esprit humain comme d'un jouet. L'esprit, ce don unique et sacré, forme un tout; une déformation partielle peut dégrader en dégradation totale.

Vance Packard suggère à chacun de prendre garde, de défendre l'intimité de son esprit et la liberté de son choix. Il ne dit pas comment. Or, le remède peut sembler difficile à trouver pour l'homme qui ne peut échapper ni à son siècle ni à son rythme de vie. Il y a cependant des remèdes pratiques, des retraites: condamner la T.V. au profit de la lecture, s'écarter des sollicitations par trop lancinantes, s'intéresser à l'œuvre d'art qui libère, remiser la voiture pour les vacances, prendre le train avec tout le monde, prendre ensuite ses jambes par monts et par vaux, en un mot, se retrouver, remettre d'aplomb son esprit, ses goûts, ses idées, ses croyances.

L'homme ne peut échapper ni au monde ni à son évolution, mais il a le devoir, sous peine de se perdre, de préserver son libre arbitre.

# La voie maritime du Saint-Laurent

## Les tarifs de péage

*En présence de Sa Majesté la reine Elisabeth, du président Eisenhower et du premier ministre canadien J. Diefenbaker, la voie maritime du Saint-Laurent sera officiellement inaugurée à Montréal le 26 juin prochain. Mais les premiers océaniques l'utilisent déjà depuis peu. Il nous a donc paru intéressant de préciser, dès maintenant, quels sont ses tarifs de péage.*

L'accord intervenu entre le Canada et les Etats-Unis sur le tarif de péages applicable à la voie maritime du Saint-Laurent prévoit la répartition des recettes provenant des péages, le mode de perception, les légères modifications qui pourront éventuellement être apportées au tarif et la constitution d'un comité consultatif conjoint des péages pour entendre les plaintes relatives à l'interprétation du tarif ou aux allégations de distinction injuste. Le tarif est entré en vigueur le 1er avril 1959.

L'établissement de péages destinés à payer le coût de construction et les frais d'entretien de la voie maritime, y compris le coût de l'approfondissement et de l'entretien du canal de Welland comme partie intégrante de la voie maritime, a été prévu par la loi de 1951 sur l'Administration de la voie maritime du Saint-Laurent. Le principe en a été discuté à fond à l'époque et fut adopté à l'unanimité par le Parlement.

Les taux de péage adoptés se composent des péages qu'avaient recommandés, le 12 juin 1958, les comités des péages des organismes de la voie maritime. Quelques modifications et éclaircissements ont été apportés à la définition de cargaisons en vrac et cargaisons mixtes.

Les taux de péage se fondent sur une imposition combinée comprenant les frais à payer par tonne de cargaison effectivement transportée et les frais à payer par tonneau de jauge brute au registre, applicable à tous les navires, qu'ils transportent une pleine charge ou une charge partielle ou qu'ils soient sur lest.

Le mode d'imposition et de perception des péages a été adopté en vue de réaliser les fins suivantes :

1. Méthode d'application simple, réduisant au minimum les frais de perception et permettant de hâter le mouvement des navires ;
2. Recouvrement du coût de la voie maritime et de son exploitation d'après une formule fournissant des taux économiques du point de vue de l'utilisateur et susceptible d'attirer le trafic.

Les péages seront les suivants :

*Pour le trajet de Montréal au lac Ontario seulement (ou du lac Erié, un navire aura à payer 6 cents par tonneau de jauge brute au registre, et, en outre, 42 cents par tonne de cargaison en vrac et 95 cents par tonne de cargaison mixte transportée.*

*Pour le trajet de Montréal au lac Ontario seulement (ou du lac Ontario à Montréal seulement) un navire aura à payer 4 cents par tonneau de jauge brute au registre, et, en outre, 40 cents par tonne de cargaison en vrac et 90 cents par tonne de cargaison mixte transportée. Pour une traversée partielle des nouveaux aménagements de la voie maritime — entre Montréal et le lac Ontario — où se trouvent sept écluses, l'utilisateur aura à payer, pour le passage de chaque écluse, 15 % du péage applicable au trajet entier.*

*Pour le trajet du canal Welland seulement, un navire aura à payer 2 cents par tonneau de jauge brute au registre, et, en outre,*

2 cents par tonne de cargaison en vrac et 5 cents par tonne de cargaison mixte transportée. Pour un trajet partiel du canal de Welland, il sera sujet à 50 % du péage applicable au trajet entier, quel que soit le nombre de passages d'écluses.

Les autres principaux points de l'entente et des taux de péage sont les suivants :

Dans le cas des navires de commerce transportant des passagers, le péage sera de 50 cents par passager pour le passage de chaque écluse entre Montréal et le lac Erié, en plus des péages sur le navire et la cargaison. Les péages pour un trajet entier de la voie maritime sera de 7,50 dollars par passager.

Le tarif s'appliquera à tous les genres d'embarcation utilisant la voie maritime, y compris les navires de l'Etat ou les navires exploités par l'Etat, sauf les navires des organismes de la voie maritime ou ceux que ces organismes emploient.

Les embarcations de plaisance seront soumises aux mêmes péages que les autres navires, sauf que la taxe minimum sera de 2 dollars pour le passage de chaque écluse. Pour tous les autres navires, le taux minimum sera de 4 dollars pour le passage de chaque écluse.

L'unité de poids pour la perception des péages sera la tonne de deux mille livres.

Certaines dispositions prévoient que les navires devront être inscrits au préalable et qu'un cautionnement satisfaisant quant à l'acquiescement des péages devra être fourni avant que le trajet soit autorisé. La perception des péages et la facturation, de même que



Construction d'un pont sur la rive sud du Saint-Laurent, nécessitée par la voie maritime.

la préparation des données statistiques, sont confiées à l'Administration de la voie maritime du Saint-Laurent à Cornwall. La Saint Lawrence Seaway Development Corporation participera aux services de facturation et de perception et en paiera une partie du coût annuel. Les frais seront promptement facturés au propriétaire ou à son représentant, et seront payables dans les quatorze jours de la facturation. A défaut de paiement dans ce délai, une surtaxe de 5 %, au plus, de la somme due pourra être exigée.

Pour un trajet entier de Montréal au lac Ontario, ou vice versa, la facture indiquera deux montants à payer: 1) un montant en monnaie canadienne pour couvrir la proportion applicable à l'Administration de la voie maritime du Saint-Laurent, qui a été fixée à l'origine à 71 % des frais totaux, et 2) le reliquat, soit 29 %, en monnaie des Etats-Unis, représentant la proportion applicable à la Saint Lawrence Seaway Development Corporation. Les péages pour le trajet du canal de Welland se paieront en monnaie canadienne.

La cargaison en vrac, suivant la définition donnée dans le tarif des péages, comprend les marchandises lâches ou en masse qui doivent généralement être pelletées, pompées, soufflées, manipulées à la pelle ou à la fourche et, sans limiter la portée générale du terme ni en modifier le sens en aucune façon, est censée comprendre l'orge, le sarrasin, le maïs, les haricots secs, les pois secs, la graine de lin, la graine de colza et autres graines oléagineuses, la farine, les criblures de grains, les issues de meunerie contenant au plus 35 % d'ingrédients autres que les céréales ou leurs produits, l'avoine, le seigle et le blé, en vrac ou en sacs; le ciment, en vrac ou en sacs; le coke et le coke de pétrole, en vrac ou en sacs; le fret domestique en ballot; les liquides transportés dans les citernes du navire; les minerais et minéraux, en vrac ou en sacs, y compris l'alumine, la bauxite, le charbon, le gravier, la roche phosphatée, le sable, la pierre et le soufre; la fonte en gueuse, la ferraille de fer et d'acier, le bois à pâte, les poteaux et billes, détachés ou liés; le sucre brut, en vrac ou en sacs; et la pâte de bois, en vrac ou en balles. Toutes les denrées non comprises dans la définition de la cargaison en vrac seront classées comme cargaison mixte.

L'entente stipule que les recettes provenant des péages pour la partie de la voie maritime située entre Montréal et le lac Ontario seront partagées en proportion des frais annuels des deux organismes de la voie maritime. L'entente permet aussi, conformément à une procédure reconnue, d'apporter des modifications à la liste des marchandises définies comme "cargaison en vrac".

Le Comité consultatif conjoint des péages qui sera constitué se composera de quatre personnes, dont deux seront nommées par



#### **Oval Room:**

Somptueusement décoré dans le style "Adam"  
Déjeuner et dîner  
Fameux buffet-souper tous les dimanches soirs

#### **Lounge:**

Cocktails et thé l'après-midi

#### **Maritime Bar:**

Spécialité: poissons

#### **Ritz Cafe:**

Petit déjeuner, déjeuner et dîner  
à prix modérés

l'Administration de la voie maritime du Saint-Laurent et deux par la Saint Lawrence Seaway Development Corporation. Le Comité entendra des plaintes relatives à l'interprétation du tarif par l'Administration ou la Corporation ou relatives aux allégations de distinction injuste résultant de l'application du tarif, et il communiquera à l'Administration et à la Corporation américaine ses constatations et recommandations.

Les deux organismes de la voie maritime sont chargés de présenter à leurs gouvernements respectifs, au plus tard le 1er juillet 1964, des rapports sur la suffisance des péages autorisés pour répondre aux exigences statutaires et de faire reviser le tarif en conséquence. Les révisions du tarif pourront, en d'autres circonstances, se faire à la suite d'une décision des deux gouvernements.

## **C'EST LE DEVOIR DE CHAQUE FRANÇAIS AU CANADA**

*... de faire connaître la France autour de lui. Pour vous aider dans cette œuvre bénévole, procurez-vous gratuitement brochures, dépliants, informations diverses, auprès des:*

### **SERVICES OFFICIELS DU TOURISME FRANÇAIS**

**1170 rue DRUMMOND, MONTREAL**

**Tél.: UNiversity 6-5016**

## Biens d'équipement . . .

(suite de la page 20)

c) Le problème de la localisation géographique de l'échelon canadien à créer mérite un examen attentif. L'Ontario (Toronto) représente actuellement à lui seul 50 % de l'industrie et du marché canadiens. Cette région semble donc indiquée pour la distribution des machines destinées à l'industrie de transformation. Par contre, pour le gros équipement, on pourra hésiter, selon le cas, entre cette province et la province de Québec (Montréal).

d) Il est en revanche très contre-indiqué de songer (comme nous ne l'avons que trop fait jusqu'ici) à faire prospecter le marché canadien par un agent fixé aux Etats-Unis ou même par un fabricant américain. Cette solution est certes un pis-aller acceptable lorsque la société française ne désire pas s'intéresser au marché canadien, mais il faut comprendre que le marché canadien, sauf de rares exceptions, n'est pour un fabricant américain qu'un marché accessoire par rapport à son propre marché domestique. Même si le matériel est fabriqué sous licence aux Etats-Unis, il sera quelquefois plus avantageux d'exporter directement de France au Canada.

En revanche, il sera toujours souhaitable d'adopter, pour nos fabrications, des normes américaines ou cana-

diennes qui permettent d'aborder de front ces deux marchés, et même de concurrencer leurs exportations sur les autres marchés. Ceux de nos fabricants — et ils sont un certain nombre — qui l'ont fait s'en sont félicités.

Mais, quelles que soient les dispositions prises pour assurer notre implantation sur ce marché, rien de solide ne pourra être accompli si les directions de nos sociétés n'acceptent pas d'accorder à leurs représentants sur le marché canadien cette constante compréhension de leurs problèmes commerciaux, qu'il s'agisse des délais de livraison, qui devront être courts et scrupuleusement respectés, du fonctionnement de leurs services de correspondance et de pièces détachées, qui devront être efficaces et rapides, ou encore de l'attitude des services de fabrication à l'égard des demandes de modification des matériels destinés à les rendre plus conformes aux conditions et aux normes du marché. Il ne s'agit en somme que d'accorder aux problèmes commerciaux de l'exportation l'importance qui leur est due dans notre économie.

C'est avec tristesse que nous avons appris, le 21 janvier, la mort subite de M. Armand Bornstein, président de Allied Press Inc. M. Bornstein était membre de la Chambre et imprimait notre Revue depuis des années. Nous présentons à Mme E. Bornstein nos plus sincères condoléances et l'assurance de toute notre sympathie.

## Soyez à la page

## Renseignez-vous sur le Canada



Comme homme d'affaires qui se soucie du Canada, vous voudrez recevoir chaque mois la *Revue des Affaires* de la Banque de Montréal. Cette publication bourrée de faits contient :

1. Des études claires sur le développement économique du Canada et ses problèmes.
2. Des chroniques détaillées sur la situation industrielle et commerciale à travers le pays.

Il nous fera grand plaisir de vous faire le service de la *Revue des Affaires* de la B de M immédiatement. Il suffit d'un mot de demande sur votre papier à lettre, au Service des Relations Extérieures, Banque de Montréal, C.P. 6002, Montréal.



## BANQUE DE MONTRÉAL

*La Première Banque au Canada*

Plus de 750 succursales au Canada  
Ressources: \$3,000,000,000

au service des Canadiens dans toutes les sphères de la vie depuis 1817

# APISERUM

de BELVEFER

Solution Pure de GELÉE ROYALE

Importé de France

Concessionnaires exclusifs pour le Canada:

J. DELEPINE — R. LESTANG

170 est, rue Dorchester, Montréal

UN. 1-7173

## Nos Nouveaux Membres

### FRANCE

APPAREILLAGE ELECTRIQUE LA-HO  
31, rue Rouget de l'Isle, Saint-Maur (Seine)

ETS. BEAUVILLAIN-DAVOINE  
(Fabrique de dentelles et broderies)  
76, rue du Général Leclerc, Caudry (Nord)

COMPAGNIE FINANCIERE DE SUEZ  
(Société d'investissements)  
1, rue d'Astorg, Paris

### CANADA

#### Sociétés

A.E. AMES & CO. LIMITED  
(Courtiers en valeurs)  
360 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal 1

#### Délégués:

MM. W. J. Piper, administrateur, Jean Saint-Pierre

ATLAS FILM DISTRIBUTORS  
Distribution de films européens  
5800, avenue Monkland, Montréal

#### Délégués:

M. Joseph Oupcher, président directeur général  
M. Harry Cohen, administrateur général, secrétaire-trésorier

BANQUE IMPERIALE DU CANADA  
610 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal 3

#### Délégués:

MM. S. Higginson, M. P. E. Lamarre, M. U. Mumenthaler

FRENCH PETROLEUM COMPANY  
OF CANADA LTD.

Production de pétrole brut et de gaz naturel  
635 - 6th Avenue S.W., Calgary, Alberta

#### Délégués:

M. de Cizancourt, président, W.T. Hamilton, vice-président,  
R. Van den Perre, président du conseil d'administration

HOTEL RITZ-CARLTON  
Rue Sherbrooke ouest, Montréal

#### Délégué:

M. Jean Contat, directeur général

LA BANQUE D'EPARGNE DE LA CITE  
ET DU DISTRICT DE MONTREAL  
262 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal

#### Délégués:

MM. Adrien Audet, Austin Kennedy, Arthur Leboeuf

LIBRAIRIE J. A. PONY LTEE  
Libraire, éditeur, importation, exportation  
554 est, rue Sainte-Catherine, Montréal

#### Délégués:

M. Germain Cadieux, gérant  
MMmes Françoise Jarosz et B. D. Simpson, représentantes

TRUST GENERAL DU CANADA  
(Compagnie de fiducie)

84 ouest, rue Notre-Dame, Montréal 1

#### Délégués:

MM. Marcel Faribault, président, Henri N. Guilbault, directeur,  
Jean-Guy Cardinal, secrétaire

#### Membres actifs

M. Joseph O. ASSELIN  
Administrateur  
La Banque Mercantile du Canada  
495, carré Victoria, Montréal

M. P. A. BENOIT  
Officier des relations extérieures  
Société d'Administration et de Fiducie  
10 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal

M. Paul BOUSSION  
Importateur  
772 ouest, rue Jean Talon, Montréal

M. Jean CLAVEL  
Directeur adjoint, Service des relations extérieures  
Aluminum Company of Canada Ltd.  
1700 Edifice Sun Life, Montréal

M. Yvan GODEC  
Gérant de ventes  
901 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal

M. Claude HURTUBISE  
Représentant d'éditeurs français  
340, avenue Kensington, Montréal

M. Pierre LAPORTE  
Journal "Le Devoir"  
434 est, rue Notre-Dame, Montréal

M. Jean R. LE COCHENNEC  
Courtier en assurances  
12090, boulevard Taylor, Montréal

M. Guy LEFEBVRE  
Société Fomac Ltée  
480 ouest, rue Lagachetière, Montréal

M. Raymond LETTE  
Avocat  
Duranleau, Dupré, Duranleau, Lette et Cousineu (avocats)  
60 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal

M<sup>e</sup> Paul GALT MICHAUD  
Avocat  
1117 ouest, rue Sainte-Catherine, Montréal

M. Guy SAUVIAT  
G. R. Sauviat & Ass. Ltée (Agence de publicité)  
1236, rue Crescent, Montréal

M. Marc SPITZER  
Président  
Swiss Corporation for Canadian Investments Ltd.  
360 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal

M. Jean TASSIN  
Directeur du Groupe de la Production et des Services  
Société L'Air Liquide  
1111 Beaver Hall Hill, Montréal

# Membres de la Chambre de Commerce Française au Canada

## PRESIDENT D'HONNEUR

**Son Excellence Monsieur Francis Lacoste**  
Ambassadeur de France au Canada

## VICE-PRESIDENTS D'HONNEUR

**M. Raymond Treuil**  
Conseiller Commercial et Financier  
près l'Ambassade de France au Canada

**M. Raymond de Boyer de Sainte-Suzanne**  
Consul Général de France à Montréal

## CONSEIL D'ADMINISTRATION

### PRESIDENT

**M. Bernard Lechartier**

### VICE-PRESIDENTS

**M. Raymond Dupuis, C.R.**  
**M. Jean Ponsot**

### SECRETAIRE

**Me Georges A. Roy**

### TRESORIER

**M. François Ducros**

### CONSEILLERS

**M. Jean Contat**  
**Le Colonel Maurice Forget**  
**L'Hon. Wilfrid Gagnon**  
**MM. Bernard Leclerc**  
**Gérard Parizeau**  
**Pierre Salbaing**  
**Etienne Spire**  
**John H. F. Turner**

### CONSEIL D'ARBITRAGE

**MM. P. Andrieux**  
**G. Boussion**  
**G. Boulizon**  
**G. Duron**  
**H. de Lanauze**  
**R. Le Bouëdec**  
**A. Ligné**  
**B. Robert de Massy**  
**R. Mazur**  
**P. Mora**  
**A. Quedec**

## MEMBRE D'HONNEUR

**M. Marcel Nougier**  
Ancien Président

## MEMBRES ACTIFS

**M. Pierre d'Allemagne**, ingénieur conseil, 3180, avenue Van Horne, Montréal.

**M. Pierre Andrieux**, industriel, banquier, 2182, avenue Lincoln, Montréal 25.

**M. Joseph Asselin**, banquier, La Banque Mercantile du Canada, 495, carré Victoria, Montréal.

**M. Maurice Aubin**, propriétaire et gérant de M. P. Aubin Reg'd. Représentant de manufactures, importateurs, 620, rue Cathcart, Montréal 2.

**M. François Avon**, directeur général de Poulenc Ltée, 8580, rue de l'Esplanade, Montréal 11.

**M. Louis Baisez**, représentation de fabriques et de maisons d'éditions, 829, avenue Pratt, Montréal 8.

**M. Henri Beaulieu**, C.R., avocat de l'étude de Beaulieu, Beaulieu et Casgrain, 10 est, rue Saint-Jacques, ch. 61, Montréal 1.

**M. Victor Bedos**, président de H. Bedos & Co., (Canada) Inc., 445 ouest, rue Jean Talon, Montréal 15.

**M. Marcel Bellier**, Techniques Françaises Enrg., 382, chemin de la Côte Sainte-Catherine, Montréal 8.

**M. Jacques Bénard**, ancien président, conseiller du Commerce extérieur, vice-président de B.O.P., 455 ouest, rue Craig, Montréal 1.

**M. P. A. Benoit**, officier des Relations extérieures de la Société d'Administration et de Fiducie, 10 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.

**M. Abel Benquet**, restaurateur, "Le Petit Trianon", 2012, rue Peel, Montréal.

**M. Léopold Bernier**, président de C. X. Tranchemontagne & Cie Ltée (importateur de textiles en gros), 459, rue Saint-Sulpice, Montréal.

**M. André Bertheau**, 3500, rue de la Montagne, Montréal.

**M. Hector Bertrand**, C.A., comptable agréé, a/s Lorenzo Bélanger & Associés, 1980 ouest, rue Sherbrooke, suite 360, Montréal 25.

**M. André Blouin**, architecte et urbaniste, 420, Côte Saint-Antoine, Montréal.

**M. P. Horace Boivin**, maire de la cité de Granby, Granby, P.Q.

**M. E. D. Bonnard**, président de Bonnard Equipment Ltd. (Tracteurs "Fergusson et Massey-Harris", Machines aratoires — Moteurs Gardner Diesel), 2575, Remembrance Road, Lachine 32, P.Q.

**M. Jean Bonnel**, 1570 ouest, rue Bernard, Montréal 8.

**M. Guy Boulizon**, Librairie Beauchemin, 656, rue Wiseman, Montréal 8.

**M. Bernard de L. Bourgeois**, avocat (Elder, Laidley, Leslie, Bourgeois & Doheny), 507, place d'Armes, Montréal.

**M. Gabriel Boussion**, importateur, représentant de vins, jus de fruits et produits spéciaux pour distilleries, vineries, 772 ouest, rue Jean-Talon, Montréal 15.

**M. Paul Boussion**, importateur, 772 ouest, rue Jean Talon, Montréal.

**M. Paul Louis Bouvart**, directeur, adjoint du directeur général, Poulenc Ltée, 8580, rue Esplanade, Montréal 11.

**M. François Bouyeux**, restaurateur, 12 est, rue Craig, Montréal.

**M. Guy R. Brassard**, Brassard Reg'd. (importation-exportation), 2245, rue Viau, Montréal 4.

**Bruck Mills Ltd.** (représenté par M. F. J. Delicaet), fabricants de textile (importation-exportation), fils de soie artificielle et nylon, 460 ouest, rue Sainte-Catherine, Montréal.

**M. Jean Brusset**, président, West Can. Oil and Gas Ltd., 505 - 8th Avenue S.W., Calgary, Alta.

**M. Charles Cadou**, courtier en assurances, agent général de maisons de cognac, vins et porto, 4660 Queen Mary Road, Montréal 26.

**M. Guy Chabot**, associé senior de Raymond Chabot, Martin Paré et Cie, comptables agréés, 132 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.

**M. Roland A. Chagnon**, C.A., président de Fred. A. Lallemand & Cie Ltée (manufacturiers de levure et distributeurs de fromage), 1620, rue Préfontaine, Montréal 4.

**M. Edouard Chamberland** (manufacturier d'essences culinaires, importateur de produits alimentaires), 139 ouest, rue Saint-Paul, Montréal.

**M. Jean Charton**, président de Herdt & Charton Inc. (importations), 2245, rue Viau, Montréal 4.

**M. Louis-Paul Chartrand**, Office Général des Grandes Marques, importations-exportations-représentations, 1768, Cedar Ave., Montréal.

- M. Jean Clavel, directeur adjoint, Service des relations extérieures, Aluminum Co. of Canada Ltd., 1700 Edifice Sun Life, Montréal.
- M. Albert Clément, importateur, représentant, vins et liqueurs et produits alimentaires, Casier postal 384, Westmount, Montréal 6.
- M. Emile Jules Colas, avocat et ingénieur civil diplômé, 276 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.
- M. Louis Collard, 3465, Ridgewood, Montréal 29.
- M. Jean G. Contat, ancien président, directeur général de l'hôtel Ritz Carlton, rue Sherbrooke ouest, Montréal.
- M. J. Eugène Côté, chef de la publicité, Ronalds Advertising Agency Ltd., Keefer Bldg., 1440 ouest, rue Sainte-Catherine, Montréal.
- M. Martial E. Coullenot, ingénieur civil, importateur, agent général de manufactures, 750, avenue Pratt, Montréal.
- M. Jean-Antoine Cramer, a/s Greenshields & Co., 507, place d'Armes, Montréal.
- M. René Crozier, vice-président, J. B. Martin Company Ltd., B.P. 7, Saint-Jean, P.Q.
- M. J. Louis Davignon, gérant général adjoint, Banque Canadienne Nationale, 112 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.
- M. R. B. Daville, directeur-gérant, William Whiteley (Canada) Ltd. (importateurs vins et spiritueux), 1610 ouest, rue Sherbrooke, Montréal.
- M. J. B. Delépine, importateur de produits diététiques (Apisérum), 170 est, rue Dorchester, suite 105, Montréal.
- M. Georges Delrue, joaillier, 1520, rue Crescent, Montréal.
- M. Raymond Denis, organisateur général, La Sauvagerie, compagnie d'assurance-vie, 152 est, rue Notre-Dame, Montréal.
- M. Emile Désorcy, directeur pour la Division Montréal du Crédit Foncier Franco-Canadien, 5 est, rue Saint-Jacques, Montréal.
- M. P. Hervé Desrosiers, industriel, 1405, rue Peel, Montréal.
- M. Marc Dhavernas, ancien président, président, North American Utilities, Sicard Inc., 2100, rue Drummond, Montréal 25.
- M. Henri Dolisie, ancien président et conseiller du Commerce extérieur, ingénieur, président Canadien Liquid Air, 1111 Beaver Hall Hill, Montréal.
- M. Frédéric Dréville, ingénieur hydraulicien, 5166 Westbury Ave., Montréal 26.
- M. R. M. Druenne, 510, 26ème Avenue, Pointe-aux-Trembles, P.Q.
- M. Hubert Du Crest, directeur de la Maison René A. Pigeon & Associés Ltée, courtiers d'assurances, 275 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.
- M. François Ducros, administrateur délégué, Corporation Pharmaceutique Française Ltée (fabricants, représentants de produits pharmaceutiques), 200, rue Vallée, Montréal.
- M. François Dupré, président, hôtel Ritz Carlton, rue Sherbrooke ouest, Montréal.
- M. Jules Dupré, C.R., avocat, 60 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.
- M. Jules Louis Dupuis, propriétaire hôtel et restaurant, Domaine des Hautes Roches, à Eastman, P.Q.
- M. Raymond Dupuis, C.R., président de la Maison Dupuis Frères Ltée, 865 est, rue Sainte-Catherine, Montréal.
- M. Gaston Durand, directeur, Perrin Glove Co. Canada Ltd., 437, rue Mayor, Montréal.
- M. Victor Durand, représentant de manufacturiers français, 5025, rue Christophe-Colomb, Montréal.
- M. René Duron, courtier en immeubles, 1465 ouest, rue Bernard, Montréal.
- M. Jean-Claude Eddé, président de J. Eddé Ltée, importations de produits pharmaceutiques français, 1154, Beaver Hall Square, Montréal.
- M. Claude Farjon, Salon Claude Enrg., coiffeur pour dames, Hôtel de La Salle, 1240, rue Drummond, Montréal.
- M. Pierre Fluyt, Cambridge Press (imprimerie), 400 Atlantic Ave., Montréal.
- M. Hector Fontaine, président du conseil, Agence Canadienne de Publicité Ltée, 1454, rue de la Montagne, Montréal.
- Col. Maurice Forget, président de Forget & Forget Ltée, 51 ouest rue Saint-Jacques, Montréal.
- Honorable Wilfrid Gagnon, industriel, 680 ouest, rue Sherbrooke, Montréal.
- M. Paul R. Gauthier, La Librairie Canadienne Enrg. (fournitures scolaires et articles religieux en gros), 397-399, rue de la Canardière, Québec, P.Q.
- M. Gérard B. Genest, vice-président de l'exécutif, en charge des ventes, et assistant-directeur général de Herdt & Charton Inc. (importations-exportations, parfums, spécialités pharmaceutiques, vins et liqueurs), 2245, rue Viau, Montréal 4.
- M. Robert Gens, propriétaire de Robert Gens & Cie, fabricants d'ornements d'église, 293, chemin du Tour, Ile Bigras, comté Laval, P.Q.
- M. Henri Gérin-Lajoie, C.R., avocat, membre senior de la firme légale Lajoie, Gélinas & Lajoie, 60 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.
- M. Maurice Gervais, gérant, Banque Canadienne Nationale, 1001 ouest, rue Sainte-Catherine, Montréal.
- M. Francis Glorieux, fabricant de tissus de laine, Textile Sainte-Anne Ltée, Rigaud, P.Q.
- M. François Gobin-Daude, président des Daude Industries of Canada Ltd., 11425 Cherrier Street, Montréal 5, P.Q.
- M. Yvan Godec, gérant de ventes, 901 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.
- M. Paul Gremeaux, représentant de la Fonderie Paccard à Ancey-le-Vieux; Etablissements Mamiias, à Gagny (S. et O.); Max Ingrand, à Paris, 5579, rue Paré, Montréal 16.
- M. H. G. Grenier, Placements Métropole Ltée, 7795, avenue Querbes, Montréal.
- M. Jacques Grunberg, directeur du Département des Procédés, L'Air Liquide, 1111 Beaver Hall Hill, Montréal.
- M. René Guillemette, président, Atlas Néon Ltd., 8203, rue Casgrain, Montréal.
- M. Jacques S. Guillon, président, Simax Corporation Ltd., 1638 ouest, rue Sherbrooke, Montréal 25.
- M. Pierre Guyot, articles pour la fabrication d'ornements d'églises, orfèvreries d'églises, 1031 est, rue Rachel, Montréal.
- M. Claude Hurtubise, représentant d'éditeurs français, 340, avenue Kensington, Montréal.
- M. Gaston Joven, directeur, A. Janin & Cie Ltée, 7085, chemin de la Côte des Neiges, Montréal.
- M. Alfred Lacaze, directeur de la Parfumerie L. T. Piver Ltée, 1030, rue Saint-Alexandre, Montréal.
- M. Robert H. Lacour, optométriste-opticien, 4693, rue Delorimier, Montréal.
- M. Henri Lamande, restaurateur, propriétaire du restaurant français "Lamande", 1354, rue Notre-Dame, Trois-Rivières, P.Q.
- M. Henri de Lanauze, importateur, appareils cinématographiques, appareils photographiques, service technique et films de formats réduits, 1027, rue Bleury, Montréal.
- M. Pierre Laporte, journal "Le Devoir", 434 est, rue Notre-Dame, Montréal.
- M. Raymond Lavoie, directeur général adjoint, Crédit Foncier Franco-Canadien, 5 est, rue Saint-Jacques, Montréal.
- M. Roger Lebert, boucher, "Anjou-Québec", 807 est, avenue Laurier, Montréal.
- M. Charles Le Borgne, représentations industrielles et commerciales, 1487, rue de la Montagne, Montréal.
- M. Bernard Lechartier, directeur général, Crédit Foncier Franco-Canadien, 5 est, rue Saint-Jacques, Montréal.
- M. Bernard Leclerc, secrétaire général, Crédit Foncier Franco-Canadien, 5 est, rue Saint-Jacques, Montréal.
- M. Jean R. Le Cochenec, courtier en assurances, 12090, boulevard Taylor, Montréal.
- M. Henri Lecocq, directeur, Rodier (Canada) Ltée, représentant des Soieries Staron, 714 New Birks Building, Montréal.
- M. Guy Lefebvre, Société Fomac Ltée, 480 ouest, rue Lagauchetière, Montréal.
- M. Henry E. Lefèvre, ancien président et conseiller du Commerce extérieur, président Dominion Potash Ltd., 310, avenue Victoria, Westmount, Montréal 6.
- M. Raymond Lette, avocat, a/s Duranleau, Dupré, Duranleau, Lette & Cousineau, 60 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal 1.
- M. André Ligne, administrateur directeur, Coty (Canada) Ltd. (Manufacturiers et distributeurs de cosmétiques), 7335, boulevard Saint-Laurent, Montréal.
- M. Jacques de Liniers, président Wood Preservation Industries Ltd. (traitement des bois) et Barter & Trade Ltd., 2807, avenue Willowdale, Montréal.
- M. J. Loevenbruck (Produits alimentaires ANCO Ltée), importations de produits alimentaires, 1565, rue d'Iberville, Montréal.
- M. Gabriel Lucas, joaillier, 1476 ouest, rue Sherbrooke, Montréal.
- M. André Malavoy, agent de voyages, 1225 ouest, rue Dorchester, Montréal.
- M. René Malterre, maître-bénédictin, 2423 est, rue Notre-Dame, Montréal.
- M. Roger Maréchal, président de Maréchal Constructions Ltd., 10744, rue Lamoureux, Montréal-Nord.
- M. Raphaël Markowski, président, "Au Petit Versailles" (articles pour cadeaux), 930 est, rue Sainte-Catherine, Montréal.
- M. Paul Maugré, publiciste, administrateur, Tournée Théâtrale, 3610, rue McTavish, Montréal.
- M. Raymond Mazur, importateur et distributeur, président Sélection Ltée (spécialités pour enfants); président Sélecta Inc. (distributeurs de home appliances and air conditioning), 6612, rue Saint-Hubert, Montréal 10.
- M. Georges H. Mercier, directeur, Service expansion économique, Banque Royale du Canada, 360 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal 1.
- M. Henry A. Mhun, économiste-conseil, 1462, rue Bishop, Montréal.
- M. J. F. Eugène Michaud, courtier en impressions, 4547, rue De Lanaudière, Montréal 34.
- M. Paul Galt Michaud, avocat, 1117 ouest, rue Sainte-Catherine, Montréal.
- M. Henri Jacques M6, importateur, fabricant de meubles Moblex, 11845, rue Fillion, Montréal.
- M. Pierre Mora, ingénieur, représentant au Canada des Entreprises Fougerolle, Key Construction, 1070, rue Bleury, Montréal.
- M. René Morand, président de Boulevard Dodge-DeSoto Ltd., représentant exclusif de Chrysler Corporation, 3191, rue Tremblay, Montréal 26.
- M. Henry de la Myre Mory, président, Cosmex Ltée (agents généraux pour Lancôme, S.A.), 1522 ouest, rue Sherbrooke, Montréal.
- M. Aurélien Noël, C.A., associé de Maheu, Noël et Cie, comptables agréés, 276 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.
- M. Jean Nolin, conseil en publicité, agent général au Canada de Didot-Bottin (Paris) et de Publi-mondial (Paris), casier postal 356, Westmount, Montréal 6.
- M. Marcel Nougier, ancien président et conseiller du Commerce extérieur, importateur de spécialités pharmaceutiques et produits français, directeur de Coronet Drug Co., 260 est, rue Rachel, Montréal 18.
- M. Jean Olive, président, Corporation Pharmaceutique Française, 200, rue Vallée, Montréal.
- M. J. Alfred Ouimet, importateur, agent manufacturier, spécialités: conserves alimentaires, 84 ouest, rue Saint-Paul, Montréal.
- M. Vital J. J. Panneels, agent général importateur (coutellerie, outillage, armes, textiles spéciaux), 1003 ouest, rue Bernard, Montréal 8.
- M. Roger Paquet, Hôtel le Châtelet, Morin Heights, P.Q.
- M. Gérard Parizeau, président de Gérard Parizeau Inc., directeur de la revue "Assurances"; professeur à l'École des Hautes Etudes Commerciales, 410, rue Saint-Nicholas, ch. 18, Montréal 1.
- M. André Pasquin, directeur, Service des Relations Etrangères, La Banque Provinciale du Canada, 221 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.
- M. Marcel Pasquin, suite 101, 4920, avenue Western, Westmount (Montréal 6).
- M. Michel Pasquin, président, Intercontinental Corporation of Canada (Agence immobilière); Michel Pasquin & Associés (Expertises immobilières); suite 101, 4920, avenue Western, Westmount (Montréal 6).
- M. René C. Pasquin, courtier d'assurances, 276 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.
- M. Gaston Pelletier, pharmacien, gérant général de Vinant Ltée, 8355, boulevard Saint-Laurent, Montréal 11.
- M. Albert Pinel, ingénieur agricole, valeurs de placement, immeubles, 3800, avenue Dupuis, app. 15, Montréal 26.
- M. Jean Ponsot, représentant d'Air France, 1080, rue Université, Montréal.

**M. J. Aristide Pony**, propriétaire de la Librairie J. A. Pony Ltée, 554 est, rue Sainte-Catherine, Montréal.

**M. Gérard Potez**, administrateur de Valclair Investment Co. Ltd., président de Hortson (Canada) Inc., 132 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.

**M. E. Pouliot**, directeur Bianchini Férier (Canada) Ltée, soieries haute nouveauté, 600, New Birks Building, Montréal.

**M. Paul Pratt**, administrateur, maire de Longueuil, président de l'Office Central Catholique Ltée, 198, rue Saint-Alexandre, Longueuil.

**M. Walter Prior**, Anglo American Telegraph Co., 140 ouest, rue Notre-Dame, Montréal.

**M. André Quédec**, 4328 ouest, rue Sherbrooke, Montréal.

**M. Jean Racine**, directeur, C. E. Racine et Cie Ltée, courtiers en douane, 300, rue du Saint-Sacrement, Montréal.

**M. Jean Rivière**, gérant, Anglo French Glatines Ltd., 1487, rue de la Montagne, Montréal 25.

**M. Bernard Robert De Massy**, ingénieur E. N., vice-président Bristol Laboratories of Canada Ltd. (produits pharmaceutiques), 286 ouest, rue Saint-Paul, Montréal.

**M. Louis E. Robert**, agent de change, Geoffrion, Robert, Gélinas, 507, place d'Armes, suite 505, Montréal.

**M. Paul Robert**, docteur en médecine, 418 est, rue Sherbrooke, Montréal.

**M. Raymond Robic**, directeur, Maison Marion et Marion (ingénieurs conseils en matière de propriété industrielle), 2100, rue Drummond, Montréal.

**Rougier Inc.**, fabricants de produits pharmaceutiques, 2055, rue Favard, Montréal 22.

**M. Jean-Paul Rousseau**, président, North American Electronics Ltd., 55 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.

**M. Arcade Roy**, représentant, Département Etranger Hachette, 914, rue Saint-Denis, suite 118, Montréal.

**M. Georges Roy**, avocat (Gadbois, Roy et Gadbois), 5 est, rue Saint-Jacques, ch. 12, Montréal.

**M. Joseph Saint-Loup**, représentant de manufactures (articles religieux), 1073 ouest, avenue Laurier, Montréal.

**M. Pierre A. Salbaing**, directeur technique, L'Air Liquide, 1111 Beaver Hall Hill, Montréal.

**M. Anselme Samoisette, O.B.E.**, président directeur général, La Sécurité, compagnie d'assurances générales du Canada; président directeur général de La Progressive, compagnie d'assurances du Canada; et directeur général pour le Canada de la compagnie française du Phénix, 261 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.

**M. Guy Sauviat, G. R. Sauviat & Ass. Limitée** (agence de publicité), 1236, rue Crescent, Montréal.

**M. Jack Sazie**, agent importateur, 4040 Royal Ave., Montréal 28.

**M. Georges Schaefer**, Les Ateliers d'Art Liturgique Enrg., 29 est, rue Saint-Jacques, Montréal.

**M. Fernand Schiettekatte**, représentant-vendeur en tissus textile, 860, avenue Wilder, Montréal 8.

**M. Georges Simon**, représentant de la Compagnie Générale Transatlantique au Canada, 1255, Phillips Square, Montréal.

**M. Norbert Smeulders**, gérant de production chez J. E. Roy & Fils, imprimeurs, 265 ouest, rue Vitré, Montréal.

**M. Etienne Spire**, ingénieur-conseil de l'Air Liquide, Vallourec, Usinor, Institut Français des Pétroles, Institut de Recherche de la Sidérurgie (Irsid), 11, avenue Oakland, Westmount.

**M. Marc Spitzer**, président, Swiss Corporation for Canadian Investments Ltd., 360 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.

**M. André Sutto**, directeur et vice-président, Office Central Catholique Ltée (importateurs d'articles religieux), 50 ouest, rue Notre-Dame, Montréal.

**M. Jean Tassin**, directeur du Groupe de la production et des services, Société l'Air Liquide, 1111 Beaver Hall Hill, Montréal.

**M. Joseph Jacques Telio**, Telio Trading Co., 1193 Phillips Square, Montréal.

**M. Charles Tiberghien**, importation-exportation, 5215, avenue du Parc, Montréal 8.

**M. Pierre Tisseyre**, fondé de pouvoir de la Société des Gens de Lettres et de la Société des Auteurs Dramatiques, directeur du Cercle du Livre de France, 40, rue Molière, Montréal 10.

**M. Laurence C. Tombs**, vice-président, Guy Tombs Ltd., agents de voyages et expéditeurs, consul de Finlande, 1085 Beaver Hall Hill, Montréal.

**M. Léonce Tourne**, importateur-exportateur de pelleteries et manufacturier, Exotic Fur, Compagnie des Pelleteries Canadiennes Ltée, 4314, rue Saint-Denis, Montréal.

**M. John H. F. Turner**, directeur général adjoint de la Banque de Montréal, 119 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.

**M. Philippe Valiquette**, agent manufacturier, articles religieux et papeterie, 3235, rue Tremblay, Montréal.

**M. F.A.E. Van Boven**, La Banque Canadienne de Commerce, 265 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.

**M. Gérard Van Houtte**, importateur de thé, café alimentaire, etc., 1030 ouest, rue Laurier, Montréal 8.

**Honorable Thomas Vien, C.P. et C.R.**, sénateur et avocat, 132 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal.

**M. Robert Voisot**, Canada-France Automobile Enrg., (vente par contrat de voitures françaises) (T.T.X.) aux touristes vers l'Europe, 75, rue d'Auteuil, Québec 4, P.Q.

**M. Bertrand Vos**, agences cristalleries françaises, etc., 1496, rue Barré, Cité de Saint-Laurent, Montréal.

## SOCIÉTÉS

**Air France** (M. Jean Ponsot, représentant au Canada), 1080, rue Université, Montréal.

**Agence Canadienne Hachette Ltée**, 425, rue Guy, Montréal (Délégués: MM. Gerald Benjamin, Arcade Roy et Me G. A. Roy).

**Allied Building Services Ltd.**, 185 ouest, rue Saint-Paul, Montréal (Délégué: M. J. Rabow).

**A. E. Ames & Co. Limited** (courtiers en valeurs), 360 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal 1 (Délégués: M. W. J. Piper, administrateur, M. Jean Saint-Pierre).

**Atlas Films Distributors** (distribution de films européens) (Délégués: M. Joseph Oupcher, président, directeur général; M. Harry Cohen, administrateur, secrétaire-trésorier).

**Banque Impériale du Canada**, 610 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal (Délégués: M. S. Higginson, M. P. E. Lamarre, M. U. Mumenthaler).

**C. N. A. Hyperphosphate Réno** (MM. R. Olivier et A. Desmarts), William Houde Ltée, La Prairie, P.Q.

**Confederation Development Corporation Ltd.**, (Hon. Wilfrid Gagnon, président), 680 ouest, rue Sherbrooke, Montréal 2.

**H. Corby Distillery Ltd.**, 1201 ouest, rue Sherbrooke, Montréal (Délégués: MM. L. A. Daoust, C. E. Larivée et P. A. Langlois).

**Corporation Pharmaceutique Française Ltée** (M. François Ducros, administrateur délégué) (fabricants, représentants, produits pharmaceutiques), 200, rue Vallée, Montréal.

**Crédit Foncier Franco-Canadien** (M. Bernard Lechartier, directeur général) (prêts hypothécaires), 5 est, rue Saint-Jacques, Montréal.

**Dominion Potash Limited** (M. Henry Lefèvre, président) (engrais chimiques), 310, avenue Victoria, Westmount, Montréal 6.

**Fougerolle Canada Limited** (M. Pierre Mora), entreprise de travaux publics, 23 Barat Road, Westmount, P.Q.

**French Petroleum Company of Canada Ltd.** (production de pétrole brut et de gaz naturel), 635, 6th Avenue S.W., Calgary, Alberta (Délégués: MM. M. H. de Cizancourt, président, W. T. Hamilton, vice-président, M. R. Van Den Perre, président du conseil d'administration).

**Furness Withy Co. Ltd.** (M. E. P. Rees, directeur), Furness House, rue du Saint-Sacrement, Montréal.

**Holt, Renfrew & Company Ltd.** (Grands Magasins), 1300 ouest, rue Sherbrooke, Montréal (Délégué: M. Alvin J. Walker, président).

**Hôtel Ritz Carlton**, rue Sherbrooke ouest, Montréal (Délégué: M. Jean G. Contat, directeur général).

**International Transactions (Canada) Limited** (M. B. Pierre Perriau, gérant général) (distributeurs des Laines du Pingouin), 300, Bates road, Ville Mont-Royal.

**La Banque d'Épargne de la Cité et du District de Montréal**, 262 ouest, rue Saint-Jacques, Montréal (Délégués: MM. Adrien Audet, Austin Kenedy, Arthur Lehoucq).

**Laiterie Perfection Ltée**, 2565, rue de Chambly, Montréal 4 (Délégué: M. Irénée Monette, président).

**"La Paix"** (compagnie d'assurances générales), 465, rue Saint-Jean, Montréal (Délégués: M. Paul Tremblay, vice-président, M. Charles Albinet, directeur).

**La Société l'Air Liquide** (M. Henri Dolisie, président) (industrie chimique, soudure), 1111 Beaver Hall Hill, Montréal 1.

**Les Editions E.C.E.D. Ltée** (imprime et distribue au Canada le "Nouveau Petit Larousse Illustré"), 5 est, rue Saint-Jacques, Montréal (Délégué: Me Georges A. Roy).

**Les Editions Françaises Inc.** (distributrice exclusive des ouvrages Larousse au Canada), 537 est, boulevard Charest, Québec, P.Q. (Délégués: M. Fernand Bérubé, 537 est, boulevard Charest, Québec, et M. Charles Latraversée, 914, rue Saint-Denis, Montréal).

**Librairie J. A. Pony Ltée** (libraire, éditeur, importation, exportation), 1554 est, rue Sainte-Catherine, Montréal (Délégués: M. Germain Cadieux, gérant, Mme Françoise Jarosz, représentante, Mme B. D. Simpson, représentante).

**Michelin Tires (Canada) Ltd.**, 8660, rue Jeanne Mance, Montréal 14 (Délégué: M. Louis Dufrest, gérant général).

**Office Central Catholique Ltée** (M. André Sutto, directeur et vice-président) (importateurs d'articles religieux), 50 ouest, rue Notre-Dame, Montréal.

**Renault Inc.** (M. R. Le Bouédec, directeur), filiale de la Régie Renault, 1427, rue de la Montagne, Montréal; 8555, Devonshire Rd, Ville Mont-Royal.

**Roussel (Canada) Ltée**, produits pharmaceutiques (M. Yves C. Gauthier, gérant), 209 est, rue Sainte-Catherine, Montréal 18.

**Sicard Inc.** (M. Marc A. Dhavernas, président), (souffleuses à neige, camions et tracteurs), 2055, rue Bennett, Montréal.

**Société Nationale des Chemins de Fer Français** (représentant au Canada: M. Joseph L. Klein), suite 439, King's Hall, 1231 ouest, rue Sainte-Catherine, Montréal 25.

**Sorel Industries Ltd.** (M. J. Edouard Simard, président), aciérie et arsenal, Sorel, P.Q.

**Strachan Agencies, Sun Life Building**, Montréal (Délégués: MM. Herbert Strachan et C. A. Pechey).

**Trust Général du Canada** (compagnie de fiducie), 84 ouest, rue Notre-Dame, Montréal (Délégués: M. Marcel Faribault, président, M. Henri N. Guilbault, directeur, M. Jean-Guy Cardinal, secrétaire).

**Vinant Ltd.** (importateurs, parfums et spécialités pharmaceutiques), 8355, boulevard Saint-Laurent, Montréal 11.

## SECTION DE L'ONTARIO

### PRESIDENT

**M. H. Hulot**, Department Manager, The T. Eaton Co. Ltd., College Street, Toronto.

### CONSEILLERS

**M. R. Cera**, Department Manager, The T. Eaton Co. Ltd., Yonge Street, Toronto.

**M. J. Reissman**, importateur, 64 Wellington Street West, Toronto.

### SECRETARE-TRESORIER

**M. S. J. Aliman**, négociant en tapis, 23 Grenville Street, Toronto.

### MEMBRES

**M. A. Burtaire**, French Trading and Importing Co., 20 Temperance Street, Toronto.

**M. G. Bagwell, Q.C.**, Barrister, 372 Bay Street, Toronto.

**M. J. Bonus**, General Manager British Trade Center, Royal Bank Bldg., Toronto.

**M. J. M. Brisbin**, Air France, 4 Albert Street, Toronto.

**M. H. H. Bull**, Prosecuting Attorney, 976 Avenue Road, Toronto.

**M. W. Carsen**, W. Carsen Co. Ltd., 88 Tycos Drive, Toronto.

**M. H. Dubé**, H. Dubé Co., 200 Bay St., Toronto.

**M. R. Haldi**, Public Accountant, 5 Huntley St., Toronto.

**M. D. Hartog**, Director, The Liquid Leather Co., 199 Bay Street, Toronto.

**M. L. A. Howard**, Wine Importer, 200 Bay St., Toronto.

M. L. Katz, Canadian Fluorescent Light Co., 308 Adelaide St. West, Toronto.  
 M. W. Latman, General Manager, Massey-Harris-Ferguson, 915 King St. West, Toronto.  
 M. J. Lester, Maison Doree, 38 Asquith Avenue, Toronto.  
 M. G. D. Little, Manager, Bank of Montreal, Queen and Yonge Streets, Toronto.  
 M. W. Looser, Importer, W. M. Looser Co., 64 Wellington Street West, Toronto.  
 M. F. D. Lowidt, President, Compass Commercial Enterprises Ltd., 137 Wellington Street West, Toronto.  
 M. Dr. N. L. Mittler, 453 Huron Street, Toronto.

Dr. A. Palmer, Toronto Hydro, St. Clements Ave., Toronto.  
 M. R. Prud'homme, Swiss Chalet, 234 Bloor St. West, Toronto.  
 M. A. J. Pye, Furness Withy and Co. Ltd., 25 Adelaide Street West, Toronto.  
 M. F. Rebick, General Manager, M. Rebick and Son Ltd., 21 Research Road, Toronto.  
 M. L. D. Reid, Manager, The T. Eaton Co. Ltd., Yonge Street, Toronto.  
 M. N. J. Roodenbecke, N. L. McNames & Co., Ltd., 19 Melinda Street, Toronto.  
 M. F. J. Seger, Manager, Falcon Lumber Ltd., 137 Wellington Street West, Toronto.

M. J. Sejnoha, artiste peintre, 559 St. Clements Ave., Toronto.  
 M. A. Trites, Barrister, 212 King Street West, Toronto.  
 M. P. S. Taylor, P. S. Taylor Furniture Co., 1196 King Street West, Toronto.  
 M. G. L. Watt, Wine Importer, 1139 Bay Street, Toronto.  
 M. D. R. Walkinshaw, Q.C., Barrister, 372 Bay Street, Toronto.  
 M. Ubolensky, Clarkson, Gordon & Co., 15 Wellington Street West, Toronto.  
 M. J. C. Zago, coiffeur, King Edward Hotel Beauty Parlor, Toronto.

## MEMBRES ADHERENTS — FRANCE

### ACIERIES

Acieries de Gennevilliers (M. Philippe Delachaux, président, directeur général), avenue Louis Roche, boîte postale 33, Gennevilliers (Seine).  
 Ugine, Soc. d'Electro-chimie, d'Electro-metallurgie et des Acieries d'Ugine, 10, rue du Général Foy, Paris 8e.

### AGENTS MARITIMES ET DE TRANSPORT

Agence Maritime E. Foucher, 29, rue Tronchet, Paris 8.  
 Consortium Maritime Franco-Américain, 25, place du Marché Saint-Honoré, Paris 1er.  
 Joneman (S. A. de Transport), 52/54, rue Riquet, Paris 19e.  
 R. Moiroud & Cie, 31, rue de l'Hôtel-de-Ville, Lyon.  
 Valcke et Cie (Ets. A. & G.), 54, rue de Paradis, Paris.

### APPAREILLAGE ELECTRIQUE

Appareillage Electrique LA-HO, 31, rue Rouget-de-l'Isle, Saint-Maur (Seine).

### APPAREILS INDUSTRIELS

M. Marcel Bellone, directeur de la Sagimco Engineering Corp., 34, Champs-Elysées, Paris 8e.

### APPAREILS DE MESURE ET D'ENREGISTREMENT

S.F.I.M. (Société de Fabrication d'Instruments de Mesure), avenue Marcel-Ramolfo, Massy (Seine-et-Oise).

### ARMATEURS

M. P. E. Cangardel, 36, rue de Naples, Paris 8e.  
 Compagnie de Navigation Fraissinet et Cyprien Fabre, 15, rue Beauvau, Marseille (B. du R.).  
 S.A.G.E.T., 6, rue Rabelais, Paris 8e.  
 Messieurs Worms & Cie, 45, boulevard Haussmann, Paris 8e.

### ARTICLES DE RELIGION

Joseph Bancel, Saint-Julien-Molin-Molette (Loire).  
 Ancienne Maison C. Belle, Marpot Sœur et Frère & Godde, 119-121, rue Bugeaud, Lyon (Rhône).  
 Ets. André Coradin, 15, boulevard de Strasbourg, Paris 10e.

### ASSURANCES

L'Abeille (Cie d'Assurances Incendie, Accidents et Réassurances), 57, rue Taitbout, Paris 9e.  
 C.A.R.R., Compagnie d'Assurances et de Réassurances Réunies, 23-27, rue Cambon, Paris 1er.  
 Compagnie Française du Phénix, 33, rue Lafayette, Paris.  
 Compagnie d'Assurances Générales contre l'Incendie, 87, rue Richelieu, Paris.  
 L'Union Incendie, 9, place Vendôme, Paris 1er.

### AUTOMOBILES

Saint-Christophe Motor, automobiles de luxe, 3, rue Scheffer, Paris 16e.  
 Soc. Esswein & Cie (pièces mécaniques pour autos), 21, rue Boileau, La Roche-sur-Yon (Vendée).

### AVIATION

Air France, 2, rue Marbeuf, Paris 8e.

### AVOCATS CONSEILS

M. R. M. Archibald, 10, avenue de Messine, Paris 8e.  
 Maître Jean Pellerin, 71, Faubourg Saint-Honoré, Paris 8e.

### BANQUES ET AGENTS DE CHANGE

Banque de l'Algérie et de la Tunisie, 217, boulevard Saint-Germain, Paris.  
 Banque L. G. Beaubien, 1, rue Richepance, Paris 8e.  
 Banque de l'Indochine, 96, boulevard Haussmann, Paris.  
 Banque de Madagascar et des Comores, 88, rue de Courcelles, Paris.  
 Banque de France, 3, rue de la Vrillière, Paris.  
 Banque Française du Commerce Extérieur, 21, boulevard Haussmann, Paris 9e.  
 Banque Nationale pour le Commerce et l'Industrie, 16, boulevard des Italiens, Paris.  
 Banque de Paris et des Pays-Bas, 3, rue d'Antin, Paris.  
 Banque de l'Union Parisienne, 6, boulevard Haussmann, Paris 9e.  
 Comptoir National d'Escompte de Paris, 14, rue Bergère, Paris 9e.  
 Crédit Commercial de France, 103, avenue des Champs-Elysées, Paris 8e.  
 Crédit Industriel et Commercial, 66, rue de la Victoire, Paris 9e.  
 Crédit Lyonnais, S.A., 17, boulevard des Italiens, Paris.  
 Royal Bank of Canada (France), 3, rue Scribe, Paris 9e.  
 Union Européenne Industrielle et Financière, 4 et 6, rue Gaillon, Paris 2e.

### BIJOUTERIE (Fabriques de)

Société Aloma (fabrique de bijouterie de fantaisie), 7, rue Lafayette, Paris 9e.

### BISCUITS (Fabricants de)

Biscuit-LU (Lefevre-Utile), 61, boulevard Richard-Lenoir, Paris 11e.

### BREVETS D'INVENTION

MM. Beau de Loménie, A. Armengaud et G. Housard, ingénieurs conseils en propriété industrielle, 55, rue d'Amsterdam, Paris 8e.  
 L'Office Picard (Robert Langlumé, Renée Leblanc et Francis Langlumé), conseils en propriété industrielle, 33, Champs-Elysées, Paris 8e.

### BRONZE ET ORFÈVRERIE D'ÉGLISE

Villard & Cie, 17, rue Barrême, Lyon (Rhône).

### CERAMIQUES ET CRISTAUX

Usines Céramiques Villeroy & Boch, Mettlach (Sarre).

### CHAMBRES DE COMMERCE FRANÇAISES

Bayonne, Bordeaux, Calais, Carcassonne, Cognac, Colmar, Dijon, Dunkerque, Grenoble, Le Havre, La Rochelle, Lille, Le Mans, Lyon, Marseille, Millau, Mulhouse, Nantes, Nice, Perpignan, Rouen, Toulouse, Troyes, Versailles.

### CHAMBRES SYNDICALES

Chambre Syndicale de la Bijouterie de Fantaisie en tous genres, 10, rue Chalot, Paris 3e.  
 Chambre Syndicale Nationale des Fabricants de Produits Pharmaceutiques, 88, rue de la Faisanderie, Paris 16e.

### CHAUX ET CEMENTS

Chaux et Ciments de Lafarge et Du Treil, S.A., 32, avenue de New-York, Paris 16e.

### CHOCOLAT (Fabricant de)

Menier, 56, rue de Châteaudun, Paris.

### COMPAGNIES DE CABLES TELEGRAPHIQUES

Commercial Cable Co., 24, boulevard des Capucines, Paris 9e.  
 Télé France, 166, rue Montmartre, Paris 2e.

### COMMISSION-IMPORTATION-EXPORTATION

"C.I.T.E.R.", Compagnie Intercontinentale d'Etudes et de Réalisations, 66, rue de la Chaussée d'Antin, Paris 9e.

Commercial Transocéan, import-export, 26, rue Laffitte, Paris 9e.

Compagnie Continentale d'Importation, 8, rue Cambacérés, Paris 8e.

Gimble-Saks Purchasing S.A., 217, rue Saint-Honoré, Paris 1er.

M. Gaston Legendre, viandes en gros, rue de Viarmes, Bourse de Commerce, Paris 1r.

Société pour l'Exportation de Grandes Marques, 87, rue de Paris, Montreuil (Seine).

Socofrale (import-export), agents de fabrications, 16, rue de Londres, Paris 9e.

### CONSERVES ALIMENTAIRES, PATES, SARDINES, ETC.

Compagnie Française des Produits Liebig, 36, rue Saint-Denis, Aubervilliers (Seine).

M. Maurice Blanchaud, boîte postale No 4, Chace (Maine-et-Loire).

Maison Amieux Frères, Chantenay-les-Nantes (Loire-Inf.).

**CONSTRUCTIONS MECANIKES ET AUTRES**

Manufacture de Machines du Haut-Rhin, boîte postale No 377, Mulhouse-Bourthwiller (Haut-Rhin).

**CONSTRUCTEURS DE MACHINES ELECTRO-MECANIKES ET ELECTRONIQUES**

Bull (Compagnie des Machines), 94, avenue Gambetta, Paris 20e.

**CONSTRUCTEURS DE MACHINES-OUTILS**

Etablissements Ernault-Batignolles, 169, rue d'Alésia, Paris 14e.

**CONSTRUCTIONS NAVALES ET AERONAUTIQUES**

Bureau Véritas, 31, rue Henri-Rochefort, Paris 17e.  
Soc. Messier (trains d'atterrissage d'avions, etc.), 58, rue Fénélon, Montrouge (Seine).

**CONSTRUCTEURS DE MATERIEL CINEMATOGRAFIQUE**

Etablissements André Debrie, 111, rue Saint-Maur, Paris 11e.

**COUTURIERS EN GROS**

Lempereur et Cie, 5, rue Royale, Paris 8e.

**CREMES DE BEAUTE**

Société Nouvelle de Parfumerie, 58, rue du Pont de Créteil, Saint-Maur (Seine).

**CUIRS ET PLUMES, PEAUX BRUTES**

Faurand Père & Fils, 25, rue du Treyve, Saint-Etienne (Loire).

**DENTELLES**

M. Pierre Baron (fabricant de dentelles), 1, rue de la Gare, Luxeuil-les-Bains (Haute-Saône).

Etablissements Beauvillain-Davoine (fabrique de dentelles et broderies), 76, rue du Général Leclerc, Caudry (Nord).

Etablissements R. Denimal (exportateurs de dentelles, tulles, broderies), 71, rue des Souplicants, Calais (P.-de-C.).

Fédération Nationale des Tulles, Dentelles, Broderies et Guipures, 7, rue Louis-le-Grand, Paris 2e.

**DISTILLATEURS LIQUORISTES**

Distillerie de la Bénédictine, Fécamp (Seine-Inf.).  
Etablissements Marnier-Lapostolle, 91, boulevard Haussmann, Paris 9e.

Les Héritiers de Marie Brizard & Roger, Bordeaux (Gironde).

Maison J. Honoré Secrestat, Aîné, 84, Cours Balguerie, Bordeaux (Gironde).

Cusenier (Soc. An. de la Grande Distillerie E. Cusenier Fils Aîné & Cie), 226, boulevard Voltaire, Paris 11e.

**DIVERS**

Paul Baudecroux (rouge à lèvres), 125, boulevard Saint-Denis, Courbevoie (Seine).

France Economats, S.A. (Union des Economats Chrétiens), 41, boulevard Malesherbes, Paris 8e.

Office Algérien d'Action Economique et Touristique (Ofalac), 40-42, rue d'Isly, Alger (Algérie).

**EAUX MINERALES**

Etablissement Thermal de Vichy, S.A., 24, boulevard des Capucines, Paris.

**EAU-DE-VIE DE COGNAC**

Bisquit-Dubouché & Compagnie, Jarnac-Cognac (Charente).

Courvoisier Ltd., place du Château, Jarnac (Charente).

Denis, Mounié & Co., Cognac (Charente).

P. Frapin & Cie, Segonzac (Charente).

James Hennessy & Co., Cognac (Charente).

J. & F. Martell, Cognac (Charente).

E. Normandin & Cie, Chateaufort-sur-Charente.

Rouyer Guillet & Cie, Saintes (Charente-Maritime).

J. G. Monnet & Cie, Cognac (Charente).

**EDITEURS — LIBRAIRIES**

Maison Aubanel Père (imprimerie et édition en toutes langues), 7, place Saint-Pierre, Avignon.

J. Delmas & Cie, éditeurs, 13, rue de l'Odéon, Paris 6e.

G. Droguet & R. Ardent, 60, rue Montmailler, Limoges.

Editions Fleurus, 33, rue de Fleurus, Paris 6e.

Flammarion & Cie, libraire, 26, rue Racine, Paris 6e.

Garnier Frères, 6, rue des Saints-Pères, Paris.

Librairie Hachette, 79, boulevard Saint-Germain, Paris.

Librairie Larousse, 13-21, rue Montparnasse, Paris.

Librairie Fernand Nathan, 18, rue Monsieur-le-Prince, Paris 6e.

Librairie Aristide Quillet, 278, boulevard Saint-Germain, Paris 7e.

Maison Alfred Mame & Fils, Tours (Indre-et-Loire).

Maison F. X. Le Roux & Cie, 34, rue des Halles-bardes, Strasbourg (Bas-Rhin).

**ELECTRICITE, ECLAIRAGE**

"Cipel" Compagnie Industrielle des Piles Electriques, S.A., 98ter, boulevard Héloïse, Argenteuil (S.-et-O.).

Electricité de France, Service National, 68, rue du Faubourg Saint-Honoré, Paris.

Plexilux (luminaires), 10, avenue de la Grande Armée, Paris 17e.

**ELECTRONIQUE (CALCULATRICES, ETC.)**

Société d'Electronique et d'Automatisme (S.E.A.), 138, boulevard de Verdun, Courbevoie (Seine).

**FABRICANTS DE LIQUEURS**

Les Héritiers de Marie Brizard & Roger, Bordeaux (Gironde).

**FOIRES ET EXPOSITIONS**

Foire de Paris, 23, rue Notre-Dame-des-Victoires, Paris.

**FONDERIES**

Soc. An. des Hauts Fourneaux et Fonderies de Pont-à-Mousson, 91, rue de la Libération, Nancy (M.-et-M.).

**FOURRURES**

Robert Corby, 61, rue du Faubourg Saint-Honoré, Paris.

Revillon Frères, 42, rue de la Boétie, Paris.

**GANTERIES**

Etablissements Guibert Frères, Millau (Aveyron).

Gant Laurent, 34, rue de la Paulèle, Millau (Aveyron).

**GELATINE, COLLES FORTES (FABRICANT DE)**

Cie Centrale Rousselot, 50, rue Boileau, Paris.

**GRANDS MAGASINS**

Grands Magasins du Louvre, place du Palais-Royal/rue de Rivoli, Paris 1er.

**HORLOGERIE**

Chambre Française de l'Horlogerie, 34, avenue de Messine, Paris 8e.

Etablissements François Miserez (boîtiers de montres, outillage d'horlogerie), 16, rue Suard, Besançon (Doubs).

**HOTELS - RESTAURANTS**

Hôtel "Château Frontenac", 54, rue Pierre Charon, Paris 8e.

Hôtel George V, 31, avenue George V, Paris 8e.

**HUILES VEGETALES (IMPORTATEUR-EXPORTATEUR)**

Société Commerciale de l'Ouest Africain, 7, rue de Téhéran, Paris.

**HYDRO-ELECTRIQUE**

Etablissements Neyrpic, Neyret-Beylier et Piccart-Pictet (installations hydro-électriques), avenue de Beauvert, B.P. No 52, Grenoble (Isère).

**INVESTISSEMENTS**

Compagnie Financière de Suez, 1, rue d'Astorg, Paris.

**JEUX ET JOUETS**

S.A. Unijouets, 53, rue d'Hauteville, Paris 10e.

**LAINES ET LAINAGES**

Etablissements Mathon & Dubrulle, 310, boulevard Gambetta, Tourcoing (Nord).

S.A. des Tissages Lesur, boîte postale No 127-01, 31, rue Saint-Augustin, Paris 2e.

**LIQUEURS DE LUXE APERITIFS DE MARQUE**

Maison J. Honoré Secrestat, aîné, 49, cours de Médoc, Bordeaux (Gironde).

**MACHINES AGRICOLES ET VINICOLES**

Compagnie Massey-Harris-Ferguson, siège social et usine: avenue Industrielle, Marquette-lez-Lille (Nord). Direction générale: 154, rue de l'Université, Paris 8e.

**MACHINES-OUTILS**

"AFMO" (Association Française de Constructeurs de Machines-Outils), 63, rue de la Boétie, Paris 8e.

**MAROQUINERIE**

M. Max Rechtman (fabricant de maroquinerie: sacs de dames, etc.), 12, rue du Helder, Paris 9e.

**MATERIEL DE TRAVAUX PUBLICS**

Etablissements Richier, 15, rue Galvani, Paris 17e.

**MATIERES PLASTIQUES**

Etablissements André Coradin, 6, boulevard Saint-Denis, Paris 10e.

**MATIERES PREMIERES POUR LA CHAPELERIE ET LA FILATURE**

M. Léopold Swiners-Gibaud, 80, avenue Philippe-Auguste, Paris 11e.

**METALLURGIE**

Comptoir F.B.T. (Comptoir Franco-Belge d'Exportation des Tubes d'Acier), 64, rue Pierre-Charon, Paris 8e.

Forges de Chatillon Commentry et Neuves-Maisons, 19, rue de la Rochefoucauld, Paris 9e.

Société Schneider & Cie, 15, rue Pasquier, Paris 8e.

Société Valor, 17, rue de Surène, Paris 8e.

USINOR, 14, rue d'Athènes, Paris 9e.

**METAUX**

Cimetal S.A. (Compagnie Internationale de Métaux), 98, boulevard Malesherbes, Paris 17e.

**MOUTARDES ET CONDIMENTS**

Etablissements Maille, 3, rue Trézel, prolongée, Levallois-Perret (Seine).

**NEGOCIANT EN VINS (EXPORTATEUR)**

J. Thorin, Pontaneveaux (Saône-et-Loire).

**ORFEVRES**

Mémery & Hours, orfèvrerie d'église, 8, Montée Saint-Laurent, Lyon (Rhône).

Villard & Cie, orfèvrerie d'église, 17, rue Barrière, Lyon (Rhône).

**ORGANISATION INTERNATIONALE DE VOYAGES**

Hôtel-Plan, 49, avenue de l'Opéra, Paris 2e.

## PAPIER

Soc. Gaut Blancan (fabricants d'enveloppes et de papier), 154, Faubourg Saint-Denis, Paris 10e.  
Syndicat Général des Fabricants de Papiers, Cartons et Celluloses de France, 154, boulevard Haussmann, Paris 8e.

## PAPIERS PEINTS

Manufacture de Papiers Peints Zuber & Cie, Rixheim (Haut-Rhin).

## PARFUMEURS

"Cadoricin" S.A., 18, rue de la Paix, Paris 2e.  
Caron, 10, rue de la Paix, Paris 1er.  
Guerlain, 68, avenue des Champs Elysées, Paris.  
Marquay, Parfumeur, 45, avenue de l'Opéra, Paris 2e.  
Parfums F. Millot, 2, avenue de Solferino, Asnières (Seine).  
Laboratoire Vitapointe, 9, boulevard des Capucines, Paris 2e.

## PEIGNES ET MATIERES PLASTIQUES

Etablissements A. Feuillant Fils, Ezy (Eure).

## PETROLES

Compagnie Française des Pétroles, 11, rue du Dr Lancereaux, Paris 8e.

## PLACAGES ET SCIAGES

M. Pierre Richard (hêtre et peuplier), 3, rue Saint-Gaudin, Soissons (Aisne).  
Société Amédée l'Etendard, 18, avenue de l'Est, Le Parc Saint-Maur (Seine).

## PLACAGES, BOIS EN GRUMES IMPORTATION — EXPORTATION

Elefant & Cie, 118-122, rue de Lagny, Montreuil-sous-Bois (Seine).

## PLASTIQUES

Etabl. Ch. Nicolle, 28, rue d'Arcueil, Gentilly (Seine).

## PRODUITS CHIMIQUES (Fabricants de)

Manufacture de Glaces et Produits Chimiques de Saint-Gobin, Chaunay et Cirey, 1 bis, place des Saussaies, Paris.  
Société Anonyme des Matières Colorantes et Produits Chimiques de Saint-Denis, 69, rue de Miromesnil, Paris.  
Société Progil, 79, rue de Miromesnil, boîte postale 102-08, Paris 8e.  
Société des Usines Chimiques Rhône-Poulenc, 21, rue Jean Gougeon, Paris 8e.  
Univer (Union des Industries du Verre pour l'Exportation), 12, rue Lincoln, Paris 8e.

## PRODUITS PHARMACEUTIQUES

Comptoir de Vente Clin-Byla, département exportation, 20, rue des Fossés-Saint-Jacques, Paris 5e.  
Laboratoires Fraysse & Cie, 21, rue de Neuilly, Nanterre (Seine).  
Laboratoires Laleuf, 51, rue Nicolo, Paris, 16e.  
Laboratoires Métadier, 55, rue Nationale, Tours (I.-et-L.).  
Laboratoire des Produits Amido, 4, place des Vosges, Paris 4e.

Laboratoire Nativelle, 27, rue de la Procession, Paris.

Laboratoires Roger Bellon, 159, avenue du Roule, Neuilly (Seine).

Laboratoires Roussel, 89, rue du Cherche-Midi, Paris 6e.

Laboratoires du Dr. Zizine, 24, rue de Fécamp, Paris 12e.

Les Etablissements Fevrier Decoisy Champion, S.A., 60, rue de Watrignies, Paris 12e.

Union de Pharmacologie, Agen (Lot-et-Garonne).

## RADIO-ELECTRIQUE (Industrie)

Stefax & Co., 17, rue Francœur, Paris 18e.

## RIVETS, VISSERIE (Manufacture de)

Gobin-Daudé, S.A., 2 bis, rue Béranger, Paris 3e.

## SACS DE DAMES

Les Fils de Pierre Gouvernel, 19, rue D'Hauteville, Paris 10e.

## SAVONNERIE — HUILERIE

Ets. Fournier-Ferrier, Savon "Le Chat", 143, rue Félix-Pyat, Marseille (B.-du-R.).

## SEMOULIERS

Ets. L. Bourrageas & Cie, 11, rue Montgrand, Marseille (B.-du-R.).

## SOIERIES

E. Anselme & Cie, 2, rue Puits-Gaillot, Lyon.

## SOINS DE BEAUTE

"Cadoricin", S.A., 18, rue de la Paix, Paris 2e.  
Société Nouvelle de Parfumerie, 58, rue du Pont de Créteil, Saint-Maur (Seine).

## SOUTIENS-GORGE (Fabricants de)

S.A.R.L. Lou, 60, rue Elysée-Chatin, Grenoble (Isère).

## TEINTURERIE POUR FOURRURES

Chapal Frères et Cie, 9, rue Kléber, Montreuil-sous-Bois (Seine).

## TEXTILES (Importation — Exportation)

Union des Industries Textiles, 10, rue d'Anjou, Paris 8e.

## MACHINES POUR L'INDUSTRIE TEXTILE

Etablissements Maurice Heliot, 6, rue Bothier, Troyes (Aube).

## TRANSPORTS INTERNATIONAUX

Etablissements Vairon & Cie, 5, avenue Kléber, Paris.

S.A. de Transports Jonemann, 52-54, rue Riquet, Paris 19e.

Wingate & Johnson, 8, rue d'Enghien, Paris 10e.

## GRANDS TRAVAUX D'ENTREPRISES

Société des Grands Travaux de Marseille, 25, rue de Courcelles, Paris 8e.

## TUBES D'ACIER

Comptoir F.B.T. (Comptoir Franco-Belge d'Exportation des Tubes d'Acier), 64, rue Pierre-Charron, Paris 8e.

## TUYAUX

Société Anonyme des Hauts Fourneaux et Fondries de Pont-à-Mousson, 91, rue de la Libération, Nancy (M.-et-M.).

## VERMOUTHS

Noilly, Pratt & Cie, 165, rue de Paradis, Marseille (B.-du-R.).

## VIANDES EN GROS

M. Gaston Legendre (importateur-exportateur), rue de Viarmes, Bourse de Commerce, Paris 1er.

## VINS D'ALGERIE

Etablissements Frédéric Lung (Maison du Kébir), Bastion Sud, Alger (Algérie).

## VINS D'ANJOU ET DE SAUMUR

Etablissements Chapin-Landais, Chacé (M.-et-L.).  
De Neuville & Cie, Saint-Hilaire, Saint-Florent (M.-et-L.).

## VINS APERITIFS

Dubonnet, Soc. An., 7, rue Mornay, Paris 4e.  
Etablissements Noilly Prat et Cie, 30, avenue des Champs-Elysées, Paris 8e.  
Saint-Raphaël, 8, rue du Parc Royal, Paris 3e.  
S.E.G.M. (Société pour l'Exportation des Grandes Marques), 87, rue de Paris, Montreuil (Seine).  
J. et S. Violet Frères, fabricants du "Byrrh", à Thuir (Pyr. Or.).

## VINS DE BORDEAUX ET SPIRITUEUX

Barton & Guestier, 35, Cours Xavier Arnoz, Bordeaux.  
J. Lebègue & Cie, Cantenac par Margaux (Gironde).

## VINS DE BOURGOGNE

Collin et Bourisset, Mâcon (S.-et-L.).  
J. Thorin, Pontaneveaux (Saône-et-Loire).

## VINS DE CHAMPAGNE

Champagne Heidsieck & Co., Monopole, Successeur, 83, rue Coquebert, Reims (Marne).  
Champagne Piper-Heidsieck Kunkelmann & Cie, Successeur, 8, rue Piper, Reims (Marne).  
Charles Heidsieck, 46, rue de la Justice, Reims (Marne).  
Moët & Chandon, boîte postale 29, à Epernay (Marne).  
Veuve Clicquot-Ponsardin, boîte postale 102, à Reims (Marne).  
Veuve Laurent-Perrier & Cie, boîte postale 37, Reims (Marne).  
Pol Roger & Cie, Epernay (Marne).  
Krug & Cie, 5, rue Coquebert, Reims (Marne).  
S.A. Champagne Pommery & Creno, boîte postale 87, Reims (Marne).  
Champagne Taittinger, 9, place Saint-Nicaise, boîte postale 68, Reims (Marne).

## VINS DE SAUMUR ET VOUVRAY

Etablissements Chapin-Landais, Chacé (M.-et-L.).

## VINS ET LIQUEURS

R. D'Anthonay, 40, rue de Paradis, Paris 10e.

## VITRAUX ET GLACES GRAVEES

Max Ingrand, 8, Passage Tenaille, Paris 14e.

Prés. JACQUES RACINE

# C. E. Racine & Cie

Limitée  
1909 - 1958

COURTIERS EN DOUANE  
ET TRANSITAIRES

Edifice Board of Trade  
300, rue du Saint-Sacrement  
Montréal 1  
Téléphone: VI. 9-5293

# THE KEY CONSTRUCTION LIMITED

— ENTREPRISE DE TRAVAUX PUBLICS —

- Travaux maritimes et de canaïsation
- Installations hydroélectriques
- Travaux souterrains
- Ponts — Routes — Voirie
- Bâtiments industriels et divers

1070 Bleury

Tél.: UN. 1-2775

MONTREAL (Canada)



# Office Central Catholique LTÉE

*Importateurs d'objets de piété*

CHAPELETS, MEDAILLES, CRUCIFIX,  
IMAGES, MISSELS, ETC.

*Représentants de fabricants et d'éditeurs français*

50 ouest, rue Notre-Dame

MONTREAL 1, CANADA

Téléphone: Victor 2-2505

# CREDIT FONCIER FRANCO-CANADIEN

FONDÉ EN 1880

PRÊTS EN PREMIÈRE HYPOTHÈQUE  
ACHATS DE CRÉANCES HYPOTHÉCAIRES  
PRÊTS SUR IMMEUBLES EN CONSTRUCTION

—◆—  
SIÈGE SOCIAL

5, rue St-Jacques Est,

MONTREAL (Canada)

●  
SUCCURSALES À

QUÉBEC — TORONTO — WINNIPEG — REGINA  
EDMONTON — VANCOUVER

●  
COMITÉ DE PARIS: 18, AVENUE DE L'OPÉRA