

# L'INDUSTRIE CANADIENNE ET LA GUERRE

Un bulletin du ministère du commerce d'Ottawa fournit au public des chiffres qui appuient la suggestion que nous faisons samedi à propos de l'industrie canadienne.

Nous achetons chaque année pour 107 millions de produits que notre industrie peut nous fournir. Cent sept millions, c'est un chiffre qui, le coût de la matière première du transport et les bénéfices du fabricant défalqués, laisse une somme considérable pour la main-d'oeuvre.

On n'arrivera jamais à faire disparaître complètement même en temps de guerre, l'importation de certains produits; le long des frontières il y aura toujours des populations qui trouveront plus d'avantages à acheter du voisin.

Mais il y a aussi le caprice et la vanité qui entrent pour beaucoup dans la préférence donnée aux produits étrangers et en temps de crise, ce devrait être le mot d'ordre du consommateur en général de mettre ses fantaisies de côté pour encourager l'industrie nationale. Il y va de son intérêt. C'est la consommation qui fait vivre l'industrie. Or la consommation de produits étrangers profite à l'industrie des autres et diminue d'autant la production canadienne, par conséquent le travail des ouvriers canadiens.

Sait-on que nous importons chaque année pour 30 millions d'étoffe à vêtements d'hommes et de femmes, et de sous-vêtements, pour 27 millions de cotonnades de toutes sortes, un demi-million de chaussures, trois quarts de millions de chapeaux et casquettes, 2 millions et trois quarts de gants, etc? Pourquoi ne pas donner la préférence aux produits canadiens similaires? Les étoffes et cotonnades canadiennes, par exemple, valent certainement, quant à la durée, celles des fabriques de l'étranger. De l'Allemagne seule, nous avons acheté, l'an dernier, pour plus de 14 millions. La guerre va nous obliger de chercher ailleurs, pourquoi pas au Canada, du moins tout ce qui peut être acheté ici?

D'autre part, c'est le temps pour nos manufacturiers de cultiver les marchés étrangers. L'industrie allemande si active, si entreprenante en temps de paix, se trouve forcément paralysée par la guerre, de même que celle de l'Autriche-Hongrie, importante elle aussi, bien que moins entreprenante que celle des Allemands. L'Allemagne fait en Amérique du Sud des affaires considérables qu'elle est obligée d'interrompre; il y a là un beau champ d'action pour le commerce. Avec leur flair habituel et leur initiative infatigable, nos voisins des États-Unis y ont dirigé leurs agents. Les nôtres devraient aller leur disputer le terrain.

L'appel de l'industrie canadienne et du gouvernement aux consommateurs canadiens est bien juste dans les circonstances. Mais, même, s'il est entendu, ce que nous souhaitons, il ne suffira pas à résoudre tout le problème ouvrier cet hiver. Du reste l'occasion qui passe malheureusement ne se présentera pas d'ici longtemps, espérons-le. Raison de plus pour nos fabricants d'en profiter dans toute la mesure du possible. Le patronage canadien qu'il sollicite tout particulièrement devra leur donner le moyen de supporter les dépenses nécessaires pour se faire connaître et apprécier à l'étranger.

Jean DUMONT.