

CONDIMENTS.—Nous appelons l'attention du commerce sur deux spécialités que leur qualité intrinsèque et leur emballage soigné recommande aux acheteurs de bonnes choses. Nous voulons parler des produits de MM. Skilton, Fote & Co., de Boston: *Mrs Holbrook's Golden German Salad* et le *New England Tomato Relish*, dont la description se trouve dans une autre page du journal; et dont *The Foreign Cheese Importing Co.*, 9 rue St-Pierre, a l'agence. Ces produits se vendent très facilement, il suffit de les signaler aux consommateurs pour en assurer la vente immédiate.

Photographie de l'estomac

Dans une récente communication faite à l'Académie de Berlin, les docteurs Lange et Maltzing, annoncent qu'ils viennent enfin de réussir à photographier l'intérieur de l'estomac.

Depuis plusieurs années, ils travaillaient à Munich, dans leurs cliniques respectives, pour obtenir ce résultat, et ce n'est qu'après des centaines d'expériences qu'ils y sont parvenus d'une manière définitive et tout à fait satisfaisante.

D'après *Helios* et *Photo-Revue*, l'appareil photographique, qui est adapté à l'extrémité d'une sonde œsophagienne, mesure exactement 66 millimètres de long sur 11 millimètres d'épaisseur. A l'intérieur du tube de la sonde, est logé un fil de cuivre en relation d'une part avec la pile, d'autre part avec une lampe électrique minuscule, destinée à éclairer la paroi interne de l'estomac.

Pour photographier cette paroi dans les meilleures conditions, il faut obtenir une légère dilatation artificielle de l'estomac. Au moyen de la sonde œsophagienne, on commence par vider et nettoyer l'organe à grande eau; puis, on le remplit d'air à l'aide d'une petite pompe à main, manœuvrée avec précaution par l'un des opérateurs.

Ces préparatifs terminés, il ne reste plus qu'à descendre l'appareil, à établir le courant et à faire lentement tourner l'objectif, de manière à prendre successivement toutes les parties de l'estomac. En dix minutes, avec un peu de dextérité, on obtient de quarante à cinquante vues de la paroi intérieure. Chacune de ces épreuves mesure environ huit millimètre sur dix seulement; mais elles sont si nettes qu'on peut les agrandir considérablement, ce qui permet de distinguer les moindres détails et même la structure intime des tissus.

Chronique de Québec

Mercredi, 3 janvier 1900.

La fin de l'année a été remarquablement brillante au point de vue du commerce de détail. Les épiciers, les marchands de nouveautés, de fourrures, de jouets, etc., sont d'accord à dire que le résultat a réalisé leurs plus optimistes espérances. Nous ne parlons pas des débitants de bonbons, de fruits, de pâtisseries, etc., qui ont fait des affaires d'or. En somme, et c'est sur quoi nous attirons l'attention, l'ensemble du commerce paraît avoir dépassé, en quantité et en qualité les plus fortes années qui se soient vues. Ce qui est particulièrement intéressant, c'est que la clientèle se disperse et est à peu près également nombreuse dans toutes les parties de la ville. Ce phénomène que nous avons déjà constaté dans ces colonnes, a eu, cette année, plus de relief encore surtout par la raison que la température des jours précédents avait nu considérablement aux achats, de sorte que les clients ont dû se presser davantage pour faire leurs emplettes dans les trois ou quatre jours qui ont terminé l'année. Quant aux boissons alcooliques et aux liqueurs, un épicier important nous disait, avec un grand fond de vérité, qu'il n'avait pas remarqué de différence notable avec les samedis ordinaires; la consommation est, paraît-il, également forte tout le long de l'année.

Ce n'est pas à dire, pour cela, que notre population soit portée aux excès; au contraire, grâce aux ligues et aux recommandations des autorités, il est maintenant d'usage de ne présenter aucune liqueur alcoolique aux visiteurs, et le jour de l'an se passe dans un calme relatif qui fait contraste avec les bruyantes démonstrations d'autrefois. Ainsi tout change en s'améliorant.

Ce qui s'améliore aussi, ce sont les lendemains du jour de l'an. Ainsi, on s'attendait à un chômage général, comme c'est l'habitude et l'on n'a pas été peu surpris de voir les magasins achalandés, le deux janvier, comme dans les meilleurs jours. Les commis en étaient tout ébahis, et les patrons, naturellement, tout réjouis.

Un voyageur de commerce nous a dit que dans la plupart des magasins de Saint-Roch qu'il a visités, il a rencontré cet même affluence d'acheteurs, ce qui signifie que, même après les dépenses comparativement fortes commandées