

L'INDUSTRIE VINICOLE EN AUSTRALIE

Favorisé par un sol et un climat propices, le domaine des vignes australiennes se développe rapidement d'année en année.

Depuis 1882, date de l'exposition de Bordeaux, à laquelle la viticulture de ces pays n'était guère représentée que par des échantillons, la superficie plantée en vignes a plus que triplé ; elle atteint aujourd'hui 50,000 acres (12,500 hectares), produisant annuellement près de quatre millions de gallons.

Pendant longtemps, les vins australiens n'ont donné lieu qu'à un commerce local. Mais, depuis quelques années déjà, l'Australie, par suite de l'accroissement de sa production, devient un pays exportateur. Cette exportation ne progresse que lentement et ne représente encore qu'une bien minime partie de la production.

C'est surtout le marché anglais que les Australiens ont l'espoir d'approvisionner. Londres est le port de destination de la presque totalité des vins exportés.

L'Inde, l'Extrême-Orient, le Canada qu'une ligne directe de steamers relie maintenant à Sydney, pourraient fournir dans un avenir plus ou moins lointain, d'importants débouchés pour les produits de la viticulture australienne. Déjà la Nouvelle-Calédonie consomme des vins récoltés ici. Quelques-uns même considèrent la France comme un futur client, quoique les vins expédiés jusqu'ici dans notre pays, ne représentent que des quantités absolument infimes, 375 gallons pour l'année passée.

La qualité défectueuse de la majeure partie des vins australiens a été pendant longtemps et est encore le principal obstacle à un rapide développement de leur exportation ; aussi est-ce vers leur amélioration que se portent les efforts des producteurs.

Pour arriver à produire des vins uniformes et de bonne qualité, il est fortement question de la formation dans chaque district vinicole d'une compagnie dont la majorité des actionnaires serait viticulteurs ; cette compagnie achèterait les vins et même les raisins aux producteurs, construirait des chais et aménagerait des caves où les vins seraient emmagasinés, mis en bouteilles, et traités par les procédés scientifiques les plus récents.

Ce serait l'application à la viti-

culture du système coopératif qui a fait faire tant de progrès à l'industrie laitière.

La Compagnie s'occuperait elle-même de la vente de ses produits, soit directement aux négociants exportateurs, soit aux négociants anglais, à Londres où elle aurait un dépôt et une agence.

Le gouvernement s'engage à fournir à chaque compagnie la moitié des sommes nécessaires à la construction des chais et caves ; toutefois la subvention ne pourrait être supérieure à £2,000 st. De plus, une prime de 1d. par gallon et par an serait accordée pour tous les vins jugés propres à l'exportation, et pourrait être continuée pendant trois années consécutives. Une autre prime de 2d. serait allouée pour chaque gallon d'eau-de-vie vieille de 1 an et une prime de 3d. pour les eaux-de-vie de 2 ans.

Si ce projet se réalise, et si plusieurs compagnies sont fondées, comme tout porte à le croire, il en résultera certainement un développement considérable de l'industrie vinicole de ces pays-ci.

Depuis plusieurs années, on fabrique en Australie des vins mousseux ; et c'est surtout depuis 1888 que de réels progrès ont été accomplis dans cette industrie. Pendant longtemps, le manque de caves convenablement aménagées, procurant l'égalité de température indispensable à une bonne fabrication, a été un sérieux obstacle à l'extension de cette industrie. Les vins mousseux qu'on trouve aujourd'hui sur les marchés australiens sont encore d'une qualité qui les rend peu propres à faire concurrence à nos vins de Champagne.

En 1891, tandis qu'on importait à Melbourne 36,346 gallons de vins mousseux, dont la majeure partie venait de France, l'exportation de vins mousseux coloniaux pour la même année ne s'élevait qu'à 4,891 gallons.

En résumé, quoique arrivant au dernier rang, l'Australie a désormais droit à une place dans la statistique vinicole du globe ; des millions d'acres encore incultes se prêtant admirablement à la culture de la vigne y rendent possible un développement presque indéfini de l'industrie vinicole. Pour le moment, les Australiens travaillent avec ardeur à la tâche difficile de créer un marché pour leurs vins ; ils ont le ferme espoir d'y réussir et de nous faire tôt ou tard, à nos portes, une sérieuse concurrence. —

La Gazette Commerciale.

L'INVENTAIRE.

Il n'est pas de mesure plus sage à prendre dans la carrière commerciale que de faire, à intervalles réguliers, un inventaire sérieux, exact et consciencieux de ses affaires. C'est comme un examen de conscience que l'on fait au bout du semestre ou de l'année, et qui permet de constater, non-seulement si les affaires sont en bonne condition, mais quelles ont été les fautes commises et quel a été le résultat des nouveaux plans, procédés ou systèmes inaugurés dans l'intervalle ; quelles ont été les pertes subies et les bénéfices réalisés, sur quelles marchandises ces pertes et bénéfices respectivement ont porté, à quels clients particuliers ou à quelle classe de clientèle il faut attribuer l'un et l'autre.

Cet inventaire sérieusement et consciencieusement fait, et les deductions qu'il comporte logiquement tirées, le marchand doit se demander comment éviter les pertes et augmenter les bénéfices. Il lui suffira pour cela de ne pas tomber dans les mêmes erreurs, soit en matière d'achats, soit en matière de crédits, et de développer au contraire les lignes favorables de la situation.

Un marchand qui ne fait pas d'inventaire n'est pas digne d'être marchand et ne mérite pas qu'on lui ouvre un compte ; il ignore toujours sa situation, ne peut pas savoir s'il est en perte ou en bénéfices et, ne suivant que la routine une fois adoptée, ne peut ni se corriger de ses erreurs, ni réformer un système défectueux, ni augmenter ses bénéfices. Aussi tous les négociants, fournisseurs et *jobbers* ont-ils la sage habitude d'exiger de tous les clients qui ont un compte ouvert chez eux, un inventaire au moins une fois par an.

Mais il y a inventaire et inventaire, et bon nombre de marchands savent faire leur inventaire de manière à présenter au fournisseur une situation brillante lorsque leur commerce est, en réalité, en déficit ou, tout au moins, en voie de décliner. C'est pourquoi nous recommandons que l'on y mette de la conscience.

Ainsi, en prenant au ledger tous les crédits qui y dorment depuis des années, dont les débiteurs sont partis, en faillite, décédés sans rien laisser aux héritiers, on arrive à gonfler les chiffres des "dettes de livres" d'une somme souvent considérable et qui n'a aucune valeur réelle. Ce n'est pas honnête et, quoique cela puisse réussir une fois à prolonger le crédit