

LA SAISON DU FROMAGE

Les perspectives et les espérances pour le commerce du fromage sont aussi bonnes que possible pour la saison qui commence. Comme nous avons déjà eu occasion de le dire, les stocks sur les marchés de consommation en Angleterre sont considérablement réduits comparativement aux existants de l'an dernier. Nos marchés d'exportation n'ont, à proprement parler, plus de fromage de la saison passée à expédier. C'est donc dans les meilleures conditions que s'ouvre la saison nouvelle de fabrication puisque le fromage nouveau aura le champ libre auprès des exportateurs. Non seulement il sera d'un écoulement prompt et facile, mais il se vendra dans de bonnes conditions si nous en jugeons par les prix qui ont actuellement cours pour le *fodder cheese*. Le prix du câble de Liverpool vient d'ailleurs d'avancer pour le fromage de septembre et, cette avance ne saurait nuire tandis qu'elle ne peut qu'être utile au fromage nouveau.

Toutes conditions examinées, on peut espérer que la campagne tirera, cette année, de la fabrication du fromage, de beaux revenus.

Mais il nous faut aussi examiner pour nos lecteurs dans quelles conditions ils pourront tirer le plus de bénéfices de la vente du fromage.

Pour cela, il nous faut nous demander si le producteur a intérêt à vendre son fromage directement à l'exportateur ou s'il vaut mieux pour lui avoir recours à un intermédiaire, le marchand à commission.

De prime abord, il semblerait que l'intermédiaire ou le marchand à commission est onéreux et, qu'en se passant de ses services, le producteur a tout le bénéfice de la vente directe et qu'il met dans sa poche le montant de la commission que réclamerait le marchand à com-

mission pour son entremise et ses services.

C'est ainsi que raisonnent beaucoup de patrons de fromageries qui sont bien peu au fait de ce qui se passe dans la pratique. Très versés dans la fabrication ils ignorent tout ou à peu près tout du commerce du fromage.

Nous allons les renseigner sur ce qui se passe en réalité et ils pourront tirer les conclusions qui découleront naturellement de la lecture attentive des faits existants.

Les exportateurs se divisent en deux catégories bien distinctes : ceux qui achètent directement du producteur, par l'intermédiaire de leurs propres acheteurs qui visitent les campagnes et ceux qui achètent sur place au fur et à mesure des ordres qu'ils reçoivent. Ces derniers sont les plus nombreux et de beaucoup, comme on le sait.

Les premiers achètent plutôt en spéculation et ont intérêt à payer le moins cher possible, d'autant plus qu'ils ont à calculer l'intérêt de l'argent avancé, les frais d'emmagasinage, la perte de poids, etc... etc...

Les seconds, comme nous l'avons dit, ne font pas d'approvisionnements, ils remplissent les ordres d'achats en se fournissant sur place, soit en achetant chez les premiers soit en s'adressant aux marchands à commission.

On voit déjà le rôle des marchands à commission qui sont l'intermédiaire utile et nécessaire entre le producteur et l'exportateur qui n'a pas de stock en mains.

Mais on comprendra mieux encore l'utilité du marchand à commission quand on saura qu'il est régulièrement visité par les exportateurs et que mieux que qui que ce soit, il sait l'importance de la demande et, quand le fromage est en grande demande il est mieux situé que le producteur pour obtenir les prix les plus hauts du marché.