

UNE MAGNIFIQUE OPPORTUNITÉ POUR NOTRE INDUSTRIE CANADIENNE. — LE CANADA PEUT DEVENIR UN GROS FOURNISSEUR POUR LA RUSSIE

Un fort argument pour l'augmentation du commerce entre le Canada et la Russie vient d'être fourni au récent dîner du Canadian Club, par M. J. D. Prince, Phr.D., professeur à l'Université Columbia, qui prit pour sujet de causerie la Russie et son avenir commercial.

L'orateur ne croit pas que la Russie puisse être sérieusement affectée par la guerre. La Russie est trop grande pour cela, dit-il. Un empire couvrant le septième de la surface du globe et ayant une population de 163,778,800 habitants comme le démontre le dernier recensement de 1910 ne peut souffrir beaucoup d'une guerre; aussi agressive soit-elle, surtout si l'on considère qu'avec l'aide que l'Angleterre lui apportera en armes et en munitions, le peuple russe est en train de devenir capable d'opposer aux assaillants une résistance acharnée et même de rejeter complètement le flot de l'invasisseur. Avant la guerre, c'est l'Allemagne qui alimentait le commerce russe, à présent ces relations commerciales sont brisées. Nous ne devons pas faire en sorte que ces relations ne reprennent pas une fois la paix signée.

L'alliance commerciale

C'est un fait acquis, que l'intérêt du Canada en Russie et réciproquement est plus qu'un lien sentimental d'alliance internationale qui lie en ce moment ces deux pays.

Le commerce est la vie du monde et tout intérêt durable ou même toute amitié persistante ne saurait durer sans avoir pour base le commerce mutuel et la possibilité d'affaires. Sans être matérialiste, on peut dire que le commerce mutuel signifie après tout, bénéfice mutuel et c'est de ces relations internationales que découlent inévitablement le respect et l'amitié. Notre point de vue, vis-à-vis de la Russie devra donc partir de cette question: Comment peut-on augmenter le commerce entre la Russie et le Canada?

Durant la période qui s'étend de 1906 jusqu'à la déclaration de la guerre, l'exportation des produits canadiens en Russie fut exactement le double de celle des cinq années qui précédèrent 1906.

En prenant la liste des produits envoyés du Canada en Russie, on remarque que rares sont les articles manufacturés qui y figurent. Il n'y aura pas, après la guerre pour le Canada une meilleure place d'affaires que la Russie. Les Etats-Unis l'ont bien compris et des financiers américains ont préparé des hommes en leur faisant apprendre la langue russe et les méthodes d'affaires russes de façon à être en mesure d'exploiter cette mine d'affaires aussitôt que possible.

La première chose à faire pour le Canada est d'envoyer des hommes compétents en Russie pour s'enquérir des possibilités commerciales et des conditions qui y prévalent. Les Allemands ont adopté cette pratique il y a des années et ils en ont tiré sans interruption de

larges profits en Russie pendant une longue période. Envoyer en Russie des gens ne parlant pas le russe est peine perdue. Or nous ne sommes pas outillés pour enseigner le russe et nous ne possédons pas une seule grammaire nous expliquant cette langue. Notre premier soin au Canada, devrait donc être d'établir dans nos universités, ou du moins dans deux ou trois d'entre elles, des départements où nos jeunes gens pourraient se familiariser avec l'originalité de la langue russe et sa conversation courante.

Le Canada a les articles qu'il faut.

La Russie a besoin de choses innombrables que le Canada pourrait manufacturer et lui envoyer. Par exemple il y a dans les pays slaves une grosse demande pour les menus articles tels que crayons, plumes, porte-plumes, pendules et montres.

Ils ont aussi besoin de moteurs pour bateaux, de filets et de palans, de machines manufacturées de toutes sortes et de beaucoup d'autres articles semblables trop nombreux pour qu'il nous soit possible de les mentionner ici. La Russie a besoin en outre, de boîtes en fer et autres métaux car ses propres ressources minières n'ont pas encore été convenablement développées.

Le Canada a d'ailleurs déjà découvert une partie de ces ressources, il ne doit pas s'arrêter dans son investigation.

Nous avons devant nous un pays privé de sa principale source d'approvisionnement: l'Allemagne, et qui fait appel à nous pour obtenir les nécessités de la civilisation.

C'est donc un vaste champ d'action qui s'offre à notre activité commerciale et industrielle et c'est juste le moment de savoir en profiter. Espérons que nos manufacturiers canadiens feront montre d'initiative et de décision et qu'ils ne laisseront pas échapper cette occasion unique de lier des relations commerciales avec la nation la plus puissante et la plus populeuse du continent européen et à laquelle nous lient des intérêts communs dans la guerre actuelle.

UNE ENQUÊTE INTERESSANTE

Le bureau commercial de l'Université Harvard a fait récemment une enquête afin de savoir quel est le facteur qui porte principalement la ménagère à acheter pour la première fois des articles vendus par les épiciers. Voici le résultat de cette enquête:

Les épiciers détaillants, 53 pour cent; les recommandations d'amies, 10 pour cent; les annonces des journaux, 6 pour cent; les annonces des revues, 5 pour cent; les affiches, 4 pour cent; les annonces des tramways, 3 pour cent; aucune raison, 19 pour cent.

NOUVELLE SUCCURSALE

La Banque d'Hochelaga vient d'ouvrir une nouvelle succursale au No. 1653 de l'Avenue de Guise, Côte St.-Paul, sous la gérance de M. J. O. Gagnon.



Tanglefoot

Le destructeur de mouches non vénéneux

Sans danger, Hygiénique, Sûr

Attrape 50,000,000,000 de mouches
chaque année