

Recettes et conseils utiles		1927 AOUT		SOLEIL LUNE		Recettes et conseils utiles	
				Lev.	Cou.	Lev.	Cou.
On peut tenir brillant les articles en argent ou en nickel en les frottant avec un linge de laine imbibé d'ammoniaque.		4 J	S. Dominique, conf. dbl. maj.	4 31	7 14		
Si vous avez une robe noire qui a besoin d'être rafraîchie, nettoyez-la, avec du café noir dilué d'eau et contenant un peu d'ammoniaque.		5 V	N. D. des Neiges, dbl. maj.	4 33	7 13	1 05	
L'ammoniaque et l'eau feront disparaître les tâches d'encre rouge.		6 S	TRANS. de N. S. J. C., dbl. 2 cl.	4 34	7 11		
Lorsque vous nettoyez ou pressez un habit, si vous mettez un peu d'ammoniaque dans l'eau avec		7 D	IX apr. PENT. et II d'aout	4 35	7 9		
		8 L	SS. Syriac et des Comp., martyrs	4 35	7 7		
		9 M	Vigile de S. Laurent.	4 37	7 05		
		10 M	S. LAURENT, diacre et martyr.	4 38	7 03		

Page de la Coopérative Fédérée de Québec.

La vente des bluets

On se demande si les prix payés l'an dernier seront encore aussi élevés au cours de la prochaine saison. Nous ne croyons pas nous tromper en disant que les prévisions actuelles, quoiqu'elles ne soient pas définitives, nous permettent de croire que les cueilleurs peuvent s'attendre à recevoir un bon prix pour leur récolte.

La Coopérative Fédérée de Québec, qui, depuis quelques années, s'occupe de la mise sur le marché des bluets de la région du Lac St-Jean, est en relations avec plusieurs gros acheteurs et est assurée de trouver des débouchés avantageux pour la cueillette de cette année. Elle prévoit que les choses vont marcher au goût des cueilleurs et que les prix seront satisfaisants, même plus que satisfaisants. Un des principaux officiers du département, qui s'occupe de cette question, nous laissait entendre que les personnes qui consigneront leurs bluets à cette société n'auraient pas à le regretter.

"L'an dernier, nous disait-il, les cueilleurs ont été enchantés du service que nous leur avons donné. Cette année, nous avons perfectionné notre organisation d'un bout à l'autre et nous sommes en mesure de faire mieux que nous n'avons jamais fait."

Ceci augure bien pour la prochaine saison. Le système de vente qu'a adopté la Coopérative Fédérée est celui du "pool" qui est si populaire parmi les producteurs de blé de l'Ouest canadien. On en connaît tous les avantages. Les producteurs confient à leur coopérative les produits qu'ils ont à vendre et cette organisation, après en avoir disposé, fait ses remises à chacune des personnes de qui elle a reçu des produits.

Ce système a donné les meilleurs résultats parmi les producteurs de blé, tellement que, lors de leurs assemblées, plusieurs membres ont, à maintes reprises, discuté l'opportunité de demander aux différents gouvernements des provinces de l'Ouest de préparer une loi par laquelle tous les producteurs seraient forcés de vendre leur récolte par l'intermédiaire d'un vaste "pool" qui atteindrait tous les cultivateurs intéressés.

On ne songe naturellement pas à adopter une semblable mesure ici, mais l'importance que l'on attache là-bas à cette question ne fait-elle pas ressortir de manière très claire les précieux avantages qui découlent de ce système de vente.

Le représentant de la Coopérative Fédérée avec qui nous discutons cette question nous a expliqué que la Coopérative n'achètera pas les bluets, mais qu'elle les recevra en consignation et qu'elle ferait ses remises une fois par semaine. Les cueilleurs se trouvent ainsi à ne pas attendre pour leur argent et, en même temps, ils peuvent recevoir le prix réel pour lequel leur produit est vendu.

La région du Lac St-Jean qui l'an dernier a bénéficié de la présence de la Coopérative sur le marché des bluets, peut s'attendre à profiter des nombreux avantages qu'elle est en mesure de leur offrir encore cette année.

Elle a des représentants sur les principaux marchés américains et elle a pu intéresser des gros acheteurs qui sont disposés à recevoir tout ce que la Coopérative pourra leur faire parvenir.

Une des questions qui a le plus nui à la vente des bluets par le passé a été celle de la qualité. Les diverses compagnies qui, avant la Coopérative Fédérée, s'étaient occupées de ce produit, n'attachaient pas suffisamment d'importance à la préparation, à la classification et à l'emballage, ce qui nuisait énormément à la qualité des bluets et, de ce fait, la réputation de ces derniers était rien moins que mauvaise et les prix naturellement étaient bien souvent des plus ridicules. On en sait quelque chose.

La Coopérative Fédérée attache la plus haute importance à la qualité des bluets et fait reposer le succès de la vente de ce produit sur ce point. Elle a pris des mesures en conséquence et maintiendra deux postes de classification à Saint-Félicien et à St-Joseph-d'Alma où elle aura un personnel qui verra à la réception, à la classification et à l'emballage des bluets.

On comprend que les cueilleurs ont tout intérêt à suivre le travail que poursuit la Coopérative Fédérée. Cette organisation compte sur la coopération de chaque intéressé. Les bons résultats qu'elle a obtenus au cours des deux dernières années, en contribuant à faire augmenter les prix de plus de 25%, démontre amplement que tous doivent se faire un devoir d'encourager une organisation qui a provoqué une telle amélioration dans la production des bluets.

COMPARAISONS

Il y a des gens qui, pour juger de la valeur d'une personne ou d'une organisation, se basent sur une seule action ou une seule opération pour en tirer des conclusions définitives lesquelles, le plus souvent, manquent de la plus élémentaire justice.

La Coopérative Fédérée de Québec a été mainte et mainte fois jugée ainsi. Que de fois n'a-t-elle pas été prise à partie par certains soi-disant amis de la coopération parce que certains jours elle ne payait pas le beurre, le fromage, les œufs, les viandes et que sais-je encore, aussi cher que certaines maisons de commerce?

Que de fois n'a-t-on pas démontré que ces accusations étaient basées sur des données qui n'étaient pas conformes à la vérité? Et toujours il se trouve des dévoués qui, soit pour se faire de la réclame, soit pour en faire à certaines maisons de commerce, sont prêts à faire de la critique à tort et à travers.

Si par hasard une maison de commerce achète un petit lot de fromage ou de beurre et le paie une fraction de sou de plus que la Coopérative n'a payé un lot de plusieurs milliers de boîtes, on s'empresse de faire ressortir le fait sans toutefois mentionner que dans un cas il s'agit de quelques boîtes tandis que dans l'autre il y avait 4 ou 5000 mille boîtes.

On négligeait de faire voir qu'il se pouvait très bien que la maison de commerce, dont on faisait ainsi la louange, profitait de cette occasion où elle achetait en petite quantité pour payer un haut prix. Elle se faisait ainsi de la réclame qui, en somme, ne lui coûtait pas cher. Un des grands nerfs du commerce, c'est l'annonce et la réclame. Tout moyen de publicité est bon pour certains individus et il est d'autant plus efficace qu'il touche à une corde sensible chez le client que l'on veut s'attirer. On consent à faire de grands sacrifices d'argent, mais dès qu'on s'est attiré la clientèle, on ne manque pas de lui faire payer les déboursés que l'on a faits.

Pour juger des services que peut rendre une organisation comme la Coopérative Fédérée de Québec, il ne suffit pas de jeter un coup d'œil sur les résultats d'un seul marché pour ensuite tirer une conclusion quelconque sur l'ensemble des opérations.

Il n'y a personne parmi les plus sincères amis de la Coopérative qui veuille prétendre que dans certains cas particuliers, il ne se soit pas trouvé quelques maisons de commerce qui aient pu payer plus cher que la Coopérative; mais en payant plus que la Coopérative, ces maisons ne visaient que la réclame et la disparition de leur rivale. Les coopérateurs admettent que certains de nos marchés locaux sont en mesure de payer plus cher. Mais ceux qui sont quelque peu conséquents et sincères devront admettre avec nous que tous les cultivateurs ne disposent pas de marchés locaux capables d'absorber tous leurs produits et que ce n'est que l'infime minorité des cultivateurs qui sont capables de mettre leurs produits en vente sur ces marchés, la grande majorité devant les confier à des maisons d'exportation pour les écouler sur des marchés étrangers.

On reproche parfois à la Coopérative de payer moins cher que certaines maisons et on donne comme exemple que, sur certains petits marchés, les commerçants ont payé plus que la Coopérative ne payait à Montréal. Pourquoi alors ces maisons de commerce ne paient-elles pas à Montréal les mêmes prix qu'elles paient sur ces marchés régionaux? Est-ce que de ce fait il ne ressort pas que c'est surtout de la réclame que l'on voulait se faire et que les prix payés ne sont pas toujours les vrais prix du marché? La Coopérative ne fait pas de réclame aux dépens de celui-ci ou de celui-là. Tous les producteurs sont traités sur le même pied et elle n'a pas de prix de faveur pour l'un plutôt que pour l'autre. Combien de maisons qui, pour quelques petits lots de beurre ou de fromage, paient une marge de plus que la Coopérative, et paient moins cher qu'elle lorsqu'il s'agit de plus gros lots. Il nous semble injuste de faire des comparaisons de prix sans mentionner et sans comparer les quantités des produits dont on critique les prix.

La valeur d'une maison consiste à payer les plus hauts prix du marché sur toute la durée d'une année. La Coopérative paie ces prix. Il ne faut pas l'oublier, il n'y a aucune maison de commerce qui fasse des affaires uniquement pour le plaisir de rendre service. Elle en fait pour réaliser des profits et doit se ménager une certaine marge entre le prix qu'elle paie et celui qu'elle reçoit. Ces maisons ont des dépenses et elles ne font rien pour rien. Si un jour elles paient plus cher que ce que permettent les prix qui ont cours sur les marchés, il est entendu qu'elles se reprennent d'une manière ou de l'autre. Ce qu'elles donnent d'une main, elles savent le reprendre de l'autre pour qu'à la fin de l'année, leurs affaires balancent à leur avantage.

La Coopérative, par sa seule présence, force les commerçants à payer les prix du marché. Nous nous demandons ce qu'il adviendrait si cette société décidait, qu'à l'avenir, elle ne fera ses remises qu'en se basant sur les prix des maisons de commerce et en payant le beurre et le fromage 1-8 ou 1-4 de sou de plus que ce que ces dernières offrent. Les cultivateurs seraient-ils ainsi mieux protégés? La question vaut la peine d'être méditée.

Le Congrès

Le Congrès qui produira pas de site présente génération étrangers venus de cueil dont ils ont é en général le meilleur Il nous reste à pour faire progresser

Il nous serait rendu détaillé des revue n'y pourrait souvent et de faire p tantes conférences en aviculture.

Le gouverneur l'honorable M. King M. Motherwell ont et en particulier M. A leurs compliments

L'espace nous de donner justice à Disons cependant q Unis dominaient en tés au Congrès.

Ceux de L'Italie bien instructifs et at de franche cordial charge des exhibits.

La ville d'Ottawa n'est pas hors de pr du Canada ainsi qu lant qu'ils ont su grand Congrès.

Européens com assurés, un excellen de notre jeune pays anciennes au point beau et du bien. visiter Ottawa et le qu'au Canada on pe

Voici en quels King, le chef de la reau, et le chef de M. Caron, souhaita inscriptions tout-à Québec:

MESSAGE DE BIENVENUE

CA
Nous comp d'aviculture, de pr rience en ces mati Cet échang vaux et nous port thique envers les entente entre les

MESSAGE DE L'HON.

Sur les riv dont les ancêtres s plus vaillants et les d'un groupe de so de trois millions, qu'il a donné à la caractérisée par de qui joue actuelle pays, et qui est e dans la vie indust bonheur règne dan élève une nombre

Notre peupl ses vieilles maison ments historiques à tous un chaleu

MESSAGE DE L'HON.

Le Minist cordiale bienven