

"board" dans notre ville? Ce serait peut-être un achèvement vers la création d'un point d'exportation dans le port de Québec, qui se prête si bien au chargement des vaisseaux? Jusqu'ici, le gros de l'exportation des produits laitiers se fait à Montréal.

LES PREMIERS REFRIGÉRANTS

Dans une réunion des principaux intéressés la semaine dernière à Montréal, la question de l'exportation du beurre a fait un grand pas.

Il est décidé, comme nous l'avions déjà fait prévoir, que le gouvernement provincial va payer une prime à cet effet. Cette prime, de 1 cent par livre, sera payée à toutes les beurrieres qui s'engageront par contrat à expédier régulièrement, pendant toute la saison, un sixième de leur fabrication, c'est-à-dire le produit d'une journée par semaine.

De son côté, le gouvernement fédéral fera recevoir à Montréal le beurre destiné à cette exportation, qui sera hangaré à froid et expédié en réfrigérants par steamers sur Liverpool, Glasgow ou Bristol au choix de l'expéditeur.

Des arrangements spéciaux ont été pris par l'entremise du Board of Trade de Montréal pour "cold storage" à un taux très bas : 5 cents par 100 lbs. pour la première quinzaine, ou 8 cents par mois pour deux mois. Le beurre devra être envoyé à Montréal dans les cinq jours après la fabrication, et devra être conservé en "cold storage" au moins trois jours à 26° Fahr. afin de bien se refroidir. Il sera expédié par le plus prochain steamer muni de compartiments à basse température. Les départs seront bi-mensuels. Les premiers envois se feront le samedi 17 juin; on compte sur une consignation de 500 tonnes.

C'est une très intéressante expérience qui va se faire. Nous en aurons des nouvelles au mois prochain par les prix réalisés sur le marché anglais.

Nous ne saurions trop engager les beurrieres de ce district à profiter de l'occasion, à bien soigner leur beurre, et à en mettre de côté le sixième pour l'exportation. C'est leur devoir à toutes de s'empresser de signer le contrat qui va leur être présenté. Jamais elles n'auront eu meilleure occasion de réclamer en faveur de leurs produits.

DE LA METHODE, S.V.P.

Notre fromage ne se vend pas; on a des préjugés contre tout ce qui vient de Québec. Voilà ce qu'on entend dire trop souvent. Nous allons signaler, une fois pour toutes, aux fabricants de fromage de ce district l'une des grandes causes de

leurs échecs. Le fromage de Québec vaut celui d'Ontario; si il y a infériorité, c'est dans la manière de le présenter, l'emballage, le négligé des boîtes, l'étiquetage. En un mot, pas assez de méthode.

Disons franchement la vérité à nos compatriotes: ils ont horreur de tout ce qui sent l'ordre, la symétrie. Hier, nous assistions à une livraison de meules de fromage dans les hangars d'une maison de gros; chaque boîte était brutalement jetée du fourgon sur la passerelle du hangar, sans la moindre précaution; dans le roulage, six boîtes sur dix perdaient leur couvercle, et le fromage restait exposé à la poussière.

Simagrec que tout cela, dit-on en haussant les épaules. Pourquoi tant de cérémonies? Eh bien, messieurs les fabricants de fromage,—nous parlons en général bien entendu, car il y a d'honorables exceptions—c'est précisément là-dessus que vous avez tort: c'est faute d'être assez méticuleux que vous gâchez votre affaire.

Vous fabriquez pour l'exportation, vous voulez vous faire un nom sur le marché anglais. En prenez-vous le chemin?

Il est à notre connaissance que l'exportateur qui vous apporte vos produits ne cesse de vous indiquer les petites réformes à faire, mais autant en emporte le vent.

Par exemple, nous avons sous les yeux une lettre d'un commerçant de Liverpool en date du 16 mai qui répète pour la dixième fois des conseils qui nous paraissent assurément très sages. Ce correspondant se plaint de ne pouvoir vendre du fromage qui lui a été envoyé de Québec, précisément parce qu'on ne tient nul compte de ses réclamations. Ces produits lui donnent plus de tracas et d'ennuis que tous ceux qu'il reçoit d'ailleurs.

Uniformité de couleur.—“ Nous avons, dit-il, certains districts qui préfèrent le fromage fort en couleur, d'autres qui n'achèteront que le médium: c'est le petit nombre qui demande le pâle. Celui qui se vend le plus est le rouge brique, nous ne recevons généralement pas assez de celui là, et jamais on ne devrait tenter de le fabriquer à moins d'être consommé dans la préparation des couleurs. Malheureusement, nous constatons par vos envois que vos fromageries feront une journée du fromage fort en couleur, un autre jour ce sera une teinte moins prononcée, le lendemain le fromage est encore plus pâle. Tout cela nous arrive pêle-mêle dans le même lot. C'est un grand ennui pour nos acheteurs comme pour nous mêmes. Celui qui veut du fromage haut en couleur n'a pas de marché pour le médium ni pour le blanc, et *vice versa*. Peut-être cela vous étonnera-t-il; mais nous sommes souvent obligés d'ouvrir toutes vos boîtes de la première à la der-

nière, et de les marquer au fer pour les distinguer. Jugez de notre embarras quand un acheteur se présente, examine un échantillon, l'achète, mais, ouvrant la boîte voisine, s'aperçoit qu'elle est d'une teinte toute différente, et s'en va en exclamant sa commande. C'est là notre expérience de presque tous les jours, dans un temps où le fromage est déjà si difficile à placer. Ce travail de classification devrait être fait à la fromagerie; ce serait si facile de désigner sur chaque boîte la nuance exacte du fromage, par "high colored," "medium" ou "light colored."

Une autre précaution importante à prendre, c'est de raser les boîtes juste au niveau de la meule. Très souvent, il y a un vide de 2 ou 3 pouces. Conséquemment, à moins de retourner souvent les boîtes, le fromage gonfle naturellement, surtout quand il fait chaud, tandis que, si les boîtes fermaient juste, le fromage se conserverait en bien meilleure condition. A Ontario, les fromagers ont l'habitude de raser les boîtes à la hauteur du fromage, ce qui se fait aisément au couteau au rebours du grain du bois.

Soignez donc la forme, fabricants. Elle a plus d'importance que vous ne le croyez peut-être. Abandonnez la routine, améliorez sans cesse vos toilages, c'est tout un art, nous dit-on, que de bien cadrer un fromage; n'oubliez jamais de doubler de papier les deux fonds de boîtes; que les boîtes soient toujours de bonne apparence, fermées justes; adoptez un étiquetage et un "trade mark" (frappe) uniforme, en signes abrégés, clairs et nets, laissant à l'exportateur place pour son numérotage d'envoi.

Ce ne sont pas là des détails insignifiants. Le meilleur fromage, mal assorti, mal emballé, ne se vendra pas, restera en magasin pendant des mois, finira par aller aux rebuts.

PITTSBURG vs PITTSFIELD

L'introduction des moteurs électriques à Québec n'est peut-être pas irrémédiablement compromise, mais est retardée par un incident très grave.

Nous voyons en effet dans *The Electrical World*, une grande publication trop peu connue à Québec, introuvable dans tous les cas dans nos bibliothèques publiques, que la compagnie Stanley, dont la Monmorency Electric Power Co. a acheté ses machines, est engagée à ce sujet dans un procès sérieux avec la Westinghouse de Pittsburg, Pa.

Le merveilleux moteur dont on peut voir des échantillons à Québec chez P. Garneau Fils & Cie, Whitehead & Turner et G. R. Renfrew & Co, et qui est peut-être le seul du genre au monde, tient du phénomène. Il est débarrassé des commutateurs à brosses