

Ferronnerie, Quincaillerie, Peinture Matériaux de Construction, Etc.

LA FABRICATION MODERNE DE LA SOUDE

On a célébré, il n'y a pas très longtemps, en Belgique avec solennité le jubilé d'Ernest Solvay, l'ingénieur inventeur des nouveaux procédés de fabrication de la soude, et cette cérémonie a rappelé l'attention sur cette industrie chimique, dont bien des gens ignorent l'énorme importance.

Bien connue des ménagères qui l'emploient constamment pour leurs lessives, la soude est la base de la fabrication du savon. Les papetiers, les verriers, les glaciers, les fabricants de couleurs en font d'énormes consommations. La soude est le pain de l'industrie chimique, et on peut dire avec J. B. Dumas que les deux plus grandes nouveautés du dix-neuvième siècle furent la machine à vapeur et la soude artificielle.

Il y a un siècle en effet, la soude n'était retirée que par calcination de quelques plantes, et l'Espagne, qui était le grand producteur, exportait en France pour plus de 30 millions de francs de soude. Quand le blocus vint fermer toutes les frontières de France, en 1793, la disette de la soude espagnole et les conséquences funestes qu'elle avait pour l'industrie nationale furent telles que la République "fit appel à tous les citoyens qui avaient commencé des établissements ou obtenu des brevets pour retirer la soude du sel marin". Le procédé de Nicolas Leblanc fut trouvé le seul pratique, et l'inventeur, généreusement et dans un but patriotique, n'hésita pas à le rendre public. C'était le salut pour l'industrie française, ce fut la mort pour Nicolas Leblanc, qui, ruiné, affolé par la détresse et la misère, se suicida... Quatre-vingts ans plus tard, on fabriquait annuellement par son procédé 500.000 tonnes de soude valant 80 millions!

Ce fut accidentellement, en mélangeant dans un mortier du carbonate d'ammoniaque avec du sel marin, qu'Ernest Solvay constata la formation de soude. C'était le principe d'une nouvelle fabrication qu'il breveta en 1861. L'exploitation industrielle fut pénible à établir, et ce n'est qu'en 1865, après s'être presque complètement ruiné, après quatre années d'essais infructueux, que l'invention de la colonne à carbonater rendit le procédé pratique. Ce fut la

fortune: l'usine de Couillet, en 1865, produisait 400 kilogrammes de soude par jour, 1.500 kilogrammes en 1866, 3.000 en 1867.

Le développement ne s'est pas arrêté depuis cette époque. En 1875 fut établie en France la colossale usine de Dombasles, produisant 250.000 kilogrammes par jour, nécessitant l'emploi de 400.000 kilogrammes de charbon. Puis vinrent des usines de Sandbach (Angleterre), de Wylen, de Bernbourg (Allemagne), de Beresniki (Sibérie), de Syracuse (Amérique), etc., qui occupent plus de 800 directeurs et 12.000 ouvriers. Toutes les usines Solvay produisent 1.700.000 tonnes de soude par an sur une consommation mondiale de 1.800.000 environ. Grâce au nouveau procédé Solvay, le prix de vente de la soude a considérablement diminué, de 125 francs les 100 kilogrammes en 1860, il est tombé à 30 francs en 1868, à 13 francs en 1878 à 12 francs en 1882.

POUR S'ORIENTER DANS LA CAMPAGNE

Il est prudent, lorsqu'on entreprend une grande promenade dans la campagne, dans les forêts, en un mot, dans les régions peu fréquentées, d'emporter une boussole avec soi, qui renseignera sur la direction à suivre et permettra de ne pas s'égarer au cours de l'excursion. Malheureusement peu de touristes ont cette bonne habitude, et il arrive fréquemment qu'après une marche sous bois par exemple, on a changé un grand nombre de fois de direction, et on ne sait plus, au sortir du taillis, de quel côté se diriger. N'ayant pas de boussole et ne possédant pas comme les pigeons voyageurs le sens de l'orientation, il faut, pour se tirer d'embarras, chercher un moyen pratique. La montre l'offre très simplement.

Elle est naturellement à l'heure de l'endroit. On la place horizontalement et on l'oriente vers le soleil de façon que la petite aiguille recouvre exactement sa propre ombre. Autrement dit, on place la petite aiguille dans la direction de l'ombre d'un objet vertical, la pointe étant dirigée vers le soleil. La direction du Nord est donnée par la bis-

sectrice de l'angle que fait la petite aiguille avec la ligne qui va du centre du cadran à la division douze heures. C'est-à-dire que le Nord est dans la direction déterminée par le centre du cadran de la montre et la division à mi-chemin entre douze heures et l'heure marquée au moment de l'expérience. Ce procédé très simple permet d'avoir la direction approximative du Nord et par suite d'éviter soit de revenir sur ses pas, soit au contraire de s'éloigner outre mesure de l'itinéraire que l'on s'est tracé.

LE VOYAGEUR.

Les voyageurs représentent une encyclopédie professionnelle et chacun d'entre eux constitue une page de ce merveilleux livre. Chacun vous apprend quelque chose. Et, savoir, pour un commerçant, c'est être fort, car "savoir" est la première base du succès.

Vous devez recevoir le voyageur quel qu'il soit, car si vous ne le recevez pas, un concurrent mieux inspiré le recevra et aura seul le profit de ses offres. Vous devez le recevoir, parce qu'il y a des siècles qu'un sage a dit: "Je suis homme et rien de ce qui intéresse un homme ne m'est indifférent". Vous êtes un détaillant et rien de ce qui intéresse un détaillant et contribue à sa fortune ne peut vous indifférer. L'esprit d'investigation méthodique veut que vous connaissiez les offres de tous vos fournisseurs éventuels, quitte à ne pas les utiliser de suite. Soyez prêt, car alors même que vous conserveriez votre fournisseur, celui-ci peut, un jour, ne pas vous livrer par surcroît de travail, par suite de grève, d'incendie, de faillite peut-être; il peut aussi cesser de livrer bien. Qui, alors, vous fournira, si ce n'est la maison du voyageur qui a frappé à votre porte et que vous avez si malencontreusement chassé, oubliant son nom, son adresse, ignorant même le produit qu'il vous vendait.

Ouvrez à celui qui frappe à votre porte, car demain vous pourriez chercher un fournisseur sans vous douter que vous l'avez envoyé enrichir votre concurrent.

Mentir dans sa publicité est le meilleur moyen de prouver que l'on est malhonnête.