

l'exposition de Glasgow, l'année dernière ont sans doute ouvert les yeux d'un certain nombre de commerçants, visiteurs de ces expositions, mais combien peu. Pour le consommateur il a passé devant les produits du Canada, comme devant ceux de maints autres pays, en curieux et non en observateur.

Même parmi les commerçants combien en est-il qui se sont donné la peine de s'enquérir des prix, d'examiner attentivement les articles exposés pour se rendre compte de leur qualité, de leur fini, de leur nature même ? Bien peu.

La vérité est que, pour l'étranger, le Canada ne fabrique pas, ne manufacture pas pour l'exportation et qu'il est même obligé d'importer une certaine quantité de marchandises similaires à celles manufacturées chez lui, afin de répondre aux besoins de la consommation.

Voilà l'idée généralement répandue au sujet des industries au Canada.

Inutile de dire que cette idée est absolument fautive, nos lecteurs savent à quoi s'en tenir.

Il ne suffit pas de savoir que l'étranger ne rend pas justice à notre situation industrielle, il faut détruire cette erreur et répandre la vérité.

On sait un peu partout que nous exportons du blé, de l'avoine, des pois, de l'orge, du sarrasin, du foin, du bois, de la pâte à papier, de l'amiante, du mica, du nickel, des animaux, de la volaille, des œufs, des viandes, du fromage, du beurre et des pommes.

Encore, la plupart de ces marchandises ne s'expédient guère qu'en Grande-Bretagne ou aux États-Unis, de sorte que si nous savions nous créer de nouveaux débouchés nous pourrions augmenter dans de fortes proportions la production ou l'extraction d'un certain nombre d'entre elles tout au moins.

Mais ce qu'on ignore généralement c'est que nous produisons et pouvons exporter : cotonnades, lainages, vêtements, câbles, cordages, ficelles, chaussures, harnais, selles, valises, papiers à tentures, meubles, portes, châssis, persiennes, machines à coudre, instruments et machines agricoles, orgues, pianos, savon, amidon, alcool de grains, matières explosives, fontes, fers, aciers et leurs produits, etc., etc.

Dans cette liste déjà longue, nous sommes loin d'avoir indiqué les produits de nos manufactures susceptibles de trouver des acheteurs au dehors, nous avons cité simplement au courant de la plume et sans le moindre effort, c'est dire que l'in-

dustrie, les industries existent au Canada.

Nous avons cet avantage que nos manufactures ont, pour la majeure partie, un outillage absolument moderne, aussi perfectionné qu'il est possible et qui, par conséquent, elles peuvent produire vite et bien, deux conditions essentielles pour aborder l'exportation.

Ce qui nous a manqué jusqu'ici, nous l'avons déjà dit dans ce journal, c'est d'avoir au dehors des représentants, des agents canadiens attitrés, que puissent faire connaître les produits canadiens au dehors et renseigner nos manufacturiers sur les besoins et les goûts des consommateurs des pays auprès desquels ils devraient être accrédités. Ainsi nous pourrions obtenir que les commerçants des pays étrangers sachent ce que nous produisons.

Mais il faut aller plus loin, il faut que le consommateur sache qu'un article canadien qui lui aura donné satisfaction est canadien et non pas simplement américain et qu'il redemande l'article canadien "made in Canada."

Il faut que l'article canadien se fasse sa propre réputation au dehors.

Mais il serait bon qu'il puisse se la faire chez lui-même. Nous avons ici, comme en beaucoup d'autres pays, il est vrai, la croyance qu'il n'y a de bon, de beau et de bien que ce qui vient du dehors, le produit domestique est trop négligé. Pour beaucoup de gens qui ne se rendent pas compte des progrès qui se font près d'eux et chez eux-mêmes, l'article canadien est encore ce qu'il était au premier début de la création des industries au Canada. Erreur profonde, erreur absolue. Nous avons marché et progressé; nous marchons et progressons sans cesse.

Nous surprendrions plus d'un lecteur sans doute en disant que certaines cotonnades qu'ils dédaignent pour leur préférer celles importées ont été exportées en 1900 pour \$46.176 en Angleterre et \$70.547 aux États-Unis, ces deux grands pays de l'industrie cotonnière. Encourageons donc nous-mêmes nos propres industries, rendons-nous compte des qualités et des prix de leurs produits et quand nous aurons, nous les premiers, la certitude qu'ils ne sont pas inférieurs mais souvent supérieurs aux articles similaires de provenance étrangère, avec qu'elle conviction alors ne travaillerons-nous pas à proclamer haut et ferme au dehors l'excellence des produits de nos manufactures canadiennes.

Cette idée d'étiqueter les produits canadiens "Made in Canada" fera son chemin et nous sommes certains que les canadiens seront les premiers à rechercher l'article "Made in Canada" ?

## A TRAVERS LE COMMERCE

La conférence sur le Thé, donnée vendredi soir, au monument National par M. E. D. Marceau a réuni un auditoire distingué : Nous nous y attendions, et nous le constatons avec d'autant plus de plaisir que vendredi était veille d'élections chaudement disputées et que toutes les influences devaient nécessairement être mises à contribution pendant cette "veillée d'armes!! La salle de conférence était bien remplie.

Le conférencier—de circonstance—avait préparé son sujet avec soin. Nous sommes heureux de publier ce travail dans LE PRIX COURANT. De cette manière ceux de nos lecteurs qui n'ont pas eu l'avantage de l'entendre auront celui de le lire.

La première partie paraît dans une autre colonne de ce numéro du PRIX COURANT.

\*\*\*

On a enterré, cette semaine, un des vétérans de l'imprimerie à Montréal, dans la personne de M. Eusèbe Sénécal, décédé subitement sur la rue, la semaine dernière. En dépit de la température, une nombreuse assistance se pressait aux funérailles de l'ancien éditeur, du dernier éditeur de la *Minerve*. Au moment de sa mort, M. Sénécal, nous dit-on, s'occupait de la création d'une nouvelle imprimerie. C'est ainsi que l'homme propose et Dieu dispose ! Que la terre soit légère à ce vieil imprimeur mort sur la brèche et qui, en dépit de son grand âge, songeait encore à édifier une nouvelle maison !

\*\*\*

Le surintendant général M. McGuigan, de la compagnie du Grand Tronc, prépare en ce moment un plan qui consiste à faire disparaître les pentes rapides qui existent sur la ligne, entre Port Union, à une faible distance de Searboro et Toronto. Cette section du chemin a toujours été d'ailleurs le cauchemar des mécaniciens, vu la difficulté qu'il y avait à gravir ces pentes, et la perte de temps précieuse.

Lorsque ces travaux dus à l'initiative de M. McGuigan seront terminés, le voyage entre Montréal et Toronto pourra se faire en six heures : de sorte qu'un voyageur qui