

LA VALEUR DES SOUS-PRODUITS DE LA HOUILLE

La science rend à l'industrie des services de première importance. Elle lui apprend à tirer parti de maints résidus dont l'industrie ne savait que faire autrefois et qui restaient stériles entre ses mains.

Un exemple suggestif nous est fourni, à cet égard, par le développement des industries dérivées de l'utilisation du goudron.

L'époque n'est pas éloignée, fait judicieusement remarquer M. Pitaval, où le goudron, uniquement obtenu dans les usines à gaz, était considéré comme un déchet très gênant dont on cherchait à se débarrasser par tous les moyens possibles. La Compagnie Parisienne du Gaz achetait des terrains rien que pour y répandre son goudron. On payait les entrepreneurs de transports qui voulaient bien enlever le goudron des usines.

Aujourd'hui, les quantités de goudron traitées par distillation sont considérables. La production mondiale est évaluée à 2,258,000 tonnes, auxquelles on donne une valeur de plus de 100 millions.

Le goudron a pris de la valeur surtout lorsqu'on a découvert les couleurs d'aniline et reconnu que leur point de départ, le benzène et ses homologues, était un de ses éléments constitutifs. Plus tard, le développement rapide que prit la fabrication du coke avec récupération des produits volatils fit pousser très loin l'étude des sous-produits de la distillation du goudron. On peut légitimement formuler à ce sujet les plus brillantes prévisions:

"Il est très vraisemblable que dans un avenir peu éloigné, on pourra retirer des produits de distillation de la houille de nombreuses substances qui n'étaient obtenues jusqu'ici que par le concours des forces végétales et du climat des tropiques. Grâce aux efforts de nos chimistes et au zèle infatigable qui les anime, on peut dire que la chaleur solaire amassée sur notre globe, il y a des milliers d'années, est ressuscitée et contribue au bien-être de l'humanité".

Notre confrère ajoute à ce propos:

"Ce succès est dû à la science et aujourd'hui que l'on a reconnu l'avantage de la récupération, on peut penser que toutes les Compagnies houillères sérieuses vont installer à côté de leurs batteries de fours à coke de véritables usines de distillation où l'on obtiendra la plupart des sous-produits du goudron.

"Le résidu final, le brai, dont on ne connaît pas la constitution intime, ne sera pas le moins intéressant d'entre eux."

Le malheur, c'est qu'en France, toutes nos houilles ne sont pas des houilles à

E. DOUVILLE, Plombier
1378 rue St-Urbain, Montréal.

HORMISDAS CONTANT, Entrepreneur Plâtrier, 240 rue Beaudry. Phone Bell E. 1177.

L. R. MONTBRIAND,
Architecte et Mesureur,
No 230 rue St-André,
Montréal.

J. EMILE VANIER,
Ingénieur Civil et Architecte.
Ancien élève de l'Ecole Polytechnique. Constructions Civiles et Religieuses, Aqueducs, Egouts, Pavages. - 20 années de pratique.
107 rue St Jacques, Montréal

O. M. L'AVOIR,
Peintre-Décorateur,
Peintre d'Enseignes
et de Maisons. - - -
Tapissier et Blanchisseur,
No 483 rue St-Hubert,
Telephone East 1412. Montréal.

ART. LAURIN & CIE.
Peintres - Décorateurs
Enseignes de tous genres.
73 ST. CHS.-BORROMEE
Phone Main 4564.

McArthur, Corneille & Cie
Importateurs et Fabricants de
Peintures, Huiles, Vernis, Vitres,
Produits Chimiques et Matières
colorantes de tous genres.
Spécialités de Colles-fortes
et d'Huiles à Machinerie.

DEMANDEZ NOS PRIX
310, 312, 314, 316 RUE ST-PAUL
MONTREAL.

*Windsor Paint Co. Limited,
Windsor, Ont.
Fabricants de Vernis Japonais,
Peintures, couleurs et Emaills de
Haute Qualité.*

LUDGER GRAVEL, Agent,
26 et 28 Place Jacques-Cartier, Montréal.

C. H. LeTourneux, prés. C. LeTourneux, vice-prés.
J. LeTourneux, sec.-trés.

LeTourneux, Fils & Cie, Limitée
Marchands-Feronniers
259, 261, 263 et 265 RUE ST-PAUL
MONTREAL.

Ontario Silver Co., Limited
NIAGARA FALLS, Canada.
Manufacturiers de Cuillers, Fourchettes, Contellerie et Articles en plaqué.
Demandez notre catalogue et nos cotations

coke. Nous sommes, de ce chef, en état d'infériorité marquée vis-à-vis de l'Allemagne surtout. Et, c'est à cette circonstance, qu'on n'a pas assez fait remarquer, que l'Allemagne doit, surtout, le développement de ses industries chimiques.

LA SCIENCE ET L'INDUSTRIE

La science rend de bien grands services à l'industrie.

Encore qu'il convienne, en l'occurrence, de se tenir en garde contre des généralisations hâtives et injustes, il faut bien reconnaître que l'industrie ne se rend pas toujours un compte bien exact des avantages qu'elle retirerait d'une liaison plus étroite avec les hommes de science pure. On raisonne parfaitement, à cet égard, en Allemagne, témoin les lignes suivantes extraites de la *Revue Scientifique*: "Entrez dans une de ces colossales fabriques qui, à Ludwigshafen-a.-R., par exemple, enserrrent et embrument la vaste vallée du Rhin. Visitez les ateliers: on vous présentera des contremaîtres qui ont le titre de "Herr Doktor". Ce sont des docteurs ès-sciences, des savants distingués. On vous conduira dans des laboratoires où vous verrez 100 à 150 chimistes qui sont appointés en apparence pour ne rien faire. Ils sont chargés d'une seule tâche — impondérable, sans doute, et qui ne se paye guère à la journée: la découverte. Mais tel fabricant allemand sait les prodigieux bénéfices que lui ont valu des années de patientes recherches, il semble, improductives. Le professeur et l'industriel voisinent et collaborent. La fabrique et l'Université marchent de pair. L'une s'appuie sur l'autre. Elles vivent pour la même fin.

"De cette collaboration — je dirais même de cette cohabitation — ne sort aucune oeuvre géniale, mais une masse de petites innovations. Il y a peu de temps, un article de revue anglaise définissait ainsi la supériorité de l'Allemagne industrielle: "La fortune lui est venue par son armée permanente d'hommes de science". Et ainsi, c'est de l'or liquide qu'ils ont extrait de la houille, sous les noms de fuchsine, aniline, antipyrine, etc. Toute la chimie et toute la pharmacie nouvelles!"

Les lecteurs de cette Revue se souviennent sans doute qu'on a insisté ici, à maintes reprises, sur la nécessité de cette alliance intime entre les industriels et les hommes de science.

La publicité, c'est un fait, est vieille comme le monde — seulement chaque jour amène à la lumière quelque nouvelle adaptation, dans le mode d'emploi de cette publicité.