

ADMINISTRATION ET PUBLICITE
Abonnement payable d'avance.

Canada—Excepté cité de Québec... \$ 1.00
Cité de Québec et pays étrangers... 1.50
Pour les Sociétaires de la Coopéra-
tive Fédérée de Québec et de la
Société des Jardiniers-Marais. 75c

Tarif des annonces 15c. la ligne. Annonce
classifiée 3 sous du mot. Minimum 75 sous
par insertion. Payable d'avance. Tarif en
vigueur depuis le 1er octobre 1928.

Pour abonnements et annonces, écrire au
"Bulletin de la Ferme", Limitée, 37, rue de
la Couronne (Edifice Guillemette), Québec
Case postale 129.—Tél. 2-4297.

LE BULLETIN DE LA FERME

REVUE TECHNIQUE HEBDOMADAIRE

Consacrée au Service des Cultivateurs de Progrès

ADMINISTRATION ET RÉDACTION
37, DE LA COURONNE,
QUÉBEC

ORGANE OFFICIEL DE LA COOPÉRATIVE FÉDÉRÉE DE QUÉBEC
de la Société des Jardiniers-Marais et de la Société d'Industrie Laitière
de la Province de Québec.

REDACTION ET COLLABORATION

Cette revue est consacrée aux intérêts de
la ferme et du foyer rural.

Elle est rédigée par un comité de techni-
ciens et de praticiens agricoles, assistés
de collaborateurs occasionnels et de corres-
pondants de diverses institutions agricoles.
Toute collaboration est sujette au contrôle
du directeur.

La correspondance concernant la réda-
ction doit être adressée au Directeur du
"Bulletin de la Ferme", Case postale 129,
Québec.

Volume XVII—Henri Gagnon, Président.

QUÉBEC, le 6 JUIN 1929

Frs Fleury, Gérant.—Numéro 23

Le seul remède efficace: La coopération

Les agriculteurs de l'Île d'Orléans cultivent les fraises sur une grande échelle. Chaque année, ils mettent, sur le marché de Québec, une quantité considérable de ce délicieux fruit, si considérable à certains jours que l'offre excède la demande.

Chaque producteur transporte et vend lui-même sa production sur les marchés de St-Roch et de la Basse-Ville.

Nous avons vu des marchés ouvrir à dix sous et fermer à cinq sous le casseau.

Les ménagères se présentent assez tôt, les jours de marché, afin d'avoir des fraises fraîches et appétissantes à mettre sur la table.

Le colporteur de fruits, l'écumeur des marchés, se présente plus tard et achète au rabais ce qui reste, pour vendre ensuite de porte en porte dans la banlieue une marchandise avariée deux fois le prix qu'il l'a payée.

Le clair résultat de cette méthode désuète et inadéquate de mise sur le marché des fraises, c'est: perte de temps et d'argent pour le producteur.

Y a-t-il possibilité de changer des méthodes de vente qui ne laissent que peu ou point de profit au producteur?

Oui, par la vente en coopération.

Nous en cautions justement l'autre jour avec M. Roger Gagnon, inspecteur des agronomes, un ardent apôtre de la coopération. Il nous a développé tout un plan de mise sur le marché, qui nous paraît éminemment pratique et qui permettrait aux producteurs de fraises de retirer une rémunération plus équitable de leur travail.

Il faudrait d'abord former une coopérative de vente, dont feraient partie tous les producteurs de fraises.

Le bureau de direction nommerait un gérant, qui verrait à l'organisation de la mise sur le marché.

Le producteur n'aurait plus besoin de se déplacer. Un camion ferait la collecte des fraises, comme se fait d'ailleurs déjà la collecte du lait pour la fromagerie et la beurrierie. Chaque consignment serait répartie entre les magasins tenus par la Coopérative sur les différents marchés de la ville.

Premier résultat: économie de temps et de frais de transport.

Dans ces magasins, les fraises, à l'abri du soleil et de la poussière, se conserveraient plus fraîches, ne se détérioreraient pas aussi rapidement.

La vente aurait lieu à des heures et à un prix déterminé. Ce qui ne serait pas vendu serait envoyé à la manufacture de la Coopérative pour en faire des confitures. Cette manufacture pourrait être établie sur l'Île même, où la même main d'œuvre, en grande partie des jeunes filles et garçons, pourrait être obtenue à meilleur compte qu'à la ville.

Deuxième résultat: qualité meilleure et point de sacrifice à vil prix.

L'an dernier, pendant que les fraises trouvaient difficilement preneur à Québec à cinq sous le casseau, elles se vendaient quinze sous à Thetford-les-Mines, et vingt sous à Chicoutimi. La Coopérative ferait des expéditions régulières aux principaux centres et

Troisième résultat: elle garderait pour ses membres les profits réalisés par les intermédiaires.

Le prix de remise serait la moyenne réalisée, moins les frais d'administration. Le casseau ne serait pas payé dix sous le matin et quatre sous l'après-midi, mais un prix uniforme qui laisserait au producteur un profit raisonnable.

Voilà les grandes lignes d'un projet facilement réalisable, à une seule condition: c'est que le producteur s'engage par contrat à fournir toute sa récolte à sa coopérative. En n'en fournissant qu'une partie, pour disposer à son gré du reste, il se ferait concurrence à lui-même et nuirait au succès de sa coopérative.

Il faudrait donc dépouiller le vieil homme, extirper l'esprit individualiste pour le remplacer par l'esprit coopératif, changer le mot "Chacun pour soi" en celui de "Chacun pour tous".

Le même état décourageant du commerce des fraises existait dans l'industrie de l'érable. La Société des Producteurs de Sucre et de Sirop d'érable fut fondée, et elle a jeté, cette année, dans les goussets des producteurs de la Beauce, un profit additionnel de trois cent mille piastres.

Ce qui a été fait pour les producteurs de sucre peut, devrait être fait pour les producteurs de fraises. Nous verrions alors cette culture prendre une plus grande extension et apporter l'aisance dans des milliers de foyers de cultivateurs.

Qui donnera le coup de pouce nécessaire pour mettre en branle la nouvelle organisation? Le Ministère de l'Agriculture se doit de venir ici en aide à l'initiative privée. Il a à sa tête un homme d'action et des experts capables de mettre sur pied le nouvel organisme et d'en faire un succès.

La coopération, la coopérative de vente surtout, voilà le seul remède capable de sauver l'agriculture du marasme dans lequel elle se débat péniblement, faute d'organisation pour la mise sur le marché d'un trop grand nombre de ses produits.

Le problème des fraises

Comment on l'a résolu en Californie

Dans l'éditorial du présent numéro, nous donnons les grandes lignes d'un projet de coopération pour la mise sur le marché et la vente des fraises, afin de prévenir des baisses décourageantes pour le producteur.

Il ne sera pas sans intérêt de voir ce qui a été fait ailleurs pour atteindre ce but.

Avant que fut fondée la Coopérative de Californie, chaque producteur vendait sa récolte par l'entremise d'agents à commission. Comme résultat, les jours de grande abondance, les fraises se donnaient souvent en bas du coût de production, tandis qu'elles atteignaient des prix très élevés les jours de rareté. On vit des boîtes contenant 96 casseaux d'une pinte se vendre pour \$1., tandis qu'un jour ou deux plus tard la même boîte se vendait \$5.

Les producteurs subirent de si grandes pertes par la fluctuation des prix, qu'en 1917 ils résolurent de se former en coopérative, sous la direction du colonel Harrs Weinstock et Aaron Sapiro. Deux problèmes devaient être résolus séparément—la vente sur le marché et la vente aux manufacturiers de conserve. Les fraises se vendent généralement plus cher sur le marché que le fabricant est disposé à payer. Il fallait donc en vendre autant que possible au détail. D'un autre côté, on devait disposer rapidement du surplus, pour ne pas encombrer le marché. Voici le plan auquel on s'arrêta.

Chaque producteur expédiait ses fraises comme auparavant, mais il était entendu que 15 pour cent seraient envoyés à la manufacture. Plus tard, on laissa au gérant le soin de déterminer quel pourcentage des arrivages devait être expédié aux fabriques de conserves.

Pour empêcher l'encombrement, l'Association imposa aux agents à commission l'obligation de cesser la vente à 9 heures du matin, pour ensuite remettre aux manufacturiers les fraises non vendues. Ceci faisait disparaître l'écumeur de marchés et protégeait le commerce de détail.

On arriva à stabiliser les prix, en fixant au vendeur et au fabricant un prix minimum.

En 1919 et 1920, les prix ainsi obtenus furent si satisfaisants que la récolte de 1921 fut double de la normale. Il y avait danger de surproduction. Le gérant eut l'idée de mettre en barils le surplus, pour usage dans les fontaines à soda, poussant incidemment la vente par une publicité intelligente. Bientôt la vente fut doublée et la mise en barils employa 175 personnes.

Le prix moyen payé fut 9 cents au champ, ou exactement quatre sous de plus que n'obtenaient les producteurs de Seattle qui n'avaient pas de coopérative.

La récolte record de 4,500 tonnes de fraises, d'une valeur de un million de piastres, fut ainsi écoulée à des prix rémunérateurs, grâce à la coopérative.

La coopérative a ainsi atteint son but: stabiliser les prix, de manière à laisser au producteur un profit suffisant pour l'indemniser de ses peines.