

chaînent et se complètent de façon à former un ensemble qui répond à toutes les exigences du commerce et de l'industrie.

Elles consistent surtout en brochures d'un format portatif et commode : les unes sont relatives à des produits déterminés ou à des questions spéciales (nickel, asphalte, laine, coton, papier, etc..., ou encore, marques de fabrique, brevets d'invention), les autres à une région géographique :

Mexique, Costa-Rica, Jamaïque, Colombie, Guyane hollandaise, Brésil, République Argentine, Iles du Pacifique, Japon, Siam, Indes Britanniques, Libéria, Abyssinie, Congo, Cap de Bonne-Espérance, Italie, Belgique, Suisse, Autriche-Hongrie, Guatemala, Saint-Dominique, Venezuela, Guyane anglaise, Paraguay, Chili, Philippines, Chine, Perse, Canaries, Tunisie, Afrique de l'Est, Loango, Portugal, France, Luxembourg, Norvège, Bulgarie, Honduras, Porto-Rico, Trinité, Equateur, Pérou, Uruguay, Australie, Java, Corée, Ceylan, Turquie, Maroc, Egypte, Cameroun, Transvaal, Espagne, Angleterre, Hollande, Allemagne et Russie.

Chaque nation de l'Europe ou d'Amérique a fait ainsi l'objet d'une étude économique distincte où sont étudiées, avec cartes et statistiques à l'appui, les relations commerciales avec les Etats-Unis. La brochure contient des indications sur les droits de douane, prix des transports, articles du pays...

Le Musée commercial publie aussi régulièrement sous ce titre : "advanced sheets of consular reports" une série non interrompue d'extraits des rapports des consuls.

"La Commercial Library" collectionne les catalogues de librairie du monde entier : non seulement elle facilite les recherches, mais elle les fait elle-même, renseigne sur les publications commerciales et statistiques des deux continents.

Sa bibliothèque, librement ouverte au public, est une des plus belles de l'Amérique et s'augmente tous les jours de nouveaux dons.

Le Musée commercial de Philadelphie est donc une puissante Association qui ne vise rien moins que la conquête commerciale des marchés du monde.

Il se décompose, en réalité, en trois organismes bien distincts :

1o Un Musée commercial proprement dit, analogue à ceux que l'on visite en Europe, mais de proportions beaucoup plus vastes ;

2o Un office de renseignements que l'on peut comparer à l'office na-

tional français du commerce extérieur, mais qui n'a aucune attache officielle, bien que son activité soit constante et grandisse sans cesse ;

3o Un centre d'études des questions économiques qui intéressent l'Amérique entière.

C'est à ce dernier point de vue que le Musée commercial de Philadelphie mérite l'attention : il a cessé d'être une simple exhibition de produits pour devenir un établissement pratique : ses travaux sont, aux yeux des commerçants du Nouveau Monde, la source de constatations et d'idées très encourageantes.

Les Américains, partis de rien, espèrent de plus en plus prendre une belle place dans le monde du vingtième siècle.

Leur optimisme me semble une grande grâce : ils croient à leur énergie, ils savent ce dont ils sont capables. Leur Musée, au centre d'une grande région industrielle, au milieu d'une cité laborieuse et entreprenante, qui est la véritable métropole commerciale de l'Amérique, en relations constantes avec les différentes parties du monde, possède tous les éléments d'étude et d'instruction possibles.

Les hommes éminents qui le dirigent en contact avec les commerçants et les industriels de tous les pays, s'adonnant avec zèle et dévouement à leur tâche, se tenant sans cesse au courant de la vie, des besoins commerciaux du monde, s'assurent d'avance les moyens d'ouvrir à leurs nationaux, au jour décisif, les débouchés nouveaux. Ils n'ont cessé, depuis sept années de combattre pour l'idée d'expansion américaine. L'histoire du Musée est courte, mais elle est déjà glorieuse : elle est de nature à justifier les plus grandes espérances.

MATURATION DE LA CREME DANS LA FABRICATION DU BEURRE

Queique l'on considère la qualité du lait comme le facteur le plus important dans la production d'un beurre de qualité supérieure, il ne faut pas oublier que parmi les opérations de la fabrication, la maturation de la crème est indiscutablement la phase la plus critique et ayant le plus d'influence. Du lait contaminé ou defectueux ne peut donner du beurre de première qualité, mais on peut l'améliorer considérablement, par une fermentation convenable et intelligente de la crème. Les savants ont étudié longuement tous les problèmes qui se

rappellent à la maturation de la crème, et beaucoup de progrès ont été faits vers des méthodes plus sûres ; le fabricant de beurre doit aujourd'hui tâcher de faire un usage pratique de ces méthodes pour améliorer la qualité de son produit.

Dans les fabriques de beurre ou laiteries d'une certaine importance, l'usage habituel consiste dans le mélange de la crème du soir et du matin et ensuite dans le barattage de cette crème mélangée le matin du jour suivant. La crème a, entre temps, pris une certaine acidité ou "maturation"

Or, des autorités dans la matière disent que la qualité du beurre, qui résulte de cette méthode, est largement influencée par la durée du temps qui s'écoule avant d'obtenir le degré désiré de maturité, et sur ce point, il y a eu de nombreuses discussions. D'aucuns sont partisans du refroidissement de la crème aussitôt après la séparation, suivi d'une maturation lente à la température obtenue. D'autres préconisent une maturation rapide ; ils préfèrent maintenir la crème à une température relativement haute, soit 17 degrés centigrades (62.6 Fahr.) ou à peu près pendant plusieurs heures, jusqu'à ce que la maturité désirée soit atteinte, pour la refroidir ensuite jusqu'à la température du barattage ou même en dessous, et la tenir à cette température jusqu'au barattage.

Considérons brièvement les avantages réciproques de ces deux systèmes. Les fabricants de beurre expérimentés savent que, pour obtenir du beurre de la meilleure consistance ou texture, la crème doit être tenue à une température basse pendant quelque temps avant le barattage. On croyait au commencement que cette perfection dans la texture ne pouvait s'obtenir qu'en refroidissant la crème à une basse température immédiatement après l'écémage et en l'élevant ensuite à la température favorable à la maturation.

Cette théorie ne tient plus debout, car il a été abondamment prouvé qu'en refroidissant la crème après la maturation, le beurre est d'aussi bonne texture qu'en refroidissant la crème et en la laissant mûrir à une basse température pendant un temps plus long.

Quant au goût, la saveur ou l'arôme, nous devons, en premier lieu, considérer les influences qui en sont la cause, avant de comprendre quel effet la maturation rapide ou lente peut avoir sur ces qualités. Ces influences peuvent être divisées en