

fruits; elle marque entre 13 et 14 degrés, mais l'on voit le bénéfice que l'on peut retirer de ce procédé. Soit dans les années mauvaises, soit même quand on a obtenu l'huile marquant 17 ou 18 degrés, on peut faire des mélanges qui ramènent le tout à 16 degrés. On y trouverait un grand profit commercial et l'on arriverait ainsi aisément à augmenter des 2-3 la production annuelle.

Commerce et exportation

L'huile, contenue dans de grands récipients en métal, est vendue par les Américains de 8 à 10 piastres le kilo à des exportateurs; une fois sa valeur vérifiée [la bonne huile commerciale marque environ 16 degrés; quelquefois 18 degrés comme point de congélation], elle est mise dans des bidons d'une contenance de 7 kil. 1-2; ils sont expédiés par caisse de 4 bidons.

L'huile est achetée à l'heure actuelle sur les marchés d'Europe à raison de 14 et 15 francs le kilo, et se livre sur les marchés indigènes à 250 piastres [\$120] le picul [132 lbs] soit 90c la lb.

L'exportation moyenne des années 1902-1903-1904 [nous avons dit qu'il n'y avait qu'une année vraiment bonne sur trois] a été de 97,040 lbs.

Tous ces chiffres permettent de conclure à l'excellent rapport de cette culture.

Si l'on songe, en effet, qu'un arbre fournit en moyenne 99 lbs de fruits à partir de 20 ans, on voit ce que donnerait une plantation de 100,000: 450 tonnes de fruits, soit 70 tonnes d'huile. En supposant que tous les frais d'exploitation et d'expédition montent à 40c par kilo d'huile, il resterait encore un bénéfice minimum de 60c net par kilo, soit \$40,000.

LA COULEUR DES MACHINES-OUTILS

Certaines personnes prédisent que la coutume de peindre les machines-outils de couleurs claires, coutume originaire de France et qui a été adoptée dans quelques usines du gouvernement des Etats-Unis et un petit nombre d'autres ateliers américains, deviendra beaucoup plus générale dans quelques années. Le principal but que l'on se propose en abandonnant les couleurs noire et bleu foncé maintenant d'un usage général est d'obtenir une plus grande clarté. De la manière d'une couleur sombre enlève beaucoup de lumière à un atelier; les tons de lumière semblent être absorbés par les couleurs plus sombres. Les choses se multiplient et des endroits, autrement auraient un certain éclairement restent obscurs du fait des couleurs sombres qui prédominent. Avec ce désir de meilleur éclairage, on veut aussi

EMILE JOSEPH, L. L. B.

AVOCAT

210 NEW YORK LIFE BLDG.

11, Place d'Armes, MONTREAL.

Tel. Bell, Main 1787.

BANQUE PROVINCIALE DU CANADA

BUREAU PRINCIPAL

No 9 Place d'Armes - - - - - MONTREAL

BUREAU D'ADMINISTRATION.

Monsieur G. N. DUCHARME, - - - - - Président.
Capitaliste de Montréal.
Monsieur G. B. BURLAND, - - - - - Vice-Président.
Industriel de Montréal.
L'Hon. LOUIS BEAUBIEN, - - - - - Directeur.
Ex-Ministre de l'Agriculture.
Monsieur H. LAPORTE, - - - - - Directeur.
De l'Epicierie en Gros Laporte, Martin et Cie.
Monsieur S. CARSLY, - - - - - Directeur.
Propriétaire de la maison "Carsley", Montréal.
M. Tancredi Bienvenu, - - - - - Gérant-Général.
M. Ernest Brunel, - - - - - Assistant-Gérant.
M. A. S. Hamelin, - - - - - Auditeur.

SUCCURSALES.

MONTREAL: 316 Rachel, (coin St-Hubert); 271 Roy (St-Louis de France); 1138 Ontario, coin Panet; Magasin Carsley; Abattoirs de l'Est, rue Frontenac.
Berthelville, P. Q.; D'Israël, P. Q.; St-Anselme, P. Q.; Terrebonne, P. Q.; St-Guillaume d'Upton, P. Q.; Pierreville, P. Q.; Valleyfield, P. Q.; Ste-Scholastique, P. Q.; Hull, P. Q.

Bureau des Commissaires-Censeurs.

Sir ALEXANDRE LACOSTE, - - - - - Président.
Juge en Chef de la Cour du Banc du Roi.
M. le Dr E. P. LACHAPPELLE, - - - - - Vice-Président.
Honorable ALFRED A. THIBAudeau, Sénateur.
(de la maison Thibaudeau, Frères de Montréal.)
Honorable LOMER GOUIN, Ministre des Travaux-Publics de la Province de Québec.
Dr A. A. BERNARD et L'hon. JEAN GIROUARD, Conseiller Législatif.

DEPARTEMENT D'EPARGNE.

Emission de certificats de dépôts spéciaux à un taux d'intérêt s'élevant graduellement jusqu'à 4 p.c. l'an suivant termes. Intérêt de 3 p.c. sur dépôts payables à demande.

LA BANQUE MOLSON

Incorporée en 1855

BUREAU PRINCIPAL - - - - - MONTREAL.

Capital, - - - - - \$3,000,000
Fonds de Réserve, - - - - - \$3,000,000

JAMES ELLIOT, Gérant Général.

A. D. DURNFORD, Inspecteur en Chef et Surintendant des Succursales.

Succursales dans la Province de Québec:

ARTHABASKA
CHICOUTIMI
DRUMMONDVILLE
FRASERVILLE et RIVIERE DU LOUP
KNOWLTON (STATION)
MONTREAL—
RUE ST-JACQUES—
RUE STE-CATHERINE—
MAISONNEUVE—
MARKET AND HARBOUR—
ST-HENRI—
QUÉBEC
SOREL,
STE-FLAVIE STATION
STE. THERÈSE DE BLAINVILLE
VICTORIAVILLE

58 Succursales dans tout le Canada.
Agences à Londres, Paris, Berlin et dans toutes les principales villes du monde.
Emission de Lettres de Crédit pour le commerce et lettres circulaires pour voyageurs.

rendre les ateliers plus attrayants, en s'appuyant sur cette théorie que les conditions les meilleures sont avantageuses au point de vue pécuniaire. Dans certains cas, avec l'idée de la publicité en vue, le but proposé est de faire impression sur les personnes qui visitent l'usine et, par l'intermédiaire de la photographie, sur le lecteur.

Les partisans des couleurs claires disent, comme argument en leur faveur, que plus un atelier est éclairé et propre, mieux l'ouvrage est fait et plus grande est la production, et que tout élément tendant à produire ces conditions vaut la peine d'être pris en considération à un point de vue financier. Cette question peut donc être réduite à une question de dollars et de cents: La somme supplémentaire à dépenser pour recouvrir les machines-outils de peintures claires, émaillées ou vernies, à l'épreuve de l'huile, et pour les tenir exemptes de taches noires, est-elle plus forte ou moindre que le gain obtenu par la quantité ou la qualité de production ou par ces deux choses réunies, gain résultant du meilleur éclairage et des avantages qu'il comporte, au nombre desquels figure l'économie de lumière artificielle?

On apprécie beaucoup plus aujourd'hui dit "The Iron Age", le bon éclairage des usines qu'il y a une génération, et les moyens d'obtenir cet éclairage se sont perfectionnés avec la demande. L'atelier d'autrefois était d'habitude une salle sombre, à peine éclairée, où il fallait recourir à la lumière artificielle, où les ouvriers étaient presque toujours éloignés des fenêtres. Aujourd'hui le manufacturier recherche la lumière du jour, comme une chose essentielle, parce qu'il sait que ses ouvriers produiront plus et feront un meilleur travail à la lumière naturelle et qu'ils sont mieux physiquement, quand ils travaillent sous un bon éclairage et dans une bonne atmosphère. Les fenêtres occupent la plus grande partie des murs et, partout où cela est possible, on donne de l'éclairage par la toiture. Des verres prismatiques et d'autres moyens sont employés pour jeter de la lumière dans les endroits éloignés des fenêtres. On évite autant que possible les coins obscurs. Les couleurs sombres sur la machinerie neutralisent beaucoup la lumière du soleil; d'autre part la substitution à ces couleurs de teintes réfléchissant la lumière doit ajouter à l'éclairage naturel, comme à l'éclairage artificiel.

C'est un fait généralement reconnu que plus un atelier est éclairé et propre, mieux les ouvriers s'habillent et plus aussi ils sont propres. La qualité des vêtements compte pour peu de chose dans la manufacture, mais un homme qui fait proprement un bon travail est enclin à prendre des habitudes personnelles de propreté et inversement les conditions