

Deuxième conclusion : La marbrure peut provenir d'une répartition inégale du sel.

D'autres expériences furent établies pour déterminer si la coloration irrégulière ne provenait pas de l'action du sel sur la caséine du lait de beurre. Le résultat fut négatif.

FROMAGES VEGETAUX

Il est des fromages obtenus non avec le lait, mais avec un caséum végétal ou légumine, analogue par ses propriétés au caséum d'origine animale.

Les Chinois ont tiré parti de ce fait pour faire des fromages avec les graines du pois oléagineux, le *dolichos soja*, ou d'autres pois, des haricots, etc.

Voici comment M. Simon, ancien consul de Chine, décrit cette fabrication :

On fait gonfler les pois dans l'eau tiède une demi-journée (mieux vaut prolonger l'action de l'eau jusqu'à ce que les pois s'écrasent facilement sous l'ongle) ; on les broie à la meule, en ajoutant par petites cuillerées les pois et l'eau dans laquelle ils ont gonflé. On recueille la purée qui s'écoule et on la passe dans un linge placé sur un cadre de bois ; on chauffe le liquide qui s'écoule à environ 150° Fahr., puis on y ajoute du plâtre calciné en poudre (gros comme un œuf de petite dimension et même moins pour 6 lbs. de pois secs). On continue à chauffer en remuant. Quand le liquide commence à bouillir, on le retire avec une cuiller en bois et on le verse dans des moules garnis à l'intérieur d'un tissu assez lâche (les moules chinois sont formés d'un carré de 16 pouces de côté, sur 3 à 4 de hauteur) ; on recouvre le moule d'un linge, puis d'une planchette qu'on charge de pierres.

On laisse le fromage ressuyer une heure et demie et on peut le manger. Ces fromages préparés ainsi ne se conservent pas plus de deux jours en été ; pour les conserver un temps plus considérable, on les presse très fortement et on les aromatise par des plantes. Le fromage sec se mange frit dans du beurre ou de la graisse.

On peut saler ou sucrer les fromages frais.

Cerneaux

50 caisses de Cerneaux de la nouvelle récolte sont offertes par la maison L. Chaput, Fils & Cie. En avez-vous encore en stock ? c'est un article bien demandé en ce moment.

QUELQUES POINTS A NOTER

L'usage de vieux journaux quoique très restreint dans le commerce d'épicerie devrait complètement cesser.

Un épicier raconte qu'il a été fortement impressionné un jour par la remarque d'un de ses clients : " Je ne veux pas que vous enveloppiez mon beurre dans ce journal. Il m'arrive parfois en lisant mon journal d'éternuer dedans, vous pensez bien que je ne puis aimer que vous enveloppiez quoique ce soit dans un papier semblable."

Un bon moyen de réclame pour attirer l'attention des clients du voisinage est de distribuer des échantillons. Pour un épicier la chose est facile et peu coûteuse, s'il sait s'y prendre. Ainsi, par exemple, il peut s'entendre avec un fabricant de biscuits qui sera heureux d'entrer dans la combinaison qui donnera plus de publicité à ses marques. L'arrangement conclu et les biscuits reçus, faites imprimer quelques petites enveloppes du format des biscuits sur lesquelles vous indiquerez la qualité de l'échantillon, le prix habituel de la marchandise en faisant remarquer que pendant une semaine et afin de la faire apprécier vous la vendrez au prix réduit de...

Essayez de ce plan et prenez note du résultat. Vous verrez arriver chez vous des acheteurs que vous n'avez jamais vus. Ils remarqueront votre magasin, propre, bien pourvu de marchandises fraîches, à des prix raisonnables (s'ils le sont) et, bien que vous ne fassiez pas de profit sur votre vente de réclame, vous vous créez une nouvelle clientèle qui vous sera profitable.

Adoptez une signature invariable, de manière que votre banque reconnaisse le faux si quelque criminel imite votre signature.

Présentez les chèques sans retard à la banque, ils doivent être convertis en espèces non pas demain, mais aujourd'hui.

Un chèque payable au porteur est payable à la personne qui le présente ; si vous le perdez ou s'il vous est volé et qu'il soit encaissé par celui qui l'a trouvé ou volé vous n'avez de recours contre personne.

Les chèques à ordre sont plus sûrs, ne faites que des chèques sem-

blables et demandez à vos clients de les faire payables à votre ordre, comme ils doivent être endossés par vous à l'encaissement, vous aurez toute sécurité.

Déposez vous-même votre argent en banque et faites vous-même vos feuilles de dépôt, ayez soin de les faire entrer dans votre livre de banque au moment où vous faites votre dépôt ; mais ne faites vous-même aucune entrée dans ce livre.

Autrefois, le marchand se croyait obligé de donner des étrennes à ses bons clients.

Il n'en est plus tout à fait de même aujourd'hui. Et c'est tant mieux que cette coutume onéreuse ait cessé ou soit en train de disparaître.

Le marchand ne doit rien à son client sinon que de lui fournir de la marchandise pour son argent. Qu'il le serve poliment, consciencieusement, ponctuellement, c'est tout ce que le client exige de son fournisseur ; c'est tout ce qu'il peut demander. Si vous voulez faire une bonne œuvre, donnez aux pauvres l'argent que vous auriez consacré aux petits cadeaux à faire aux clients. Les pauvres aussi ont besoin d'un peu de joie au moment des fêtes.

ATTIREZ LE CLIENT

C'est une vérité bien connue qu'une vitrine attrayante fait vendre la marchandise. Un épicier pratique en disposant sa vitrine avec goût en tirera un profit certain, aussi bien que tout autre commerçant. L'époque des fêtes prête plus que tout autre à la décoration des vitrines ; une bonne partie des marchandises offertes en ce moment sont par elles-mêmes décoratives. C'est donc le temps plus que jamais pour ceux qui n'ont jamais apporté beaucoup d'attention à l'aspect extérieur de leurs vitrines de commencer à leur donner un cachet attrayant et engageant. Les résultats seront tels que le marchand continuera à faire de sa vitrine un engin de publicité peu coûteux.

Écoutez ce que dit un épicier dont le succès a couronné les efforts, au sujet de la valeur et de l'importance des expositions dans la vitrine comme moyen d'attirer la clientèle :

" Contrairement à la pratique habituelle, l'épicier de détail ne saurait trop améliorer ses méthodes d'attirer le client à son magasin. Celui qui n'est pas assez entrepre-