

bien attribuer le fait aux taches du soleil qu'à toute autre cause.

"La seule chose apparente est que le commerce peut se préparer à un approvisionnement limité de thés de choix. La diminution dans les recettes tant à Kôbe qu'à Yokohama est comparativement à la même époque de l'année de 28,500 piculs et, comparativement à 1903, de 39,400 piculs. A cette diminution on doit ajouter une diminution probable dans les achats pour expédition indigène à Shidzuoka où les opérations sont aussi secrètes et inconnues que l'endroit où se trouvent l'Amiral Togo et la flotte japonaise."

La même maison a câblé mardi à son représentant à Montréal que le marché pour les thés de la nouvelle récolte du Japon était beaucoup plus fort par suite de la diminution supposée de la récolte et que les prix pour les thés variant de 20 à 26c. la lb. ont avancé de 21-2c. par lb. et les qualités inférieures de 11-2c.

POUR LA COLONISATION ET LE PROGRES

Une excellente institution

Nous ne saurions trop encourager l'immigration dans notre pays. Tous nous avons l'ambition de voir un Canada prospère, fort, puissant.

Ce n'est pas l'étendue qui nous manque, notre sol, nos forêts sont riches de promesses, notre sous-sol renferme des trésors. Il ne nous manque que des bras qu'il nous faut demander aux contrées à dense population.

En ces dernières années, le nombre des immigrants a augmenté dans de fortes proportions, il pourrait être bien plus considérable encore pendant des années et des années sans nous donner la population que notre sol peut nourrir.

C'est donc faire oeuvre patriotique que de travailler au peuplement du Canada.

Nous avons sous les yeux une circulaire de la Canadian General Service and Colonization Co. qui se propose d'établir et d'entretenir dans la Cité de New-York une institution Canadienne d'une utilité pratique.

Le but de cette compagnie est d'attirer au Canada les émigrants qui débarquent à New-York, de leur faire connaître les ressources et les avantages que leur offre notre pays, de les guider, en un mot, comme par la main vers le Dominion.

Les Américains viennent eux-mêmes au Canada, abandonnant leurs terres, leurs fermes pour venir chercher chez nous des terres plus riches, plus productives. Quel puissant argument trouvera, dans ce fait, la Canadian General Service and Colonization Co. pour détourner les nouveaux arrivants vers notre pays!

Dans son programme, nous constatons également un but non moins utile, celui de mettre nos manufacturiers et commerçants en relations avec les commerçants américains pour l'écoulement de nos produits.

Cette compagnie mérite évidemment des encouragements pour mener à bien ses projets et nous avons la ferme espoir qu'ils ne lui manqueront pas.

Cette compagnie dont le siège est 242, rue St Jacques a pour président un Canadien actif, intelligent, énergique, M. P. Poulin dont le nom est bien connu parmi nos lecteurs.

LA MUSIQUE DANS LES MAGASINS

Un règlement interdit la musique dans les magasins; toutefois, le maire a droit d'autoriser les propriétaires des magasins à faire entendre de la musique. Nous comprenons que le maire ne donne pas semblable autorisation, si on la lui demande; car, s'il l'accordait à l'un, quel motif aurait-il de la refuser à l'autre? Bientôt le règlement serait lettre morte et quand un règlement existe c'est généralement pour qu'il soit observé.

Mais, au fait, pourquoi ce règlement? En quoi, la musique peut-elle nuire au bon ordre? Nous nous le demandons.

Nous savons que les avocats de la tempérance craignent que la musique dans les endroits où se vendent des boissons enivrantes n'attire une affluence de buveurs et soit ainsi une cause d'intempérance. Il y a peut-être là un fond de vérité, bien que dans certaines contrées on ne se trouve pas plus mal de laisser entendre la musique d'orchestrons, de pianos, de violons, de harpes, etc.... aux consommateurs. Admettons, toutefois, qu'en interdisant la musique dans les cafés, bars, etc... on donne satisfaction aux apôtres de la tempérance et que c'est sage.

Mais pourquoi priver la clientèle des autres magasins d'entendre de la musique soit pendant qu'elle fait ses achats, soit quand elle se rafraîchit d'une limonade, d'un sirop ou d'une crème à la glace pendant la saison chaude qui nous arrive?

La seule raison qu'on puisse invoquer c'est que les passants s'arrêtent devant les magasins pour entendre la musique et gênent la circulation.

N'existe-t-il pas une autre partie de règlement qui interdise précisément de gêner la circulation d'encombrer les trottoirs, etc....?

Il nous semble que ce règlement serait à lui seul suffisant pour réprimer les abus et que pas n'est besoin d'interdire la musique que tout le monde aime à entendre et qui, prétend-on, adoucit les moeurs.

LES VIANDES FUMÉES

Expéditions pendant la saison chaude

Le commerce de gros attire l'attention du commerce de détail sur les expéditions des viandes fumées pendant la saison chaude.

Quelques marchands insistent même en plein cœur de l'été pour que les jambons, lards fumés, etc., leur soient expédiés non recouverts de toile. Ils ne devraient pas insister, dans leur propre intérêt, car ces viandes non entoilées arrivent généralement dans de mauvaises conditions; les mouches à vers s'acharnent après elles et y déposent leurs oeufs; ces viandes peuvent ainsi se corrompre rapidement, même durant le trajet et alors ce sont des plaintes et quelquefois des retours qui ne sont pas justifiés, la marchandise voyageant aux risques et périls de l'acheteur.

C'est pour cette raison que les meilleures maisons se refusent péremptoirement à expédier des viandes salées non entoilées pendant la saison des chaleurs.

Quelques marchands ont une prévention non justifiée contre les viandes entoilées, parce qu'il arrive parfois que des taches vertes apparaissent au-dessous de la toile. Ces taches ne sont nullement des signes de moisissure et s'enlèvent facilement soit avec un peu de graisse fondue, soit avec quelques gouttes d'huile d'olive ou un corps gras quelconque et le jambon, par exemple, n'a ensuite que meilleure apparence.

Il n'y a donc pas à hésiter, il y a sécurité à ne faire voyager en été les viandes salées que couvertes de toile.

Personnel

M. J. S. Mathewson, de la maison Mathewson's Sons, est actuellement en vacances à sa résidence d'été, à Petit-Métis. Il sera de retour à Montréal dans la première semaine de juillet.

Le samedi, 24 juin, jour de la fête de St-Jean-Baptiste, et le samedi, 1er juillet, jour de la Confédération, nos bureaux et entrepôts seront fermés.

L. Chaput, Fils & Cie, Montréal.

La maison L. Chaput, Fils et Cie, qui a la représentation de la maison E. Martinazzi & Cie, de Turin, vient de recevoir une expédition de ce fameux Vermouth. Ses qualités apéritives et digestives sont reconnues comme les meilleures. Ce Vermouth est en grande vogue en Europe, et l'essayer un fois c'est l'adopter pour toujours.

Personnel

M. Daniel Richard, de la maison Ph. Richard, de Cognac, France, est arrivé à Montréal le 12 juin. M. Richard a déjà fait plusieurs voyages au Canada et compte de nombreux amis.

La marque de Cognac Ph. Richard est certainement une des plus connues sur notre marché et MM. Laporte, Martin et Cie Ltée en sont les seuls agents pour la Puissance.