

LE BEURRE ET LE FROMAGE AU CANADA ET DANS LA PROVINCE DU QUÉBEC

Le nombre total des beurreries et fromageries exploitées en 1916, au Canada, s'est élevé à 3,446, comprenant 993 beurreries, 1,813 fromageries, 624 fabriques combinées (beurre et fromage) et 16 fabriques de lait condensé. Sur ce nombre, on comptait dans la province du Québec, 1,984 fabriques approvisionnées par 79,145 fournisseurs.

La production totale du beurre de crèmerie au Canada, en 1916, a atteint 82,564,130 livres, ayant une valeur de \$26,966,357, contre 83,824,176 livres valant \$24,368,636 en 1915. Si l'on compare la production relative des provinces, l'on trouve que celle du Québec a été la plus importante en 1915, car elle représente 34,323,275 livres, ayant une valeur de \$11,516,148.

La moyenne du prix du beurre de crèmerie pour toutes les fabriques du Canada est de 33 cents en 1916, au lieu de 30 cents en 1915. Par provinces, le prix le plus élevé fut en Colombie Britannique, où il atteignit 42 cents et le plus bas dans l'Île du Prince-Edouard, où il descendit à 30 cents. Dans les autres provinces le prix par livre en 1916 est ci-dessous indiqué: Nouvelle-Ecosse, 32 cents; Nouveau-Brunswick, 33 cents; Québec, 34 cents; Ontario, 33 cents; provinces des prairies, 31 cents.

La production totale du fromage de fabrique en 1916, fut de 192,968,697 livres, d'une valeur de \$35,512,530, comparée avec 183,878,898 livres, d'une valeur de \$27,587,775 en 1915. Ontario tient la tête de la production, avec un total, pour 1916, de 126,015,870 livres, valant \$23,213,935. Québec arrive au second rang avec 61,906,750 livres, valant \$11,245,104.

Le prix moyen, par livre, du fromage des fabriques canadiennes, est de 21 cents en 1916, au lieu de 17 cents en 1915. En 1916, le prix le plus élevé, soit 25 cents, est payé en Colombie Britannique, dans Ontario et Québec, le prix moyen est de 18 cents et dans l'Alberta, 21 cents.

L'ESCOMPTE DU COMPTANT

Beaucoup de marchands font un effort sérieux pour éduquer le public à payer comptant pour ses achats. Dans la plupart des cas, la méthode généralement employée est de donner un escompte au comptant. Il y a beaucoup de gens qui prennent l'habitude de demander du crédit alors que cela ne leur est réellement pas nécessaire. Ces personnes sont souvent de bons clients et peuvent facilement payer comptant si elles le veulent. Un escompte pour le comptant aura donc auprès d'elles l'effet désiré. Dans la plupart des villes où le système d'escompte pour le comptant a été adopté, il y a plusieurs escomptes alloués. Certains marchands donnent 5 pour cent d'escompte et d'autres 10 pour cent. Une maison de notre connaissance accorde 10 pour 100 d'escompte aux clients qui payent comptant. La devise de cette maison est la suivante: "Qualité aux plus bas prix, dix pour cent pour le comptant."

LES FAILLITES

D'après R.-G. Dunn & Co., les faillites commerciales au Canada, la semaine dernière, ont été au nombre de 11, comparativement à 17 en semaine précédente et à 23 en 1916, même période.

LE PROFIT EST LE PREMIER OBJET

Le "Hardware Dealers' Magazine" souligne un point très intéressant du rapport annuel de M. Grover T. Owen, le secrétaire de l'Association des Marchands-Détaillants de l'Arkansas. Voici la traduction de ce passage:

"Il n'y a pas eu une seule faillite dans le commerce de quincaillerie au détail (parmi l'association) pendant les douze derniers mois et nous attribuons ce record phénoménal à l'esprit de prudence dans les achats et aux méthodes économiques privées dans l'administration des affaires du magasin. En conséquence, devant ce résultat, il est de mon opinion que dans les conditions générales actuelles, cela n'a pas été une mauvaise politique pour les marchands de se garder judicieusement contre l'accumulation de stock. Les rapports que j'ai obtenus de toutes les parties de l'état, indiquent, d'une façon concluante que les marchands ont fait l'expérience dans l'année qui vient de terminer de plus de prospérité que jamais dans l'histoire de leur commerce.

"Dans notre vingtième siècle, où les affaires sont conduites suivant les lignes progressives de vente des marchandises, il est indispensable pour les marchands de veiller aux conditions qui prévalent. Cela demande un homme de valeur pour faire un succès dans le commerce de détail. Le premier objet de tout marchand-détaillant est de faire un profit et de servir sa localité d'une façon convenable et légitime car de tous côtés il y a une concurrence active et sans répit. Afin de faire face à la concurrence avec des prix attrayants pour le client, le marchand doit conduire ses affaires suivant des principes sûrs, solides et justes. Il doit tendre à réduire ses dépenses, sans cependant sacrifier le service à ses clients."

UNE BONNE NOUVELLE

Nous apprenons avec plaisir que les séquestres des usines Boches installées dans les Alpes pour la distillation de la Lavande, se sont décidés à mettre en adjudication ou à louer ces usines et leur matériel laissé inactif depuis trois longues années.

Grâce à cette mesure, que notre confrère "LA PARFUMERIE MODERNE" dont on connaît le dévouement à la cause des plantes aromatiques des montagnes de France, a bien contribué à provoquer, les belles labiées des Alpes pourront être désormais intégralement utilisées.

Les montagnards y trouveront un supplément de gain qu'ils ont bien mérité et enfin et pour toujours, l'Industrie de la Lavande sera, ce qu'elle n'aurait jamais du cesser d'être, une industrie essentiellement et uniquement française.

L'Usine Schimmel de Sault a été adjugée à la Firme GATTEFOSSE et fils de Lyon, protagoniste du Syndicat des lavandes du Diois et du Syndicat des Lavandes Françaises et dont le Directeur publie justement ce mois-ci en collaboration avec M. Lamothe le spécialiste bien connu, un ouvrage de la plus haute importance sur la culture de la Lavande.

Cette étude intitulée "Culture des Plantes aromatiques de Montagne" se trouve dans toutes les librairies et la Société d'Éditions scientifiques, 25 rue Lauriston à Paris.