

sur le marché et lui enlève de sa fermeté première. Le prix de 20c nous semble être le plus haut qu'on puisse obtenir pour une qualité supérieure; un beurre *fancy* se paierait peut-être 20½c.

Les exportations de la semaine dernière ont été de 16,843 paquets contre 27,789 en 1900 et 7,784 en 1899 pour la semaine correspondante. Depuis le 1er mai, il a été exporté de notre port 197,465 paquets contre 168,725 en 1900 et 233,195 en 1899 pendant la même période.

ŒUFS

MM. Marples, Jones & Co. nous écrivent de Liverpool le 16 août 1901 :

Demande soutenue pour les qualités de choix avec cours en hausse.

Nous cotons:	s	d	s	d
Œufs frais du Canada et des E.-U.....	0	0	0	0
“ conservés à la glycérine.	0	0	0	0
“ “ à la chaux....	0	0	0	0
“ “ frais d'Irlande.	7	6	8	4
“ “ du Continent.....	4	10	6	2

Le marché de Montréal se maintient ferme à une légère avance. Nous cotons: œufs strictement frais de 15 à 16c; œufs mirés No 1 de 12½ à 13½c et No 2 de 10 à 11c la doz.

POMMES

MM. J. C. Houghton & Co. nous écrivent de Liverpool le 15 août 1901 :

Absence de cotations pour pommes américaines et canadiennes.

ARRIVAGES

Arrivages pour la semaine finissant le	Barils.
30 juin 1901.....	00
Arrivages antérieurs depuis le 1er juillet 1900.....	871886
Total des arrivages au 30 juin 1901.....	871866
Du 1er juillet 1899 au 30 juin 1901....	660198

LEGUMES

On vend les pommes de terre nouvelles 60c le sac de 90 lbs.

- On cote:
- Betteraves, de 10 à 15c la doz de paquets.
- Blé d'inde, de 5 à 8c la doz.
- Carottes nouvelles de 10 à 15c la doz de paq.
- Champignons de 20 à 40c la lb.
- Choux nouveaux, de 30 à 40c la doz.
- Concombres de 5 à 10c la doz.
- Epinards, 40c le panier.
- Fèves, de 75 à \$1.00 le sac.
- Melons, de \$2.00 à \$4.00 la manne.
- Melons d'eau, de 18 à 20c pièce.
- Navets nouveaux, 70c le sac.
- Oignons d'Espagne de \$2.75 à \$3 la caisse.
- Oignons canadiens \$3.00 le quart.
- Persil, 10c à 25c la doz de paquets.
- Rhubarbe, de 10c la doz. de paquets.
- Salade pommée, 30 à 40c la doz.
- Tomates de Waterloo 12½c la lb.
- Tomates de Montréal, 28c la bte.

FRUITS VERTS

Notre liste de prix d'autre part ne change que pour les citrons; on trouve à acheter une qualité inférieure à \$3.00 la boîte.

Il est arrivé des oranges de Californie, genre Valence qu'on vend de \$3.50 à \$4.00 la boîte.

En fruits qui n'ont qu'une vente temporaire nous cotons :

- Pêches de Californie, de \$1.40 à \$1.50 la boîte.
- Pêches du Canada, de 40c à 60c le panier.
- Prunes de Californie, de \$1.00 à \$1.40 la boîte.
- Prunes du Canada, de 40 à 60c le panier.
- Poires de Californie; \$3.00 la boîte.
- Poires du Canada, 50 à 60c le panier.
- Raisins Tokay, \$3.00 la boîte.
- Raisins canadiens, 35c le panier.
- Raisins Moers Early, de \$1.50 à \$2.00 la caisse de 8 paniers.
- Bleuets, de \$1.00 à \$1.20 la boîte.
- Mûres, \$2.50 le crate, et piment, 50c le panier.

FOIN PRESSE ET FOURRAGES

MM. Hosmer, Robinson & Co., nous écrivent de Boston le 21 août 1901 :

Les arrivages pour la semaine dernière ont été 119 chars de foin et 26 chars de paille. 29 chars pour l'exportation.

Pendant la semaine correspondante de l'an dernier, 84 chars de foin et 31 chars de paille, 26 chars de ce foin destiné à l'exportation.

Les foins vieux se vendent toujours à des prix rémunérateurs bien que le ton du marché en général ne soit pas aussi ferme que la semaine passée, les acheteurs s'attendant à la baisse aussitôt que les foins nouveaux commenceront à arriver.

Foin, choix...	\$18.00 à \$19.00	\$18.00 à \$20.00
— No 1 ...	17.00 à 18.00	16.00 à 17.00
— No 2 ...	15.00 à 16.00	15.00 à 16.00
— No 3 ...	14.00 à 15.00	14.00 à 15.00
— mél.d.tréf.	13.00 à 14.00	13.00 à 14.00
— trèfle ...	13.00 à 00.00	13.00 à 00.00
Paille de seigle long....	15.00 à 16.00	
— mêlée..	11.00 à 00.00	11.00 à 00.00
— d'avoine	8.00 à 0.00	8.00 à 00.00

Le marché de Montréal n'a plus guère de vieux foin, nous coterons désormais le nouveau. La demande locale est satisfaisante.

Il s'est exporté dernièrement beaucoup de foin sur le marché anglais qui, pour le moment, paraît fortement approvisionné avec des prix en baisse. La seconde coupe en Grande-Bretagne sera plus satisfaisante que la première.

Nous cotons:	
Foin pressé No 1 à choix.....	\$9 00 à 9 50
“ No 2 “.....	8 00 à 8 50
Foin mil. de trèfle.....	7 00 à 8 00
Paille d'avoine.....	4 00 à 5 00

EXTRA

RENSEIGNEMENTS COMMERCIAUX

PROVINCE DE QUEBEC

Cessions

- Cascade Point—Dumesnil A., mag. gén.
- Montréal—Brown Bros, bou. hers.
- Savoie J. H., épïc., ass. 5 sept.
- St Grégoire—Hébert G., machines agricoles.
- St Prime—Cunningham J. H., mag. gén.

Curateurs

- Montréal—Lamarche & Benoit à Pierre Bougie, hôtel.

Décès

- Québec—Veldon J. J., drogues. r
- Shawinigan Falls—Marcotte J., meubles.

Dissolutions de Sociétés

- Arthabaska—Pepin L. O. & fils, mag. gén.
- Montréal—Les Collecteurs des Créanciers.
- Lanouette & Desorcy, épïc.
- St Louis—Brunet & Co, épïc.

En Difficultés

- Montréal—Denis & Bernard contracteurs.
- W. J. Wilson, éditeur, offre 25c dans la piastra.
- Gravel & Co, meubles offrent 30c dans la piastra.

Fonds à Vendre

- Montréal—Dme W. H. Costigan, épïc., le 4 septembre.
- Soucy M. A., tailleur, le 4 septembre.
- Vézina & frères maîtres charretiers.
- St Lazare, Vaudréuil—Thauvette H. mag. gén., le 5 septembre.

Fonds Vendus

- Freligsburg—Wells E., mag. gén.
- Montréal—Alph. Lanctôt, hôtel.

Nouveaux Etablissements

- Montréal—Dagenais & Léonard, carrossiers.
- Emond F. & Co, bonchers, Dme F. Emond.
- Pharmacie Marché Massicotte, A. Gauvreau.

Scott Ashton & Co, fruits, etc.
Standard Umbrella Mfg Co.
Québec—L. Joulin & Cie, médecines.
St Basile—Harvey Chemical Co.
St Charles—Boucher & Lamontagne, épïc. et boucherie.

M. P. Larkin, sur le marché du Thé Américain et Canadien

Traduit du "Home and Colonial Mail," de Londres, Ang., le 9 août 1901

M. P. C. Larkin de la Compagnie de Thé "Salada" de Toronto, qui est actuellement à Londres, a été interviewé il y a quelques jours au sujet des marchés américain et canadien pour le thé de l'Inde et du Japon, et sur la méthode à adopter si l'on entend développer rapidement les affaires.

M. Larkin, qui est entreprenant à l'extrême, cela se voit, a raconté brièvement son expérience dans l'introduction des thés de l'Inde et de Ceylan à l'attention du consommateur Américain et Canadien qui est atteint par les succursales de la Salada Tea Company dont il a le contrôle dans les deux pays.

Il raconte que les progrès furent lents au début, mais qu'il activa le mouvement en faisant valoir les mérites de ces thés au moyen d'une publicité variée, et, les ventes augmentant, comment il en provoqua une demande plus rapide en consacrant des sommes de plus en plus fortes à la publicité.

Après avoir établi un courant d'affaires avec les thés noirs, M. Larkin jeta son dévolu sur les verts, et c'est en partie à sa suggestion que les planteurs ont manufacturé des thés verts, qui, dans son opinion et celle de tous les experts, éclipsent entièrement les marques de Chine et du Japon, et qui vont bien, si seulement les planteurs maintiennent le type d'excellence actuel, pour conserver le marché et mettre l'ennemi complètement en déroute. Mais, "c'est une tâche lente que celle de faire la conquête d'un marché," et ici, M. Larkin se montra des plus déterminés; "cela exige de l'esprit d'entreprise et de la dépense d'argent," tout cet argent reviendra dépeuplé par suite de la hausse du prix du thé à Londres, si les planteurs et leurs représentants veulent bien se mettre à l'œuvre pour obtenir des commandes et développer les affaires sur le continent américain du Nord, non pas par de doux efforts, mais au moyen d'efforts vigoureux, systématiques, soutenus, qui donneront des résultats durables et provoqueront une demande forte, soutenue et constante." Des thés verts de Ceylan, M. Larkin a parlé avec enthousiasme. "Ils sont tout simplement splendides, et rien ne peut leur résister; mais comment, dans le monde, les gens peuvent-ils être informés de leurs mérites si ce n'est par les journaux et les autres formes de publicité? La publicité est ce qu'il faut. L'Inde et Ceylan possèdent, depuis l'introduction du thé vert, l'article véritable recherché pour convenir au consommateur, mais un rapide développement est nécessaire et ce développement rapide ne peut être obtenu que si les planteurs reconnaissent les difficultés que rencontrent ceux qui poussent leurs thés, et le seul moyen efficace pour les surmonter." Nous avons demandé à M. Larkin, à propos de la déclaration du secrétaire de l'agriculture des Etats Unis que les Etats du Sud approvisionneraient bientôt tout le marché américain, ce qu'il pensait du thé produit sur le sol américain. Il sourit d'un air sarcastique qui était très significatif et répondit vivement: "Il n'y a que plus de raison pour se dépêcher de pousser le commerce des thés de Ceylan et des Indes, de façon à ce qu'ils s'en suivent d'immédiats et tangibles résultats. Accomplissez cette tâche complètement, vivement et habilement et vous aurez un marché sûr et certain."