

LA SITUATION DU COMMERCE DES CONFITURES ET PELURES EXPLIQUEE PAR M. JAMES WAGSTAFFE

M. James Wagstaffe, de Wagstaffe, Ltd., Hamilton, Ont., est de retour d'un voyage entrepris pour obtenir des informations précises sur les conditions du marché des pelures de fruits et des confitures et pour découvrir quelles étaient les chances de concurrence dans ces lignes. Après avoir visité l'Espagne d'où proviennent les oranges de Seville; Gibraltar, la Corse qui produisent la plupart des citrons pour la pelure et en Italie les centres de culture du lemon, du citron et de l'orange; Gêne, Rome, Naples, Messine, Palerme et Syracuse, aussi bien que les usines d'Angleterre, et avoir interviewé quelques-uns des plus grands manufacturiers de pelures, M. Wagstaffe est revenu au pays, avec la confiance que l'industrie canadienne n'avait pas à redouter la concurrence des autres pays avant quelques années.

"Peu ou pas de pelure" dit M. Wagstaffe, "peut-être envoyée au Canada à l'état fini, pour concurrencer le produit canadien. La raison en est la même dans tous les cas: la rareté du sucre. Le sucre dans ces pays se vend beaucoup plus cher qu'au Canada, ce qui donne au manufacturier canadien un avantage, d'autant plus qu'il bénéficie de l'entrée sans douane du produit brut alors que le produit doit supporter les exigences du tarif.

Pour les mêmes raisons, il y a peu de probabilité d'exportation des confitures et marmelades anglaises, pendant quelque temps, certainement pas avant que le change ait atteint une base plus satisfaisante.

Un autre facteur qui intervient est la rareté actuelle de fruits. Cela a été un problème sérieux pour le manufacturier de confitures anglais. Il a éprouvé par le passé, de grandes difficultés à s'assurer des provisions. Pour la première fois on a vu des manufacturiers être obligés de se mettre à la culture de leurs propres fruits.

Ce qui contribue aussi à affirmer la position des prix des confitures, et à laisser prévoir des cotations encore plus fermes au cours de l'hiver, est l'augmentation matérielle de la demande. Une autorité éminente estime qu'aux Etats-Unis la demande pour la confiture a augmenté de 500 pour 100. Ce goût s'est développé du fait que les hommes à la guerre ont reçu comme nourriture ce mets autrefois de luxe.

M. Wagstaffe pense que l'Angleterre, la Belgique et l'Allemagne auront tôt fait de se remettre du choc de la guerre, mais il croit que cela prendra beaucoup de temps avant que la France et l'Italie reviennent à la normale. La confiance de Wagstaffe Ltd., en l'avenir, se traduit d'ailleurs par le

fait que cette compagnie dépense actuellement \$125,000 pour faire des agrandissements à leurs locaux en prévision de l'augmentation des affaires au cours de cette année.

LE TRIBUNAL DU COMMERCE PERMET AUX MARCHANDS DE VENDRE LE SUCRE A 16 CENTS LA LIVRE

La commission du commerce a annulé ses instructions du mois de septembre dernier concernant le sucre et permet aujourd'hui aux marchands de vendre cette nécessité de la vie à 16 cents la livre. Lorsque le prix avait été fixé à 12 cents le sucre brut se vendait 6½ cents, aujourd'hui les raffineurs le paient 11½ cents. Le sucre granulé se vend actuellement aux Etats-Unis 18 à 22 cents. Le Canada et les Etats-Unis ne peuvent contrôler la situation qui dépend entièrement des marchands de sucre brut des Indes Occidentales. Les six raffineries au Canada devront s'entendre pour vendre le sucre à un prix qui permettra de le vendre au détail à 16 cents.

LICENCE INDIVIDUELLE REQUISE POUR CHAQUE ENVOI DE FARINE DE BLE, DE SON, ET DE MOULEE POUR L'EXPORTATION

Un memorandum qui vient d'être publiée par le Département des Douanes donne avis que la permission précédemment accordée pour l'exportation de la farine de blé, du son et de la moulée en lots de wagon sans licences individuelles est retirée.

Dorénavant, la farine de blé, le son et la moulée ne pourront être exportés du Canada, en aucun cas, sans être accompagnés d'une licence du Canadian Wheat Board.

LA P. C. LARKIN & Co. DEVIENT LA SALADA TEA COMPANY OF CANADA LTD.

Il y a eu un changement dans le titre de la P. C. Larkin & Company, Toronto, connue généralement sous le nom de The Salada Tea Company. D'après les nouveaux arrangements, le nom de la compagnie canadienne sera "The Salada Tea Company of Canada, Ltd.", tandis que la compagnie américaine est connue sous le nom de The Salada Tea Company Incorporated. M. P. C. Larkin, le fondateur et le chef actif de la firme demeure président et le personnel de la maison reste le même. Au demeurant c'est plutôt un changement de nom que de fait intervenu pour consolider les intérêts de la compagnie. Il n'y a pas eu de changement parmi les gens intéressés dans la compagnie et ses affaires seront poursuivies de la même que par le passé.