

Encore un autre cas : votre article sur les cotons de Magog mentionne encore Toronto, Montréal, St-Jean, Halifax, Winnipeg, Victoria et Vancouver tout seuls. J'espère que vous voudrez bien m'expliquer les causes de cet ostracisme. Il me semble que les gens de Toronto, lorsqu'ils viennent à Québec, par affaires ou par plaisir, sont toujours accueillis avec l'hospitalité proverbiale de la vieille "Rock City."

Bien sincèrement à vous

E. B. GARNEAU.

Québec, 11 oct. 1895.

Notre confrère du *Dry Goods Review* n'est hâté de s'expliquer. Seulement il lui a fallu vendre du plomb pour arriver à trouver quelque chose de plausible. Sa principale excuse, c'est qu'il n'avait à mentionner qu'une ville par provinces. S'il a fait exception pour Victoria et Vancouver, c'est sans doute à cause de l'extrême rivalité qui existe entre ces deux villes de la magnifique province du Pacifique. L'incident provoqué par M. Garneau démontre que, pour ne pas se brouiller avec leurs abonnés de Québec, les journaux de l'ouest devront à l'avenir faire une part plus large à la mère des villes d'Amérique.

Nous abondons dans le sens de M. Garneau. Québec a été assez longtemps relégué dans l'ombre. Notre bonne vieille ville natale commence à s'ennuyer d'attendre ; l'ambition la prend sur ses vieux jours, et certes elle en a le droit. Il n'y a pas si longtemps que, pour le commerce de nouveautés, elle était une simple succursale de Montréal. Aujourd'hui elle achète beaucoup moins de sa riche voisine, et même elle vend beaucoup dans l'ouest. Sans parler du cuir, ce que ne serait pas chose nouvelle, — nous pouvons mentionner la maison Renfrew qui a une succursale à Toronto, Z. Paquet qui a des agences domiciliées à Montréal et Toronto, Carrier Lainé & Cie qui sont aussi installés à Montréal, et des importateurs de nouveautés qui vendent beaucoup dans la ville même de Montréal. Nous connaissons personnellement plus d'un épicier des environs de la grande ville qui viennent régulièrement tous les automnes et les printemps faire leurs achats à Québec parce que — ils nous l'ont dit à nous-mêmes — Montréal a la renommée, mais Québec a la palme sur bien des points.

Ne surfaisons point notre rocher, mais ne le dédaignons point non plus. Si tous ensemble nous en étions seulement aussi enthousiastes que les étrangers qui nous visitent, si nos capitalistes avaient en leur ville la moitié de la confiance qu'éprouvent les Montréalais pour leur petit New-York, Québec sortirait vite de ses langages, et il serait temps, car avouons qu'ils sont un peu usés.

UNE EXPLICATION ET UNE INVITATION

A voir tous les noms propres qui émaillent nos colonnes, quelques-uns seront portés à croire que nous amassons une fortune colossale et que la *Semaine Commerciale* est déjà en mesure d'étaler un luxe insolent.

Nous croyons devoir dissiper cette illusion d'optique, dût l'aveu nuire à notre crédit. La majeure partie des mentions spéciales disséminées dans notre journal ne sont pas payées ; dans bien des cas, elles ne nous sont pas même demandées. Le tant la ligne n'est pas dans nos mœurs. C'est même ce désintéressement, cette indépendance qui donnent du prix à notre réclame. Nous la faisons parceque cela nous plaît, parcequ'elle nous paraît méritée, parcequ'elle peut contribuer à relever la ville aux yeux des étrangers et provoquer des transactions nouvelles.

Certes, nous devons dire que beaucoup de nos clients nous traitent fort libéralement et comprennent qu'on ne soutient pas un journal comme celui-ci avec des remerciements. Il en est d'autres il est vrai — mais c'est le petit nombre — qui paient un tribut onéreux de \$500 par année à tel journal de Montréal et qui dédaignent notre modeste feuille parcequ'elle est de Québec. Cette différence de procédés n'altère en rien nos sentiments à l'égard des uns et des autres. Nous ne travaillons pas pour des particuliers, mais pour la ville et le district de Québec. Nous nous sommes imposé la tâche de visiter chaque semaine quelques établissements de commerce ou d'industrie, et nous en rendons compte au meilleur de notre connaissance, en vue de dissiper le brouillard par trop mystérieux qui enveloppe notre promontoire au loin et de démontrer que les Québécois ne vivent pas seulement de pommes de terre et de vent de nordais, mais qu'au contraire il y a ici une population industrielle et débrouillardes qui fait plus de besogne que de bruit, ce qui n'est pas un mal.

Complétons cette explication par une invitation. Tous ceux qui ont quelque chose à faire connaître au public à propos de leur négoce respectif sont les bienvenus à la *Semaine Commerciale*. Le marchand qui a acheté un stock à conditions avant-ages, l'entrepreneur ou l'architecte qui ont un ouvrage en vue ou sous contrat, le fabricant qui vient d'ajouter une machine nouvelle ou une annexe à son atelier, celui qui achète ou vend des propriétés, sont cordialement invités. Ce sont des renseignements, non des réclames, qu'ils nous apportent ; si notre publicité peut leur être pécuniairement profitable, nous les laissons juges de la valeur de l'insertion.

Nous tenons avant tout à faire un journal aussi complet que possible, et c'est pour cela que nous faisons appel à la collaboration de tous. Notre but est d'éveiller l'attention au loin sur Québec, et de faire partager à nos concitoyens l'enthousiaste confiance que nous avons en l'avenir de ce lieu unique au monde.

A TRAVERS QUEBEC

MANUFACTURE CANADIENNE DE PELLETERIES

Si nous avions un conseil à donner à nos concitoyens, ce serait d'être plus fiers de leur ville qu'ils ne le sont généralement. Cela peut paraître bizarre, mais ce sont en général : s étrangers qui sont les plus enthousiastes et les plus confiants en l'avenir de Québec : témoin M. Livingstone, cet Américain distingué qui est venu récemment entretenir la Chambre de commerce des brillantes perspectives de notre ville et réveiller du coup une multitude de questions trop longtemps endormies.

L'industrie dont il s'agit ici ne fournit pas seulement du travail à nos artisans, mais elle promet de faire de notre ville le grand marché canadien pour les fourrures, comme elle l'est déjà pour le cuir. Nous voulons parler de l'immense usine que la maison Paquet a ouverte à la Pointe aux Lièvres, sur les ruines de l'ancienne filature de laine. Jusqu'ici, le Canada, pays à fourrures pourtant, était tributaire de l'Europe pour la préparation des pelletteries et la teinture des fourrures. M. Paquet, avec le flair des affaires qui le distingue, a compris qu'il y avait là une lacune à combler et il a fait en sorte que Québec prit de ce chef les devants sur toutes les autres grandes villes de la Puissance.

Cet établissement est établi depuis trois ans sous le nom de "Manufacture Canadienne de Fourrures."

C'est le seul établissement du genre en Amérique ; c'est bien le moins que nous en fassions connaître un peu le rouage à nos concitoyens avant que tout le continent le sache.

M. Paquet importe la pelletterie à l'état brut de tous les pays de production du monde entier. Il l'apprête, la teint et la confectionne.

Pour se rendre compte des progrès de cette industrie, il faut voir les peaux brutes, échevelées, souillées, raidies par la saumure dans laquelle elles ont été plongées pour faire le voyage quand elles viennent de loin, et les confronter côte à côte avec les fines et soyeuses four-