

gé. Dans ce cas, cela indiquera que les goûts, les besoins et les pouvoirs d'achat ont changé. Souvent ces changements se produisent si graduellement qu'ils sont imperceptibles; cependant ils font une grande différence en affaires et parfois réduisent les profits et les convertissent en pertes.

Il est facile de remédier à une telle condition. Soyez actif. Si vous êtes très en dessous de vos affaires, si votre clientèle s'éloigne de vous, faites un examen rigide et voyez où vous pouvez faire un changement. Quelquefois une légère amélioration ou un petit changement conduiront à des résultats importants qui modifieront les conditions décourageantes et des occasions se présenteront où de petits changements de ce caractère feront partir les affaires dans la direction opposée.

Il peut y avoir manque d'esprit d'entreprise pour faire de la propagande. Quelquefois le propriétaire s'occupe d'autre chose et néglige en partie son commerce régulier. Il peut se faire qu'il ait un beau cheval qu'il aime à conduire, il peut avoir un automobile ou encore, il peut être plus ou moins amateur d'un jeu de balle. Tous ces plaisirs sont légitimes et quand on s'y livre modérément, ils sont profitables. Mais aucun de ces sports, ni aucune de ces récréations ne devraient prendre toute l'attention qui doit être si complètement consacrée aux affaires; car lorsque cela arrive, le commerce manque d'inspiration et de l'esprit de progrès que, seul le propriétaire peut lui communiquer. Livrez-vous aux plaisirs d'une manière modérée et ne permettez pas que ces plaisirs gênent votre commerce.

Le manque de publicité est la cause de beaucoup de faillites et de découragement. La publicité forme un département important des affaires modernes et ne peut pas être négligée sans qu'il en résulte un dommage sérieux au commerce. Les acheteurs d'une variété quelconque de marchandise iront là où les marchands ont assez d'esprit d'entreprise pour faire de la publicité; on a vu une publicité vigoureuse et judicieuse marquer le point de séparation entre la faillite et le succès et, dans bien des cas, cette publicité a fait qu'un magasin qui perdait a immédiatement commencé à gagner, et a produit enfin un beau profit.

Faites de la publicité judicieuse, vigoureuse, continue. Au lieu de perdre dans votre commerce, vous pourrez faire ainsi des affaires brillantes.

Le public acheteur désire être flatté, il aime qu'on lui indique les endroits où il achètera certaines marchandises. Il aime entendre les nouvelles des magasins; par conséquent, il lit les annonces et va au magasin où la publicité semble être la plus convaincante et décrit les marchandises les plus en demande. Un petit embellissement de votre magasin fera peut-être beaucoup pour vous. Si on ne le

surveille pas avec soin, l'intérieur du magasin deviendra délabré et prendra un air peu engageant. Personne n'aime à acheter dans un magasin malpropre et poussiéreux et cette observation s'applique particulièrement à une épicerie où on se procure une quantité considérable de produits alimentaires. Maintenez chaque chose bien propre. Arrangez les marchandises d'une manière attrayante. L'effort extra nécessité pour cela est peu de chose et l'effet en est presque incalculable. Les clients reviendront dans un magasin propre, bien tenu et arrangé d'une manière attrayante; tandis qu'ils ne retourneront jamais dans un magasin qui offre une apparence opposée. L'influence de ce détail est plus grande qu'elle n'en a l'air et depuis de nombreuses années on n'y a jamais accordé la moindre attention.

CONSERVATION DU LAIT EN NATURE

Stérilisation. — Pasteurisation. — Réfrigération.

(Par M. Mazé, Chef de Laboratoire, à l'Institut Pasteur).

De tout temps on a eu recours à des moyens variés pour mettre le lait à l'abri des altérations: les progrès de la bactériologie ont facilité les investigations des intéressés. Nombreux sont aujourd'hui les produits qui permettent de conserver le lait pendant un temps plus ou moins long. On n'a que l'embarras du choix entre les antiseptiques plus ou moins puissants dans leur action, mais toujours dangereux pour le consommateur.

A côté de ces moyens que la science écartera et que la loi réprime, il y en a d'autres que le savant et le législateur préconisent ou encouragent: ce sont les procédés qui reposent sur la mise en œuvre des agents physiques comme la chaleur ou le froid.

J'examinerai ici brièvement les principes de ces méthodes et les résultats pratiques qu'elles fournissent.

I. — Stérilisation

1^o **Par l'Autoclave.**—Les altérations du lait sont dues à des bactéries. Pour conserver le lait il suffit donc de détruire, par la chaleur, les ferments variés qu'il renferme. Rien n'est plus simple. La bactériologie nous enseigne que tous les germes bactériens sont détruits à la température de 230° F. agissant pendant quelques minutes. Le lait chauffé à cette température dans un autoclave est donc dépourvu de microbes; c'est du "lait stérile"; et si l'on prend la précaution de le maintenir par une fermeture convenable à l'abri des contaminations ultérieures, sa

conservation chimique peut être considérée comme indéfiniment assurée.

S'il ne s'agissait, par conséquent, que de stériliser le lait, le problème de conservation n'offrirait aucune difficulté; mais le lait ainsi traité n'a plus ses propriétés naturelles; on lui reproche un goût de cuit très prononcé; sa couleur est altérée par une caramélisation partielle du sucre de lait; il a perdu de sa digestibilité et il ne réagit plus sous l'action de la présure; de sorte que la sûreté qu'il présente au point de vue bactériologique est contrebalancée par les nombreux inconvénients qui résultent de la perte de propriétés physiologiques importantes. Accueilli d'abord avec beaucoup de faveur pour l'alimentation des enfants, il a été combattu sur ce terrain dans ces dernières années; il ne faut pas oublier cependant qu'il a rendu des services très appréciables, et, qu'aujourd'hui encore, en dehors de la qualité qu'il possède de pouvoir supporter les transports les plus longs, il offre l'avantage de ne pas exposer le consommateur, et surtout l'enfant à des accidents immédiats. Chaque fois par conséquent, qu'on ne possède pas de garantie suffisante sur l'origine d'un lait destiné à l'alimentation des enfants, il est indispensable de le stériliser par l'ébullition.

2^o **Par l'ébullition.**—La stérilisation par l'autoclave n'est pas à la portée de tout le monde. Le lait stérilisé, et vendu tel est une spécialité industrielle et pharmaceutique; le lait stérilisé par ébullition est un aliment que chaque ménagère peut préparer, et, à ce point de vue, il présente une importance hygiénique considérable.

La stérilisation par l'ébullition peut être considérée comme suffisante au bout de 15 à 20 minutes d'exposition à la température de 212°.

Si le lait n'est pas destiné à être consommé immédiatement, il est indispensable de boucher les récipients, de préférence des bouteilles capables de résister à la température de 212°, avec des bouchons sortant de l'eau bouillante; on refroidit ensuite le plus vite possible à la plus basse température dont on puisse disposer, afin d'éviter le développement des espèces résistantes à la chaleur dont quelques germes peuvent résister à ce mode de stérilisation. Il ne faut pas oublier non plus qu'il est très important de le faire absorber aux enfants dans des tasses sensibles toujours lavés à l'eau bouillante, ou, tout au moins, à l'eau filtrée sur une bougie bien entretenue. Pour négliger ce détail, en apparence insignifiant, bien des personnes perdent, sans s'en douter, tout le bénéfice de l'opération.

Le lait stérilisé par l'ébullition présente les inconvénients que j'ai signalés pour le lait stérilisé à 230°, quoiqu'à un degré moindre; la caramélisation et le goût de cuit sont beaucoup moins prononcés.