

la lumière ; des cuirs qui aussitôt après leur fabrication étaient d'une belle couleur claire, deviennent sous l'influence d'une lumière trop forte d'une tout autre teinte.

Un autre ennemi du cuir est la poussière. Si dans le magasin où on le conserve, le cuir est exposé constamment à la poussière, on ne doit pas croire qu'on écarte l'inconvénient de ce fait qu'on enlève la poussière de temps en temps de la surface des peaux. En effet, la poussière s'introduit jusque dans les pores de la peau. C'est surtout le cas pour les cuirs de couleur et les cuirs souples, dans la fabrication desquels il entre, pour des raisons de souplesse et d'élasticité, une bonne proportion de matière grasse.

Ce sont là les principales actions directes qui attaquent le cuir en magasinage. Mais il y a encore d'autres points à considérer, lesquels peuvent agir d'une façon encore plus funeste sur les cuirs. Comme on le sait, les cuirs mis dans des magasins sont facilement sujets à l'échauffement. L'humidité naturelle du cuir varie suivant l'état de l'atmosphère ; il se produit donc un échange constant entre le cuir et l'air pour arriver à un état d'équilibre. On active cet échange en ayant soin de remuer fréquemment les cuirs, c'est-à-dire en retournant les piles cuir pour cuir. En été, ce travail doit être fait au moins tous les huit à quinze jours, selon la sorte de cuir dont il s'agit. Si on laisse une pile plus longtemps sans la toucher, il se produit un échauffement naturel à l'intérieur de la pile, et les cuirs se brûlent. En outre, ce phénomène se caractérise par le fait que les endroits échauffés deviennent subitement plus foncés, et leur structure devient spongieuse et lâche au toucher. Si on laisse cette action se prolonger, les endroits atteints arrivent à se transformer complètement et à se déchirer comme de l'amadou.

Nous voyons donc que la conservation des cuirs en magasin doit être faite avec beaucoup de soin et de jugement si on veut éviter que les cuirs ne s'endommagent. Souvent, on ne s'explique pas comment des cuirs, qui étaient cependant d'excellente fabrication et de bonne qualité, subissent des modifications qui les rendent inférieurs ou difficilement utilisables. Il faut en chercher la cause dans une des raisons qui viennent d'être exposées ; et de plus, ces phénomènes se produisent souvent d'une manière tellement cachée qu'on ne les aperçoit que subitement et quand il est déjà trop tard.

AVIS PUBLIC

AVIS PUBLIC est par les présentes donné par la succession de la feu Anna Kelly, veuve de Patrick John Durack, qu'elle va adresser une requête pour obtenir un acte spécial à la prochaine session de la Législature de la Province de Québec en vue d'autoriser la vente de la propriété de ladite succession ainsi que de celles de sa sœur, la feu Catherine Kelly et de son père, feu William Kelly et dans le but d'éclairer tous les doutes au sujet de l'effet de leurs testaments ainsi que d'autres questions.

BLAIR, LAVERTY et HALE,
Procureurs pour les Demandeurs.

Montréal, 15 octobre 1913.

GARANTISSEZ VOS MARCHANDISES.

Que ceci ne s'applique pas aux produits alimentaires. Les gens savent exactement ce qu'ils disent à ce sujet, et ils sont déterminés à s'assurer qu'à l'avenir la pureté soit la principale caractéristique des aliments.

Que ceci ne soit pas non plus interprété comme une observation sur le compte de tel ou tel marchand.

C'est une question qui intéresse tout le commerce sans exception. On est arrivé à demander, à exiger la pureté, et le marchand sage se rendra au désir de sa clientèle quoiqu'il lui en coûte.

Annoncez la pureté. Poussez les articles que vous connaissez et que vous pouvez garantir comme étant purs. Sollicitez des affaires en vous basant sur la question de pureté. Faites comprendre à tous vos clients et à ceux susceptibles de le devenir, que vos articles sont purs, que cela est indiscutable, et que vous vous engagez à faire et donner compensation pour tout ce qui ne sera pas aussi parfaitement pur que vous l'avez prétendu.

Voilà un sujet de campagne auquel vous devriez consacrer tous vos efforts, afin d'amener le public à croire que vos articles sont purs. Ce ne sera pas une fadaise qui durera aujourd'hui et demain pour disparaître après-demain. La confiance dure toujours quand on le veut, et celui qui aura su saisir l'occasion de l'inspirer profitera énormément de ce qu'il aura su affirmer et prouver que ses articles sont purs.

Il ne faudrait cependant pas vous fier à tel ou tel manufacturier. Tous prétendent que leurs produits sont aussi purs qu'il est possible de les faire. On peut dans certain cas retracer leur éloignement de la pureté au-delà de la fabrication, c'est-à-dire dans la matière première. A moins d'un système sévère d'analyse et de surveillance, il peut toujours se glisser des choses qu'il vaudrait mieux éviter. Il est donc important d'insister auprès de vos clients sur la pureté de vos marchandises, pureté dont vous pouvez vous porter personnellement garant. Les clients sont tous disposés à prendre votre affirmation. Ils vous connaissent, et il savent qu'il ne vous serait pas avantageux, au contraire, d'offrir quelque chose qui ne serait pas tout ce qu'il y a de mieux.

Lorsque le public a commencé à demander des articles purs, beaucoup ont pensé que ce n'était qu'un caprice qui ne durerait pas. Tous ont été déçus. Cette exigence dure depuis des années et elle est plus insistante aujourd'hui qu'elle ne l'était au début.

Pendant que manufacturiers et autres se demandaient si cela allait continuer et quel en serait l'effet, certaines influences éducatives se sont mises de la partie et ont, cela est reconnu, converti toutes les opinions préconçues au sujet des produits alimentaires, en créant de nouvelles conditions qu'il est très difficile de comprendre, et qu'on est bien forcé d'accepter pour ce qu'elles semblent être.

Les Américains ne sont faciles à émouvoir. Ils manquent complètement d'enthousiasmes à l'endroit des changements, tant qu'ils n'ont pas approfondi un cas. S'ils découvrent quelque chose de mal et qu'ils soient parfaitement convaincus de l'erreur, il se fait alors un moment d'ensemble dans le but de divertir, de changer toutes les conditions existantes. Admettons qu'ils aillent quelquefois trop loin. Leur conservatisme devient alors du radicalisme achevé, et les innocents en souffrent comme les coupables.

Les détaillants devraient être les premiers à reconnaître la valeur de la pureté des aliments au point de vue de l'annonce, et s'efforcer de tirer le plus de profit possible de ses arguments. La pureté n'est pas un vain mot ; c'est indiscutablement la qualité la plus suggestive et la plus désirable qui soit par rapport aux aliments.

Lorsqu'un article est garanti pur, tout doute possible disparaît et on le consomme avec quiétude parce qu'on se dit