

celle par laquelle les Européens pénétrèrent d'abord dans les régions de l'Ouest. Champlain, en 1615, se rendit, par cette route, jusqu'au lac Nipissing et de là jusqu'à la vaste et tranquille mer intérieure, à laquelle il donna le nom si convenable de *mer douce*. Le père récollet Le Carron porta l'évangile aux tribus huronnes par le même chemin et y fut bientôt suivi par ces missionnaires jésuites dont la patience et les souffrances constituent la portion véritablement héroïque des annales historiques de l'Amérique. Cette route est depuis assez longtemps presque abandonnée pour celle du Saint-Laurent et des lacs. La distance, cependant, de Montréal à la baie Georgienne, qui fait immédiatement face à l'entrée du lac Michigan, est, par la route de l'Outaouais, d'environ 400 milles, tandis que la distance, entre les deux mêmes points, est de 1,000 milles par la route du Saint-Laurent. De ce lieu, la baie Georgienne, au saut Sainte-Marie, le plus éloigné des détroits (saut Sainte-Marie, Détroit et Niagara.) points auxquels les régions qui avoisinent les deux côtés des quatre grands lacs, Supérieur, Huron, Érié et Ontario, se rapprochent, la distance est de 150 milles. Il est conséquemment probable qu'avant peu d'années, l'on préférera l'Outaouais comme voie ferrée, si non comme route d'eau, pour aller de Montréal aux vastes et fertiles régions du Nord-Ouest. ”

“ L'Outaouais compte vingt tributaires de première classe dont quelques-uns ont des cours de 300 milles de longueur, et un grand nombre de tributaires de moindre grandeur. La longueur de l'Outaouais est d'environ 600 milles.

“ La vallée de ce fleuve abonde en minerais, tels que le fer, la plombagine, le plomb et le cuivre

“ Le Saint-Laurent, malgré son énorme longueur comparative, est, depuis longtemps, préféré à l'Outaouais comme route de l'Ouest, à cause du volume de ses eaux et de la supériorité de sa navigation. Mais les chemins de fer changent la face des pays, effacent tout, excepté, toutefois, les rapports des mesures géométriques. Et, encore, ceux-ci n'ont de valeur, pour le commerce, que si les moyens de communication sont les mêmes partout.