

PAGE DE LA COOPÉRATIVE FÉDÉRÉE DE QUÉBEC

RECETTES UTILES PETITS PAINS DE SON

2 tasses de son, 1 tasse de farine Graham, 1 œuf, 1 cuillerée de cassonade, 1 cuillerée de beurre, 1 cuillerée à thé de sel, 1 tasse de lait de beurre ou de lait sûr, 1 cuillerée à thé de Soda.

MÉLANGE LIQUIDE

2 tasses de lait, 1 œuf. Mélanger ensemble les ingrédients secs et ajouter le lait et l'œuf. Mettre lever pendant une demi heure à la chaleur, puis faire cuire une heure dans un four modérément chaud.

Le Bulletin de la Ferme est le seul organe officiel dont la Coopérative se serve pour se tenir en relation avec ses membres.

RECETTES UTILES

PAIN AUX NOIX

Mélange sec.

1 tasse de sucre, 4 tasses de farine, 1 cuillerée à thé de sel, 4 cuillerées à thé de Poudre à Pâte Magique, 1 tasse de noix (cassées et non hachées).

Huit grandes Organisations forment une Coopérative nationale

Pour la vente des animaux vivants dans le Canada

Québec, Ontario, Manitoba, Saskatchewan, Alberta et Provinces Maritimes.

La vente en coopération des animaux vivants a pris un nouvel essor, lorsque pratiquement toutes les coopératives qui, au Canada, s'occupent de la vente des animaux se sont fédérées en une vaste union ayant des ramifications dans chacune des provinces du Dominion.

L'idée de ce projet avait été lancée en octobre dernier, lors d'une assemblée de coopérateurs qui s'était réunis à Toronto. La récente réunion que l'on tenait, la semaine dernière, à St-Boniface, Manitoba, vit se matérialiser cette idée, dont le besoin ne manquait pas de se faire sentir depuis longtemps.

Des représentants, venant de Québec, d'Ontario, du Manitoba, de la Saskatchewan, de l'Alberta et des Provinces Maritimes, étudièrent ensemble les conditions générales sous lesquelles devait se faire la vente des animaux vivants et ils arrêterent les règlements qui devront à l'avenir régir la nouvelle organisation.

Des experts dans la vente des animaux vivants firent voir que, si le producteur tient à acquérir, sur le marché des animaux vivants, cette influence que le commerce lui dispute avec acharnement et non sans succès, il devient de plus en plus urgent que les producteurs se groupent dans une association couvrant tout le pays. Nos organisations provinciales ne suffisent plus à protéger des intérêts dont les causes s'étendent à tout le pays. Il faut que l'on élimine la concurrence, non seulement entre les producteurs individuels, mais encore entre les organisations coopératives de chaque province.

Les avantages de la nouvelle organisation peuvent se résumer comme suit:

10—Coordonner l'action des coopératives de chaque province de manière à éliminer toute concurrence entre elles et augmenter ainsi leur influence auprès du commerce et des gros acheteurs.

20—Encourager l'organisation de coopératives locales et vulgariser l'emploi des contrats par les membres de ces locales.

30—Encourager la classification uniforme des animaux vivants, dans le but de protéger le consommateur tout comme le producteur.

40—Manipuler les animaux dans le meilleur intérêt des producteurs; profiter de nos marchés étrangers tout autant que des marchés nationaux.

50—Obtenir tous les renseignements utiles en ce qui concerne l'offre et la demande sur le marché des animaux vivants, non seulement dans le Canada, mais dans les pays voisins, et en faire bénéficier chacune des différentes organisations provinciales.

60—Se tenir au courant de toute législation concernant la production et la vente des animaux vivants; travailler à l'entente et à la coopération entre les organisations provinciales et prendre toutes les mesures susceptibles d'aider à la vente des animaux vivants.

La nouvelle organisation sera connue sous le nom de Coopérative Canadienne des Producteurs d'Animaux Vivants, Limitée. Le bureau de direction qui fut élu comprend les membres suivants:

Président: W. D. MacKay, Président de Saskatchewan Co-Operative Livestock Producers, Moose Jaw.

Vice-Président et Trésorier: H. B. Clemes, gérant de United Farmers of Ontario, Toronto.

Secrétaire général: J. K. King, gérant de Maritime Livestock Marketing Board, Moncton, N. B. Le bureau du Secrétaire, ainsi que le bureau-chef de l'organisation, sera installé à Toronto.

Directeurs: Arthur Meunier, Chef du Département des Animaux Vivants de la Coopérative Fédérée de Québec; A. B. Kaarstad, Vice-Président de Alberta Co-Operative Livestock Producers, Bentley; Roy McPhail, Président de Manitoba Co-Operative Livestock Producers, Brandon.

A propos de marchés

Il ne suffit pas toujours de trouver des débouchés.—Un bon produit se vend toujours bien.—Ne gâtons pas nos marchés.

Il n'y a pas de meilleur excitant à une forte production qu'un bon marché, répète-t-on souvent; il faut trouver des débouchés avantageux pour nos produits agricoles.

La chose peut se passer de longs commentaires. Il n'y a que très peu de gens qui ne soient pas convaincus de la vérité de ces avancées.

Cependant, n'y a-t-il pas un jour sous lequel on oublie trop souvent d'envisager cette question? N'y a-t-il pas le point de vue du consommateur qu'il ne faudrait pas négliger et qui mérite certainement quelque considération, puisque c'est lui qui, en somme, doit payer et qui, en définitive, est celui à qui le producteur doit s'adresser.

Il ne suffit pas de trouver des débouchés pour vendre un produit. Il faut plus que cela. On aurait les meilleurs débouchés du monde qu'on ne saurait y maintenir sa réputation et y vendre des produits si on ne donne à ceux-ci la qualité voulue.

Trouver des débouchés est fort bien, mais produisons aussi de manière à satisfaire aux exigences de ceux dont nous voulons faire des clients réguliers.

Il y a à tenir compte d'une foule de conditions, si l'on veut améliorer nos chances de bien vendre nos produits agricoles.

Il ne nous manque pas d'exemples, dans la province de Québec, pour nous faire voir qu'il ne suffit pas d'avoir de bons marchés pour bien vendre. Le cas des pommes de terre est connu de tous. Nous subissons la concurrence des provinces voisines, qui viennent vendre sur nos propres marchés et à des prix plus élevés que nous pouvons obtenir. Et pourtant le marché de Montréal est bien à notre portée. Pourquoi ne pouvons-nous pas vendre aussi bien que les producteurs de patates du Nouveau-Brunswick ou de l'Île du Prince-Édouard? Parce que nous ne donnons pas à nos patates la qualité qu'en exige le consommateur; parce que nous ne classifions pas nos patates.

Et le cas du beurre et du fromage... Tant que nous n'avons pas amélioré la qualité de nos produits laitiers, ceux-ci étaient considérés comme inférieurs par tous les gros acheteurs européens. Et du moment que nous nous sommes décidés à adopter la pratique de la classification, nous avons vu peu à peu les marchés s'ouvrir, et depuis quelques années le beurre et le fromage de Québec sont considérés comme les meilleurs du monde; l'Australie et la Nouvelle-Zélande, pays très réputés comme producteurs de beurre et de fromage, doivent reconnaître qu'ils nous sont inférieurs au point de vue qualité, et nos produits se vendent en Angleterre à prix plus élevés que les leurs.

Et que d'exemples du même genre nous pourrions citer: animaux, viandes, bluts, poisson, etc., etc.

Ce ne sont pas tant les marchés qui nous manquent présentement que les produits pour répondre aux demandes que nous recevons. Améliorons la qualité de nos produits, diminuons la concurrence qui existe entre les producteurs et nous aurons moins de difficulté à trouver des marchés.

Il faut, en plus de trouver des débouchés, savoir en tirer le meilleur parti possible.

A ce propos, nous nous permettons de revenir sur un exemple de ce que peut faire le manque de connaissances pour nuire à nos marchés.

L'hiver dernier, une coopérative agricole avait à vendre une assez forte quantité de chapons. Ayant appris que la Coopérative Fédérée, par l'entremise de qui elle vendait habituellement ses produits, avait comme client un des gros hôtels de Québec, les directeurs de cette locale décidèrent d'effectuer eux-mêmes la vente de leurs chapons. Ils approchèrent le gérant de l'hôtel en question, qui consentit à prendre leurs meilleurs sujets à 45 sous la livre, mais il ne voulait pas se charger de la balance, qui, quoique très bonne encore, ne pouvait être considérée que comme produit de second choix. Après avoir entreposé ce qui leur restait et avoir ainsi subi certaines dépenses assez appréciables, on décida, à la fin, de recourir à la Coopérative Fédérée. Celle-ci, malgré le désavantage où elle se trouvait placée, réussit cependant à vendre ces chapons de second choix de 42 à 44 sous la livre. Il n'y a pas de doute qu'elle en eût obtenu beaucoup plus, si les plus beaux sujets n'avaient pas été vendus précédemment.

Cet exemple illustre bien le tort que la concurrence peut faire aux producteurs. La Coopérative Fédérée, qui avait trouvé le débouché que représentait cet hôtel, a certainement souffert de la concurrence qui lui a été faite; et, de plus, il n'est pas exagéré de prétendre que, si la Coopérative avait elle-même approché le gérant de cet hôtel, elle aurait certainement obtenu plus que 45 sous la livre.

Trouver des débouchés n'est pas tout ce dont il faut tenir compte, si nous voulons bien vendre nos produits agricoles. Améliorons la qualité de nos produits; cherchons à donner satisfaction à ceux à qui nous voulons vendre; produisons ce que veulent nos acheteurs et comme ils le veulent; et enfin, éliminons la concurrence entre les producteurs et, pour ceci, utilisons nos organisations coopératives, dont les services jouent un rôle plus considérable que n'aiment à l'avouer leurs détracteurs. Ne nuisons pas à ce qui a été fait; efforçons-nous d'y aider en profitant de chaque occasion qui peut nous être offerte.

Pour être coopérateur, il faut plus que parler; il convient que l'on conforme ses actes à ses paroles.

1929

S 27 Notre-Dame du Bon
D 28 IV Pâques
L 29 S. Pierre de Véronne
M 30 Ste Catherine de Sien

M 1 SS. PHILIPPE ET JAC
J 2 S. Athanase, évêque
V 3 INVENTION DE LA

NOTES

L'homme qui pourr
ché aux animaux serait
Il commanderait un sal

Il y a des cultivateu
ter des engrais pour amé
incompréhensible, perm
leur récolte, quand un
débarrasser. Le traitem
le plus simple et le moir

La Semaine social
cette année la neuvière.
On discutera de "la Cit
gieuses et civiles de ce
ment mémorable. Plusi
Excellence le Délégué a

Un Congrès de cul
le sénateur Belcourt en
d'Ontario. Les agricult
l'extension de l'œuvre
renouvelé de la reprodu
Forbes, archevêque d'
après la messe du Cong
remplie de congressiste

Ce qui prime.—En
agricole, c'est encore l'i
trois pour tout cultivat
Sans l'instruction
vent donner un gros re
truction agricole qui, c
de progresser autant q

Emparons-nous du
établis aux États-Unis
Deschênes est arrivé
nouveaux colons cana
Du 4 janvier au 17 avri
de Québec, des autres p
et le Témiscamingue.
Rappelons-nous la devi
nous du sol!

Le Congrès Mon
Palace, de Londres, An
ticulièrement la provin

Une excursion mo
avec avantage d'un s
France, la Belgique, la

On peut se procur
à ce sujet, en s'adressa
ture, Parlement Québ

Ce que ça nous co
liqueurs et cigarettes p
articles en 1928 par le

Des distilleries, \$
domestique, \$7,715,01

Sur liqueurs, bière
tueuses, \$23,914,571;

Les droits d'accis
turé, \$4,406,348; sur l
non manufacturé, les
d'argent en fumée!

Récompensons le
cole. C'est une excell
encore mieux de le ré
les récompenses que l
et de bronze, qu'un cu
vareuse et transmettre
pas, sans être taxés
argent, plus immédi
donne mille dollars à
progrès de l'agricultu