

Titre : Rapports. Comité 5. Produits alimentaires manufacturés autres que les boissons publiés sous la direction de M. Camille Krantz ; Rapport de M. Jules Prevet  
Auteur : Exposition universelle. 1893. Chicago

Mots-clés : Exposition internationale (1893 ; Chicago) ; Aliments \* 19e siècle ; Conserves \* 19e siècle ; Aliments \* Conditionnement \* 19e siècle ; Aliments \* Conservation  
Description : 31 p. ; 28 cm  
Adresse : Paris : Imprimerie Nationale, 1894  
Cote de l'exemplaire : CNAM 8° Xae 377

URL permanente : <http://cnum.cnam.fr/redir?8XAE377>

**RAPPORTS**  
SUR  
**L'EXPOSITION INTERNATIONALE DE CHICAGO**  
**EN 1893**





70 577

1<sup>o</sup> Loe 37

MINISTÈRE DU COMMERCE, DE L'INDUSTRIE  
DES POSTES ET DES TÉLÉGRAPHES

---

EXPOSITION INTERNATIONALE DE CHICAGO EN 1893

---

# RAPPORTS

PUBLIÉS

SOUS LA DIRECTION

DE

M. CAMILLE KRANTZ

COMMISSAIRE GÉNÉRAL DU GOUVERNEMENT FRANÇAIS

---

COMITÉ 5

Produits alimentaires manufacturés autres que les boissons



PARIS

IMPRIMERIE NATIONALE

---

M DCCC XCIV



**COMITÉ 5**

**Produits alimentaires manufacturés autres que les boissons**

---

**RAPPORT DE M. JULES PREVET**

**FABRICANT DE CONSERVES ALIMENTAIRES**

**COMMISSAIRE RAPPORTEUR**



## COMITÉ 5.

---

# PRODUITS ALIMENTAIRES MANUFACTURÉS AUTRES QUE LES BOISSONS.

---

### INTRODUCTION.

Un palais spécial était affecté à l'agriculture et aux produits alimentaires qui en dérivent, mais, dans ce vaste bâtiment, la Section française des produits alimentaires manufacturés, autres que les boissons, n'occupait qu'un espace assez restreint.

En voyant que plusieurs nations étrangères avaient été mieux partagées, et surtout que de grands emplacements étaient occupés uniquement par des gerbes et des épis de blé et de maïs disposés de toutes façons, je me suis rappelé que le Comité n° 5 avait prié le Gouvernement français de réclamer un supplément de place qui lui avait été refusé. L'Administration de la *World's Fair* aurait-elle craint une comparaison désavantageuse pour les produits américains? Aurait-elle souhaité d'empêcher, par une si mesquine mesure, la France de présenter une section digne de l'importance de son industrie alimentaire qui est plus développée, plus variée et plus raffinée dans ses produits que partout ailleurs?

Il est en tout cas certain que l'organisation générale de l'Exposition avait pour premier but de pénétrer le visiteur de l'immense grandeur de l'Amérique par rapport aux autres nations du monde, et les réflexions de la foule américaine m'ont prouvé que c'était l'impression dominante qu'elle remportait de ses visites au Jackson Park.

Le Comité n° 5, dont j'avais l'honneur d'être le secrétaire, s'était vu forcé, en raison du peu d'espace qui lui avait été assigné, de réduire les emplacements, de tracer des allées fort étroites et d'adopter une disposition uniforme pour les vitrines de tous les exposants.



Cette disposition rendait notre section un peu froide et sérieuse. Néanmoins, elle attirait par un ensemble harmonieux et élégant qui contrastait avec les débordements de fantaisie décorative qui caractérisaient les sections voisines. L'exposition française a été beaucoup visitée.

J'ai séjourné en Amérique pendant les mois d'août, de septembre et d'octobre derniers. Je me suis trouvé ainsi à Chicago pendant la plus belle période de l'Exposition, lorsque les installations étaient définitivement achevées et que les visiteurs affluaient en grand nombre.

C'était l'époque la plus favorable pour l'étude que j'avais à faire et que j'ai complétée par un voyage dans les principaux centres de production horticole et fruitière : la Californie, l'Orégon, sur les côtes du Pacifique; l'État de New-York, le Maine, le Massachusetts, sur les côtes de l'Atlantique.

Grâce à l'obligeance et à l'influence de MM. les consuls généraux de France à Chicago et à San Francisco, j'ai pu visiter la plupart des usines dont j'avais examiné les produits à la *World's Fair*.

Les produits alimentaires manufacturés, autres que les boissons, forment plusieurs catégories bien distinctes. Je les passerai en revue les unes après les autres dans l'ordre qui me paraît le plus rationnel.

### FARINES.

Pour l'étude de cette classe de produits, j'ai eu la bonne fortune de pouvoir recourir à la compétence d'un de mes amis que j'ai rencontré à Chicago, M. Jules Moulin, meunier et agriculteur d'Eure-et-Loir.

La COMMISSION DES FARINES 12 MARQUES et les GRANDS MOULINS DE CORBEIL avaient envoyé des farines, des glutens, des sons, des semoules, provenant de blés de pays français, de blés de Californie, de blés du Kansas. Ces échantillons rivalisaient avantageusement avec les plus beaux produits tirés des mêmes blés et sortis des meuneries américaines; néanmoins, ces maisons ne pouvaient avoir en vue qu'une démonstration platonique pour l'honneur de la meunerie française, car, loin de songer à trouver en Amérique un débouché pour ses farines, notre pays doit se protéger contre l'envahissement des farines américaines.

En effet, parmi toutes les industries qui ont pris, depuis la fin de la guerre civile entre le Nord et le Sud, un si grand essor aux États-Unis d'Amérique, la meunerie est une de celles dont le développement a été le

plus rapide. Non seulement elle produit la farine nécessaire à la nourriture d'une population qui a plus que doublé depuis cette époque et qui est aujourd'hui de plus de 50 millions d'habitants, mais, depuis les douze dernières années, ses exportations augmentent constamment et entrent pour un chiffre considérable dans l'ensemble des exportations de l'Union.

Les principaux centres de meunerie sont Minneapolis, dont les usines peuvent produire chaque jour 46,000 quintaux de farine, et qui ont atteint pour l'année 1892 la production colossale de 9,750,000 quintaux, dont 3,300,000 ont été livrés au commerce d'exportation. Viennent ensuite Chicago, New-York, Saint-Louis, Milwaukee, Detroit, Duluth, Philadelphie et Baltimore.

Rien ne donne mieux une idée du développement prodigieux de l'industrie meunière aux États-Unis que son développement à Minneapolis. En 1878, Minneapolis produisait 940,000 quintaux de farine; en 1892, sa production dépasse 9,750,000 quintaux. En 1878, Minneapolis exportait 107,180 quintaux de farine; en 1892, alors que la production a plus que décuplé, le commerce d'exportation des farines est devenu trente fois plus important.

Les autres places ont suivi cette marche ascendante. Le chiffre des exportations de farine pour 1892 suffira à le démontrer : il a atteint plus de 15,196,000 quintaux, formant une valeur de 376,810,000 francs, soit une moyenne d'un peu moins de 25 francs par quintal.

Les principaux débouchés pour la farine américaine sont : le Royaume-Uni d'Angleterre, qui absorbe à lui seul 9,603,910 quintaux; puis viennent le Brésil, avec 918,547 quintaux; la Hollande, avec 563,485 quintaux; les Indes anglaises consomment 475,855 quintaux; Hong-Kong, 457,690 quintaux; la Belgique, 230,983 quintaux; la France, 210,402 quintaux; le Dominion du Canada, 392,793 quintaux; le Venezuela, 194,631 quintaux, etc. Ces chiffres sont ceux de l'exportation américaine pendant la seule année 1892; ils marquent bien l'importance relative de chaque débouché.

75,662,000 dollars de farine exportée en 1892 forment plus du sixième de la valeur totale des exportations en grains, farines, légumes, fruits, etc., qui a été de 428,185,000 dollars et presque le treizième de l'exportation totale des États-Unis, qui pendant cette même année 1892 a atteint 1,015,732,000 dollars.

C'est donc pour l'Amérique une industrie nationale de premier ordre,

et le prix moyen de 5 dollars par quintal, auquel la meunerie a pu livrer à l'exportation ses farines de tout premier choix, fabriquées à 50 p. 100 et au-dessous, démontre à l'évidence qu'il serait impossible à la meunerie européenne, abandonnée à ses propres forces, sans tarifs protecteurs ou sans prime à la fabrication, de lutter contre la concurrence américaine, dont les usines, de création toute récente, possèdent un outillage perfectionné, disposent de capitaux considérables, et sont toujours en mesure de profiter des bas prix du blé qu'elles entassent dans leurs immenses éleveurs.

Bien que je n'aie l'intention de m'occuper dans ce rapport que des produits fabriqués et non des moyens de fabrication, je veux faire exception pour les moulins du système SCHWEITZER, parce qu'ils ont été très remarqués et qu'ils présentaient quelque chose de nouveau pour les Américains.

Il y a vingt ans, une révolution s'est faite en meunerie; les meules de pierre ont été abandonnées pour les cylindres en métal ou en porcelaine. Ce système de mouture, à côté des avantages qui ont justifié sa vogue, n'est pas sans porter avec lui quelques inconvénients.

M. Schweitzer a fait disparaître à la fois les inconvénients des meules en pierre et des cylindres par l'emploi de meules métalliques à cannelures particulières, et par des dispositions spéciales qui assurent le parallélisme parfait des deux meules, soit qu'on les rapproche, soit qu'on les éloigne; il a modifié aussi l'arbre portant la meule mobile, pour donner à sa marche une régularité et une rigidité parfaites. Il est à remarquer que son système s'applique avec la même perfection aux petits moulins à la main ou à cheval qu'aux grands moulins d'industrie.

M. Schweitzer avait eu une médaille d'or à l'Exposition de meunerie de Paris, et, à Chicago, il a reçu nombre de témoignages flatteurs, en particulier celui de la Commission du Département de l'Agriculture de Washington.

#### PAIN. — PÂTISSERIES.

Cette partie de l'alimentation n'est guère article de commerce en Amérique; presque toujours le pain et les pâtisseries, sous forme de *pies* et de tartes, sont faits à la maison. C'est pour répondre à cette habitude, et faciliter la besogne de la ménagère, que des négociants préparent et vendent en petits paquets de la farine, à laquelle est mélangée une poudre destinée

à servir de levain. Le pain est fait à la manière française, mais ce n'est qu'une mauvaise imitation.

Les rares boulangeries qui existent dans les grandes villes sont toujours les annexes d'un bar ou d'un restaurant.

Pour les gâteaux, on en vend bien à New-York, à Chicago, à San Francisco, dans des sortes de restaurants de dames, mais ils sont en général lourds et peu succulents.

Il serait cependant possible de trouver en Amérique une forte clientèle pour des pâtisseries fines et du pain vraiment français, à en juger par la foule qui prenait d'assaut la *French Bakery* de la *World's Fair*.

MM. CORNET et VAURY avaient monté toute une boulangerie française, organisée avec les pétrins mécaniques et les fours les plus perfectionnés, et cette installation, bien que beaucoup plus importante que celle du Palais de l'Alimentation en 1889, ne suffisait pas à débiter tout le pain et les gâteaux qu'attendait une foule avide.

#### PÂTES. — TAPIOCAS.

Il n'y avait pas, dans la Section américaine, d'exposants de tapiocas. Les tapiocas sont importés du Brésil, principalement par New-York, et de Singapour par San Francisco. Les maisons de gros qui les importent les granulent elles-mêmes et les revendent aux maisons de détail en paquets et sous des marques diverses, suivant la qualité.

Pour les pâtes, il n'est guère fait usage que de vermicelle et de macaroni. Ces produits étaient d'abord fabriqués par quelques boulangeries ou par certains fabricants de biscuits; mais depuis cinq ans des Italiens ont monté à New-York, et principalement à Chicago, des maisons spéciales qui paraissent prospérer. Je citerai MM. CANEPA BROTHERS, de Chicago.

Les pâtes américaines, quoique bien travaillées, ne peuvent atteindre la qualité de nos pâtes françaises, parce qu'elles sont faites avec des blés américains, qui sont presque uniquement des blés tendres et généralement des blés de mars.

Quant à l'importation, elle est bien restreinte, d'après les renseignements que j'ai recueillis auprès des principaux importateurs de denrées alimentaires de New-York. Dans les maisons de détail, je n'ai vu en dehors des marques américaines que quelques marques italiennes, peut-être contrefaites.

Ces articles étaient représentés dans notre section par la maison GROULT, dont les produits hors ligne disaient la supériorité de la fabrication française, et par les beaux spécimens qui figuraient dans les vitrines des maisons TALBOT et PRICE.

Les droits de douane de 2 cents (0 fr. 10) par livre ne sont pas prohibitifs et, en faisant les efforts de publicité indispensables aux États-Unis, les maisons françaises trouveraient dans la clientèle aisée des grandes villes un débouché suffisamment large pour être rémunérateur.

### BISCUITS.

La maison OLIBET et la maison ESTIEU avaient exposé les échantillons de leurs principales sortes; la vitrine de la maison VAURY était garnie des biscuits spéciaux qu'elle fabrique pour les marins et les soldats.

La fabrication des biscuits et des crackers est très développée en Amérique. Il existe de nombreuses fabriques, dont quelques-unes sont très importantes. La fabrication n'est pas plus soignée qu'elle ne l'est en Angleterre et en France; cependant les produits sont plus luxueusement présentés. La mode de ces biscuits est venue d'Angleterre, mais les fabricants américains, et à leur tête la NEW-YORK BISCUIT COMPANY et l'AMERICAN BISCUIT AND MFG. COMPANY, les ont appropriés au goût de leur pays en les sucrant davantage et en les aromatisant.

Le droit de 20 p. 100, qui frappe les biscuits à l'entrée, est un peu prohibitif, si l'on tient compte de ce que la matière première est beaucoup plus chère en France qu'en Amérique.

### FÉCULES. — AMIDON. — GLUCOSE.

MM. JUILLARD et MEGNIN avaient exposé de la fécule de pommes de terre; L'AMIDONNERIE ET RIZERIE de France, de l'amidon de riz et de fécule. La maison Paul FOUCHÉ, de la Briche-Saint-Denis, des sirops massés et des glucoses tirés de la fécule et de l'amidine. Ces trois maisons ont chacune produit de fort beaux spécimens de leur industrie.

Une comparaison stricte n'est pas possible avec les produits similaires américains, qui sont tous tirés du maïs.

En Amérique, ces industries ne sont pas distinctes; les usines sont toutes outillées pour produire à la fois fécule, amidon et glucose.

Les produits exposés, principalement par la maison HINGSFORD AND SON, de Oswego (New-York), étaient fort beaux et l'on aura une idée de l'importance de cette industrie par ce seul fait qu'en 1892 il est sorti de Chicago 22,621 tonnes de glucose.

### SUCRE.

Cette grande industrie française était représentée à Chicago par la raffinerie SAY, la sucrerie et la raffinerie MERCIER et C<sup>ie</sup>, la maison COSSÉ DUVAL pour les sucres de canne et les sucres candis; enfin, par le SYNDICAT DES SUCRES.

Cette dernière exposition était une exposition collective comprenant cent trente-deux échantillons différents des diverses qualités de sucres et cassonades. C'était l'exposition la plus complète de toutes; elle a intéressé, et probablement instruit, beaucoup d'Américains.

Les produits de la fabrication américaine sont bien au-dessous des échantillons présentés par cette collectivité comme par les raffineries Say et Mercier; mais cette fabrication est en voie de progression. Il y a peu d'années encore, l'Amérique recevait son sucre, en partie des Antilles, en partie de l'Europe. Depuis que les Américains ont colonisé les îles Hawaï, ils y ont cultivé la canne à sucre, dont on écoulait le produit en Californie et en Orégon, et plusieurs raffineries se sont montées à cet effet sur la côte du Pacifique. Aujourd'hui que les États du Pacifique et de l'Atlantique renoncent à la culture du blé, devenue ruineuse chez eux, la culture de la betterave commence à s'y développer; des sucreries se montent et bientôt, là comme dans tant d'autres branches de l'industrie, l'Amérique se suffira à elle-même, en attendant qu'elle cherche à nous envahir; à moins, pourtant, que sa production de sucre ne trouve un dangereux ennemi dans la saccharine, dont l'Allemagne avait fait une exposition très complète.

### CHOCOLATS.

La Section française comprenait les expositions de MM. MENIER, POTIN, MATTE FILS, GRAVIER. Celle de MM. Menier surtout était importante, digne de cette grande maison et bien faite pour plaire aux Américains, qui ont le goût de l'énorme.

Soit qu'ils aient compté sur le même sentiment, soit que la vue de

l'exposition Menier en 1889 les ait portés à faire grand, eux aussi, toujours est-il que les fabricants de chocolat et de cacao, les Américains aussi bien que les étrangers, avaient tous fait de grandes installations. Quelques-uns même avaient construit de véritables édifices, tout en chocolat, avec des statues grandeur naturelle. Je citerai les maisons STOLLWERK, d'Allemagne; KOHLER et RUSS-SUCHARD, de Suisse; VAN HOUTEN, de Hollande; MAILLARD, de New-York, et LOWNEY WALTER, de Boston.

En dehors de leurs expositions si importantes à l'intérieur du Palais de l'Agriculture, les maisons Menier, Van Houten et Lowney Walter avaient construit dans Jackson Park de petits palais isolés, dans lesquels le public pouvait déguster leurs produits.

Le pavillon de la maison Menier, fort bien situé, et du style Louis XV le plus gracieux, était toujours envahi par une foule attirée par la jolie architecture, le délicieux ameublement et l'envie de goûter du chocolat.

Pour un très grand nombre de visiteurs, en effet, pour la plupart de ceux venus de l'Ouest et du Far West, le chocolat était une sorte de nouveauté. L'Amérique, peuplée d'Anglais, d'Irlandais et, dans une certaine proportion, d'Allemands, ne consommait guère jusqu'ici que du thé et du café. Néanmoins, en raison du climat plus sec, des heures de repas plus conformes aux usages français, du goût qu'ont les Américains, et surtout les femmes de ce pays, pour les choses sucrées, le chocolat commence à y devenir un objet de grande consommation.

Le chocolat en tablettes n'est encore guère fabriqué industriellement en Amérique que par M. MAILLARD, un Français établi à New-York, et par MM. LOWNEY et WALTER, Hollandais établis à Boston.

Le chocolat peut donc devenir un article de grande importation aux États-Unis. C'est ce qu'ont compris les maisons qui font de si grands efforts pour répandre dans le peuple américain le goût de la tasse de cacao ou de chocolat.

Le débouché sera vaste le jour où ce goût sera entré dans les habitudes. Les affaires seront considérables, et ce sera la démonstration que pour réussir à implanter un article ou une marque en Amérique, il faut à la fois que le produit soit bon et qu'il soit annoncé et appuyé par une publicité intelligente et importante qui s'adresse directement au consommateur.

## CONFISERIE.

La femme américaine est très friande, et fait une grande consommation de sucreries et de douceurs; mais comme tout cela est médiocre, même dans les meilleures maisons! Exception cependant doit être faite pour ce qui sort de la maison qu'un Français, M. MAILLARD, a fondée à New-York, et dont la vogue est très grande parmi les élégantes de l'Est de l'Amérique.

Les délicatesses de nos confiseurs parisiens, essentiellement périssables, ne sauraient supporter le voyage et c'est dommage, car ils auraient là-bas une énorme clientèle.

MM. JACQUIN frères, FROPO et COMBET avaient exposé des dragées, des pralines et des bonbons. Ces confiseries se prêtent à l'exportation et sont également très en faveur. Le débit qui s'en fait chez les épiciers est très grand, mais il n'est guère vendu ainsi que des bonbons assez grossiers et très bon marché. Si les produits français lui étaient offerts, l'Américain ne tarderait certainement pas à les apprécier et à les préférer, en dépit de la différence de prix; mais, comme pour tout en Amérique, ce résultat ne saurait être atteint qu'au prix d'une grande publicité.

M. FICHOT-LANDRIN exposait une belle collection de couleurs végétales et de jus de fruits divers pour confiseurs. Je n'ai pu me rendre compte du débouché que ces produits pourraient avoir, ni s'il en existe de similaires. Par contre, l'Amérique fait une large consommation de *Maple sirup* (sirop d'érable), dont elle se sert pour sucrer diverses espèces de crêpes qui sont d'alimentation courante. Les principales maisons qui avaient exposé ce produit étaient la WEILCH BROTHERS MAPLE COMPANY, de Burlington (Vermont), et MM. TUTTLE et HARMON, de Burton (Ohio).

## CONFITURES.

La maison MOQUET (confiterie Saint-James) représentait, avec ses produits de premier ordre, la confiterie française. L'Amérique sera bientôt un pays fermé pour l'écoulement de tels produits.

Comme je l'expliquerai plus loin à propos des conserves, le développement de la culture fruitière est formidable. Des usines d'une énorme puissance de production, qui sont à la fois des fabriques de conserves de



légumes et de fruits et des confitureries, fonctionnent depuis plusieurs années. Il s'en crée beaucoup de nouvelles, et les produits vont s'améliorant, grâce à une meilleure sélection de la matière première, au fur et à mesure que celle-ci devient plus abondante et moins chère.

### FRUITS CONFITS.

Les fruits confits et les fleurs glacées de MM. REBOULIN, DURAND et BARRIELLE aîné témoignaient du soin et de l'habileté de leur préparation. Malheureusement, ce sont des produits susceptibles, qui se sont mal accommodés des fortes chaleurs estivales de Chicago.

Plusieurs exposants de Californie en avaient présenté quelques échantillons. Aucune comparaison n'était possible avec les fruits confits français, mais la surabondance des fruits, qui se fait déjà sentir, et qui sera terrible avant peu d'années, fait rechercher leur écoulement sous toutes les formes. Le fruit confit en est une, et, dès que les Américains s'apercevront que leurs minces essais d'aujourd'hui peuvent donner lieu à une fabrication importante, ils l'amélioreront en faisant venir des ouvriers de France : c'est leur procédé.

### LÉGUMES DESSÉCHÉS.

Cette industrie essentiellement française, et qui n'a pas de similaires dans le monde, était représentée par la maison Ch. PREVET et C<sup>ie</sup>. Les exportations de cette maison en Amérique étaient autrefois considérables et la julienne était l'unique nourriture végétale des pionniers, des trappeurs, des chercheurs d'or, des émigrants, qui prenaient possession d'un nouveau territoire. Aujourd'hui, des droits prohibitifs ont à peu près complètement arrêté les affaires de cette maison avec l'Amérique.

### SOUPES PRÉPARÉES.

La maison Ch. Prevet et C<sup>ie</sup> avait également exposé les potages condensés qu'elle fabrique à base de légumes et de viandes. Les droits excessifs du bill Mac Kinley sur ces articles ôtent toute possibilité d'en importer en Amérique. Ce sont cependant des produits qui s'y consomment en assez large quantité.

Un Français, M. BIARDOT, a fondé à New-York la Franco-American Company, spécialement pour fabriquer des potages semblables, et sa Société, aujourd'hui installée dans une usine modèle, écoule dans le public américain des *French soups* fort goûtées, qu'elle confectionne à l'abri des droits protecteurs. La consommation de ces *French soups* est déjà importante et va sans cesse se développant. D'origine anglo-saxonne, l'Américain mangeait peu de soupe autrefois, mais, par sa publicité et ses démonstrations, M. Biardot a su développer ce goût, et a été d'autant plus écouté qu'il présentait de la cuisine toute faite et bien faite, dans ce pays où les domestiques sont si difficiles et généralement si mauvais.

La maison HUCKINS, de Boston, présentait aussi des produits semblables, mais moins fins, sous le nom de *Huckins soups*.

### CONSERVES DE LÉGUMES ET DE FRUITS.

En France, les conserves de légumes sont la principale production des maisons importantes; puis viennent les conserves de fruits, de poissons (principalement de sardines), enfin de légumes et fruits au vinaigre et de viandes assaisonnées.

En Amérique, les fabriques de viande sont des annexes de vastes entreprises de boucherie. J'en parlerai plus loin.

Les autres fabriques, contrairement à ce qui se passe en France, font la conserve de fruits sur une plus large échelle que la conserve de légumes. Quant au poisson, il est conservé dans des établissements tout à fait spéciaux.

Les fabriques de conserves de légumes et de fruits sont surtout nombreuses en Californie; d'autres se sont montées dans l'Est, sur le littoral de l'Atlantique.

Lorsque le centre de l'Amérique s'est mis à produire du blé et du maïs, les prix de ces denrées ont si considérablement baissé que les Californiens ont recherché d'autres cultures. Les premiers qui ont tenté, grâce à la main-d'œuvre chinoise, la culture maraîchère et fruitière, ont gagné beaucoup d'argent; pendant que ceux qui continuaient à faire du blé en perdaient.

Par tempérament, l'Américain est porté à ne s'occuper que des affaires qui, répondant à un besoin du moment, réussissent à d'autres. Tous veulent imiter ceux qu'ils voient gagner de l'argent; et, dans l'espoir de

faire plus vite fortune, beaucoup abandonnent leurs occupations présentes, mais relativement moins lucratives, pour se lancer dans quelque entreprise nouvelle, souvent sans aucun rapport avec leur précédent métier. C'est ainsi que la culture maraîchère et fruitière s'est développée en Californie d'une manière vertigineuse pendant ces dernières années.

Les premières plantations de rapport remontent à peine à vingt ans et déjà en 1891, dans la seule Californie, il y avait plus de 160,000 hectares plantés d'arbres fruitiers de différentes essences, dont 112,000 en rapport; pendant l'année 1892, il a été planté 20,000 hectares nouveaux, et il en a été planté au moins autant en 1893.

Au fur et à mesure du développement de ces cultures, des usines se sont créées pour en employer les produits, en même temps que des compagnies se formaient pour transporter, à l'état frais, les fruits et les légumes, et approvisionner les nombreuses et importantes villes du centre.

En 1872, l'exportation de la Californie, dans les autres États et à l'étranger, était de 2,039,972 livres de fruits frais et 182,000 livres de fruits conservés en boîtes.

En 1891, cette exportation a atteint 98,680,100 livres pour les fruits frais et 49,566,680 livres pour les fruits conservés, soit, en moins de vingt ans, 50 fois plus pour les fruits frais et 250 fois plus pour les fruits conservés.

Déjà l'excès de production se fait sentir, et, malgré la création de plusieurs usines toutes nouvelles dans ces trois dernières années, malgré que le prix du transport d'un wagon de légumes (20,000 kilogrammes), de San José (Californie) à Chicago, par exemple, soit tombé de 800 francs à 300, les raisins aussi bien que les fruits, ou que les légumes, ont à peine cette année atteint le quart de ce qu'on les vendait il y a trois ans. Pour les prunes en particulier, plusieurs propriétaires ont dû laisser perdre les fruits parce que le prix de la vente ne couvrait pas les frais de la récolte.

Il est sorti de Californie pendant la seule année 1891 :

Fruits	frais. ....	110,000,000 livres.
	desséchés. ....	65,000,000
Raisins secs. ....		45,000,000
Conserves de fruits. ....		49,567,000

Le transport s'est effectué dans 20,700 wagons de 20,000 kilogrammes chacun.

Or, à cette époque, en 1891, 25 p. 100 des plantations à peine étaient en rapport normal et 5 p. 100 en plein rapport.

À la fin de 1892, plus de 20,000 hectares nouveaux étaient plantés, ce qui, à 250 arbres par hectare et à une production moyenne de 100 livres par arbre, va fournir, à partir de 1896 ou de 1897, un surplus de récolte de plus de 200 millions de livres de fruits dans la seule Californie.

En 1893, d'énormes plantations ont encore été créées et elles viendront à fruits à une époque où, n'étant plus rémunératrice, cette culture sera très probablement abandonnée.

On fait de très grands efforts pour trouver des débouchés à cette production. Au Palais des Transports, on avait exposé des wagons réfrigérateurs spéciaux pour le transport des légumes. Ces wagons sont construits sur le modèle des wagons réfrigérateurs pour la viande, c'est-à-dire à doubles parois, dans l'intervalle desquelles on pile de la glace. Mais, pour que le légume ne s'abîme pas, la température ne doit pas descendre au-dessous de 4 à 5 degrés centigrades; aussi l'on a ménagé, dans la partie supérieure, des vasistas qui se ferment ou s'ouvrent automatiquement, suivant que la température intérieure du wagon s'élève ou s'abaisse. Les légumes verts voyagent ainsi pendant les chaleurs, de Californie à Chicago et à New-York, et arrivent, après huit à dix jours de voyage, presque aussi frais qu'à leur départ.

Il y a en Californie plus de sept grandes usines. J'en ai visité quatre, Lusk and Co., San Thomas Packing and Co., San José Packing and Co., Flickinger and Co., qui fabriquent journellement, pendant six mois de l'année, de 60,000 à 70,000 boîtes de conserves de légumes et de fruits. De plus, on compte nombre d'usines dont la fabrication varie de 15,000 à 30,000 boîtes. Les grandes usines fabriquent toutes leurs boîtes elles-mêmes par des procédés mécaniques. Les autres les achètent toutes montées à des fabricants. Un seul de ces fabricants de boîtes, à San Francisco, en produit régulièrement 250,000 par jour et suffit à peine à sa clientèle.

Ces usines se sont naturellement agrandies au fur et à mesure du développement de la culture. Celles que j'ai visitées sont arrivées à une perfection d'organisation du travail qui est la caractéristique de toute l'industrie américaine, et sur laquelle je reviendrai plus en détail, à propos des conserves de viande. Cette organisation a deux avantages : régularité absolue de la fabrication, bon marché de production avec une main-d'œuvre chère.

Je n'ai parlé, dans tout ce qui précède, que de la Californie, parce que

c'est là que la culture maraîchère et fruitière et l'industrie des conserves ont pris leur plus grand développement; mais son exemple a été suivi, quoique sur une moins grande échelle et avec des résultats moins étourdissants, sur les bords de l'Atlantique, dans les États de New-York, du Maine, du Massachusetts, de Pennsylvanie, etc. Là, le climat n'est pas aussi favorable. Plusieurs fabriques de conserves importantes trouvent néanmoins à s'y alimenter, et en particulier celles de MM. CURTICE BROTHERS, à Rochester, et de la RITTER CONSERVE COMPANY, de Philadelphie.

Les fabriques américaines de conserves de légumes et de fruits ont eu immédiatement un grand débouché dans le pays même, car l'Américain consomme beaucoup de conserves. Au début, lorsqu'elles étaient peu nombreuses et que la matière première était rare et chère, on apportait peu de soins à la fabrication, l'on mettait en boîtes des légumes et des fruits de qualité douteuse. Grâce à la concurrence et à la matière première devenue abondante et bon marché, l'on ne met plus en boîtes que des légumes et des fruits bien sélectionnés, le travail est bien organisé et la fabrication est soignée.

Jusqu'ici les légumes fins et les fruits conservés d'Amérique n'ont pas la saveur des nôtres. Je ne sais pas si le climat modifie les espèces et s'il en sera toujours ainsi, mais les Américains font les plus grands efforts pour acclimater en toutes choses nos meilleures sortes; pour les pruniers et les pêchers entre autres, les espèces plantées pendant ces dernières années sont très supérieures à celles des premières plantations.

L'exagération de la production, et la nécessité où se trouvent les usines, par leur organisation mécanique, de fabriquer beaucoup; la concurrence que font aux conserves les légumes et les fruits, transportés frais et à bon marché dans toute l'Amérique, ont déjà obligé cette industrie à rechercher des débouchés au dehors.

L'exportation des conserves américaines est déjà considérable en Angleterre pour les fruits, et elle commence à être importante pour les légumes. Quelques fabricants ont même su faire pénétrer leurs conserves jusqu'en France. Cela ne veut pas dire que l'Amérique est devenue, ou va devenir, un marché fermé pour nos conserves, mais il ne peut plus y avoir là de débouché que pour ce que l'Amérique ne produit pas, comme les truffes et les champignons, ou pour les qualités tout à fait supérieures en petits pois, haricots verts, asperges, etc.

La Section française offrait, à ce point de vue, un remarquable en-

semble, et MM. DUMAGNOU, CHEVALIER, TEYSSONNEAUX, AMIEUX, DANDICOLLE et GAUDIN, SAUPIQUET, RISCH et CHEMINANT, TALBOT, L. PRICE avaient envoyé des produits supérieurement choisis et préparés.

### CONSERVES AU VINAIGRE.

La plupart des maisons de conserves qui exposaient ont présenté des échantillons de conserves au vinaigre; mais l'exposition la plus complète était celle de la maison MAILLE, dont c'est la spécialité.

Les plus importants fabricants de cet article en Amérique sont la maison HEINTZ AND Co., à Pittsburg (Pa.), la KUNER PICKLE COMPANY et la BUTTERS COMPANY de Denver; néanmoins ces articles, quoique très largement consommés en Amérique, le sont cependant moins qu'en Angleterre. L'Américain n'a pas, en effet, le même goût que l'Anglais pour les épices; il préfère les aromates, assaisonne volontiers ses aliments et ses boissons avec de la menthe et fait une grande consommation de sauce tomate.

Dans la Section anglaise, la maison GROSSE et BLACKWELL avait une grande et belle exposition de tous les produits qui font sa réputation et qui sont largement importés en Amérique.

### FRUITS SÉCHÉS.

Les maisons LAFFARGUE, TALBOT, DANDICOLLE et GAUDIN exposaient des prunes d'ente de la plus belle qualité. Le séchage des fruits est encore une de ces industries qui, nées d'hier en Californie, s'y sont le plus rapidement développées, là comme dans d'autres parties de l'Amérique.

En 1875, il avait été exporté de Californie 548,227 livres de fruits séchés; en 1891, il en est sorti 65,090,220 livres; cette exportation a donc plus que centuplé en quinze ans.

Après avoir essayé de plusieurs systèmes d'étuves, les Californiens sèchent aujourd'hui simplement au soleil des quantités énormes de pêches, d'abricots, de poires, de pommes et surtout de prunes et de raisins. Les fruits sont étendus sur des claies placées sur la terre et y demeurent nuit et jour jusqu'à ce qu'ils soient séchés, car il n'y a pas de rosée la nuit. Des Chinois les surveillent, retirent au fur et à mesure ceux qui sont séchés et les remplacent. Il y a autour de la seule ville de San José plusieurs sécheries de fruits qui s'étendent chacune sur plusieurs hectares couverts de

fruits en train de sécher sur ces claies. La plus importante est la **SAN JOSE DRIED FRUIT AND PRESERVING COMPANY**. Je n'ose transcrire les chiffres qu'elle m'a fournis sur l'importance de sa fabrication, qui aurait dépassé cette année 30 millions de livres de fruits. Tout un tronçon de route est macadamisé avec les noyaux des pêches et des abricots séchés.

### HUILE D'OLIVE.

Les maisons **TALBOT FRÈRES** et **SAUPIQUET** exposaient de l'huile d'olive. C'est encore un article que les Américains vont bientôt s'approprier. Des hectares et des hectares d'oliviers sont déjà plantés en Californie, principalement dans le **San Diego County**, et j'ai pu voir réunies dans la grande pépinière de Nîle, près de **San Francisco**, toutes les variétés d'olives d'Italie, de France et d'Espagne.

Bien qu'en Europe l'olivier ne donne, en général, de récolte qu'assez longtemps après sa plantation, il se fabrique déjà de l'huile d'olive en Californie et plusieurs fabricants en ont présenté des échantillons.

### CONSERVES DE POISSONS.

L'Amérique a trois centres bien distincts de conservation de poissons. Sur les côtes du Pacifique, dans l'Orégon, on conserve le saumon et la truite saumonée; sur les côtes de l'Atlantique, dans le Maine, on conserve le homard, et, plus au sud, dans le Massachusetts, près de Boston, non seulement le homard, mais surtout le spratt, que l'on fait passer pour de la sardine, lorsqu'il est de petite taille.

Cette fabrication de la fausse sardine est très considérable. Les principales maisons **W. UNDERWOOD AND Co.**, de Boston, **NORTH PACKING PROVISION COMPANY**, de Summerville-Boston, **NEW ENGLAND PRESERVING COMPANY**, de Charlestown-Boston, ont chacune cinq ou six fabriques sur la côte et produisent annuellement chacune de 80,000 à 100,000 caisses de ces sardines.

Des conserves de saumon et de homard, je n'ai rien à dire; elles n'ont pas de similaires en France et elles ont été un des premiers articles alimentaires que l'Amérique ait exporté chez nous; mais pour la sardine française, la concurrence qui se fait à Boston est très lourde.

La plus-value du produit et les droits de douane font qu'une caisse de

sardines françaises vaut à New-York un peu plus du double du prix auquel les fabricants de Boston vendent la même caisse de fausses sardines. Néanmoins, comme les Américains qui connaissent la vraie sardine en sont très friands, c'est un article qui doit avoir un bon débouché en Amérique, à la condition que la marque française soit bien défendue contre toute imitation et qu'elle soit accompagnée d'une assez large publicité. La maison AMIEUX et C<sup>ie</sup> paraît être entrée dans cette voie avec succès.

A Baltimore se font de grandes pêcheries d'huîtres. Autrefois, on en marinait beaucoup et on les mettait en boîtes ou en tonneaux; mais cette industrie a perdu de son importance depuis que les wagons réfrigérants transportent des huîtres fraîches dans toute l'Amérique.

A un moment, cette fabrication était si importante, que la municipalité avait dû obliger les fabricants à monter des fours à chaux pour se débarrasser des écailles en les brûlant.

#### CONSERVES DE VIANDE.

L'Amérique possède :

Bœufs et bêtes à cornes.....	36,000,000
Vaches laitières.....	16,500,000
Moutons.....	47,250,000
Porcs.....	46,000,000

Aussi la conserve de viande a-t-elle été une des premières branches de conserves créées en Amérique et y a-t-elle pris un développement unique au monde. Elle est cependant à peu près exclusivement pratiquée à Chicago, et encore ne l'est-elle là que par quatre puissantes maisons, dont les usines sont enchevêtrées les unes dans les autres. Ces usines ne sont elles-mêmes que les annexes d'immenses abattoirs, et forment surtout l'accessoire de vastes opérations de boucherie.

Chicago, par sa situation géographique et par la facilité des voies de communication de toutes sortes qui y convergent de toutes les parties du territoire américain, est le grand marché de bestiaux de l'Amérique. En un an (1892) il y est entré 3,600,000 bœufs, 7,730,000 porcs et 2,500,000 moutons.

Tous ces animaux, au fur et à mesure de leur arrivée, sont dirigés sur un vaste quadrilatère situé au sud-est de la ville et appelé Stock-Yard.



Chaque troupeau est mis dans un compartiment spécial et confié à un courtier de vente. En dehors de quelques animaux vendus à part, tout ce qui arrive est acheté par l'une des quatre maisons dont je viens de parler, et qui sont connues sous le nom de *big four*.

L'importance des affaires qui se traitent aux Stock-Yards a obligé les commissionnaires et les acheteurs à procéder par lots. Chaque troupeau est vendu en bloc à un prix qui varie de 2 à 6 cents la livre (454 grammes). Aussitôt un troupeau vendu, il est dirigé sur l'abattoir de la maison qui l'a acheté, et c'est un spectacle curieux de voir ces animaux se précipiter à la suite d'un animal dressé qui leur sert de conducteur. Ils vont le long de viaducs en bois qui tantôt montent, tantôt descendent, se croisent tantôt par-dessus, tantôt par-dessous, et finissent par aboutir au faite de chacune des usines.

En débouchant de la passerelle, et avant d'entrer dans les glissières des abattoirs, les animaux sont pesés, et c'est sur le poids trouvé que le payement se fait.

Quoique en Amérique les lois protectrices des animaux soient très sévères, et qu'une société particulière veille à ce qu'ils ne soient jamais brutalisés et à ce qu'ils aient toujours de l'eau et de la nourriture à leur disposition dans les compartiments d'attente, les Stock-Yards sont fort mal tenus; mais si tout cela est sale, si toutes les barrières, les séparations, les passerelles sont grossièrement faites en bois, à peine équarri, il est impossible d'imaginer une organisation plus parfaite au point de vue des convenances commerciales.

Les abattoirs et les usines de chacune des quatre maisons qui sont, je l'ai dit, entassées et enchevêtrées le long d'un des côtés des Stock-Yards, sont de même remarquablement organisés au point de vue industriel; et, malgré la difficulté de relier entre elles les différentes parties de chaque usine, la succession du travail y est parfaitement combinée en vue d'une production abondante et rapide, et en vue de n'avoir à compter qu'un faible pourcentage de main-d'œuvre dans les prix de revient, alors que les salaires sont de 2, 3 et 4 dollars par jour. La machine est employée partout où elle peut faire le travail et, là où la main ouvrière doit agir, le principe est que la marchandise doit être apportée à l'ouvrier et remportée aussitôt la besogne faite, ou bien qu'elle doit passer devant lui avec une vitesse calculée pour qu'il ait juste le temps d'accomplir sa besogne. En outre, pour qu'il arrive au maximum de vitesse, c'est-à-dire

de production, il n'est jamais demandé à chaque ouvrier qu'un mouvement simple, qu'il finit par faire machinalement avec une rapidité et une sûreté incroyables. Si la besogne d'un ouvrier peut être décomposée, on en met deux et on accélère la vitesse de la machine qui les sert. Je ne sais si les ouvriers français pourraient se plier, comme les Américains, à un travail aussi uniforme, soutenu et accéléré, mais j'ai passé plusieurs journées dans les usines des Stock-Yards et j'ai compris comment, avec des ouvriers payés fort cher, pour huit à dix heures de travail, la production américaine est si bon marché.

Ces mêmes principes d'organisation du travail, je les ai retrouvés dans toutes les usines que j'ai visitées, fabriques de conserves de légumes, de poissons, fabriques de boîtes métalliques et autres.

A leur entrée dans l'usine à viande, les animaux sont classés par catégories. Après l'abatage, les plus beaux sont coupés en moitiés et emmagasinés dans des chambres, où la température est voisine de 0 degré; des animaux moyens, on retire les beaux quartiers, des autres, les morceaux de choix, que l'on emmagasine également dans des chambres froides; le reste sert à faire des conserves et de la viande salée, dont la consommation est grande en Amérique. La viande, légèrement refroidie (*chilled*), est expédiée par wagons frigorifiques, dans les diverses villes des États-Unis, et même exportée en Europe, principalement en Angleterre.

On utilise tout ce qui se retire des animaux, la peau, le sang, les boyaux, la graisse, les os, dans les différentes parties de chaque usine. Les animaux arrivant par en haut, les marchandises descendent d'étage en étage, au fur et à mesure que se poursuit la fabrication; les rez-de-chaussée sont généralement les magasins des marchandises prêtes à être expédiées, et tout autour des bâtiments courent des voies de chemin de fer, qui permettent de faire passer directement la marchandise du magasin dans le wagon.

Tout cela est fait avec une connaissance parfaite du goût et des préférences de la clientèle américaine et de la clientèle étrangère.

Il est sorti de ces quatre usines, pendant 1892 :

Viande de bœuf pour la boucherie.....	1,717,000,000 livres.
Lard et viande de porc .....	399,000,000 —
Conserves de viande.....	1,428,000 caisses.

Chacune de ces quatre grandes maisons avait une exposition importante.

dans le Palais de l'Agriculture et elles présentaient chacune des produits également beaux.

L'installation la plus jolie et la plus élégante était celle de la maison SWIFT, dont le centre était occupé par un wagon réfrigérateur blanc et or, à parois vitrées, garni intérieurement de quartiers de bœuf et autres produits, tels que lard, jambon, etc.

L'exposition de MM. NELSON, MORRIS AND Co. était tout à fait originale; une partie avait la forme d'une maison construite et couverte entièrement de boîtes des différentes conserves fabriquées par la maison.

MM. ARMOUR AND Co. avaient divisé leur exposition en quatre vitrines consacrées chacune à une classe de produits; enfin M. CUDAHY, le quatrième *big four*, avait une exposition plus banale.

Une cinquième exposition était faite par la NORTH PACKING AND PROVISION COMPANY, de Boston, mais cette Société est une sorte de succursale de la maison Swift.

Quelques chiffres donneront l'importance des trois principales maisons, Nelson, Morris and Co., Armour and Co., Swift and Co.

Pour chacune de ces maisons, l'abattoir et l'usine couvrent 2 hectares à 2 hect. 500; les bâtiments sont plus ou moins hauts et ont de cinq à huit étages. Chacune tue annuellement de 850,000 à 1,200,000 bœufs, de 1,200,000 à 2 millions de porcs, de 600,000 à 1,100,000 moutons. Leurs chambres frigorifiques peuvent loger ensemble 550,000 tonnes de viande. Chaque maison occupe à Chicago et dans ses succursales d'Omaha, Saint-Louis, Boston, de 7,000 à 8,000 employés et ouvriers, et paye par an de 20 millions à 25 millions de francs pour les salaires et appointements de son personnel; enfin, le chiffre d'affaires de chacune de ces maisons est allé de 375 millions à 400 millions de francs, pendant la seule année 1892. En 1860, la valeur des seuls produits comestibles, sortis des usines des Stock-Yards, de Chicago, représentait 16,934,363 dollars; en 1892, soit trente-deux ans plus tard, la valeur a atteint 140,362,159 dollars, bien que plusieurs autres centres très importants d'abatage aient été créés à Saint-Louis, Omaha, etc.

Dans les sections étrangères, l'Australie et la Nouvelle-Zélande présentaient également des échantillons de conserves de viande et des langues préparées à la façon américaine.

Dans notre section, la maison PREVET (Ch.) et C<sup>ie</sup> exposait les produits de l'usine modèle qu'elle a créée en Nouvelle-Calédonie, pour l'utilisa-

tion de tous les produits de l'abatage du bétail et la fabrication spéciale de conserves de viande pour les approvisionnements militaires français, qui se trouvent depuis constitués en conserves de fabrication nationale.

### EXTRAIT DE VIANDE.

Les grandes fabriques de conserves de viande de Chicago ont ajouté récemment à leurs usines des annexes pour la fabrication de l'extrait de viande et celle du beurre factice ou butterine, qu'elles tirent de la fonte des graisses alimentaires, dont elles extraient l'oléomargarine; elles paraissent depuis quelques mois consacrer tous leurs efforts au lancement de ces produits, et elles font à ce sujet assaut de publicité.

Je ne m'occuperai que de l'extrait de viande, car l'oléomargarine et la butterine, n'ayant d'autre objet que de remplacer le beurre, ne peuvent être examinées qu'en comparaison avec lui et sortent, par suite, du cadre de mon rapport. Je dois dire cependant que j'ai vu cette fabrication, qu'elle est soignée, et que, pour la qualité de ses produits, elle vaut les fabrications hollandaise et française.

Chacun des *big four* avait réservé la plus importante partie de son exposition pour y installer un bar de dégustation de son extrait de viande, et chacun a distribué gratuitement des milliers et des milliers de tasses de bouillon à l'extrait de viande.

La maison LIEBIG avait sans doute prévu cette concurrence, car elle aussi avait une belle installation et un bar de dégustation dans la Section de la République Argentine.

Ces extraits de viande, fabriqués tous d'après la méthode du baron Liebig, diffèrent peu les uns des autres et semblaient être également appréciés par le public.

Enfin un nouvel extrait de viande, la *bovine*, qui s'appuie sur de nombreuses autorités médicales pour affirmer qu'elle est plus hygiénique et plus vivifiante que tous ceux fabriqués jusqu'ici, avait une fort belle installation, et ses produits étaient très goûtés.

### CONSERVES DE VIANDES ASSAISONNÉES.

Cette industrie est une petite industrie, à côté de celle dont je viens de parler, mais le goût des Américains pour la cuisine toute préparée, que

j'ai signalé à l'occasion des *French soups*, est tel, que plusieurs maisons à Cincinnati et à Boston, comme la NATIONAL PURE FOOD COMPANY et la W. UNDERWOOD COMPANY, font des affaires importantes, rien qu'à fabriquer des mets de cuisine tout préparés et conservés en boîtes.

Cette industrie devait se créer dans un pays où la matière première est fort bon marché et où la concurrence étrangère est frappée à l'entrée d'un droit de 35 p. 100.

On m'a affirmé que ces maisons ont, pour leurs préparations, des cuisiniers français; je crois que c'est une légende qu'elles entretiennent, à moins que ceux-ci n'aient un peu perdu la main; car j'ai souvent eu l'occasion de goûter ces produits et, à quelques exceptions près, j'ai surtout mangé une cuisine fort ordinaire, faite cependant avec de bons éléments.

Dans la Section française, en dehors des échantillons de conserves de viandes présentées par les maisons dont les conserves de légumes et de poissons sont les produits dominants, la maison PETITJEAN et DESMARAIS exposait des quenelles et des financières. Les maisons PION et HOTTOT, TIVOLIER, SEVESTRE, des pâtés de foie gras, délicatesses culinaires que l'industrie américaine n'a pu ou n'a pas encore osé aborder jusqu'ici et qui doivent trouver en Amérique un débouché de plus en plus grand à mesure que les classes aisées se prendront à rechercher davantage le luxe et ses raffinements.

### CONCLUSION.

Je conclurai en disant que, malheureusement pour nombre de produits alimentaires, non seulement le marché américain est fermé à la production française, mais encore la surabondance de production, vers laquelle les États-Unis marchent si rapidement, est telle, que la nécessité d'exporter à tout prix, dont nous avons déjà ressenti les effets, s'imposera chaque jour davantage et s'étendra bientôt à de nouveaux articles.

La production française ne doit donc pas songer à trouver de débouché en Amérique pour les produits qui s'imposent et vont s'imposer là-bas à l'exportation; elle aura déjà assez à faire pour leur disputer le marché français, et elle n'y parviendra que si elle est suffisamment protégée.

Cela ne veut pas dire qu'il faille se désintéresser du marché américain; c'est un marché considérable, qui est et doit demeurer un débouché des plus importants pour la France; mais il n'y faut aller qu'avec des produits alimentaires de choix.

Soit que le sol ou le climat s'y opposent, soit qu'en raison de la cherté de la main-d'œuvre les Américains ne donnent pas aux cultures tous les soins que leur prodiguent nos paysans français, ils n'ont pu jusqu'ici, dans les articles alimentaires, dépasser les qualités bonnes et courantes.

La France a l'avantage de produire à peu près seule les qualités supérieures, et les articles fins ont là-bas une clientèle fort large. Cette clientèle ira se développant de plus en plus, si elle est convenablement sollicitée. L'Amérique est le pays de la réclame à outrance, et il ne faut tenter d'y faire prendre un produit nouveau ou une marque nouvelle qu'au prix de publicité et de réclames soutenues et largement faites. Une petite publicité y passerait inaperçue et serait sans profit. Les maisons de gros ou de détail ne se soucient d'acheter que ce que la clientèle leur demande.

C'est à l'abri de leurs taxes douanières, presque prohibitives, que les Américains ont atteint ce merveilleux développement que nous admirons; mais, aujourd'hui que le résultat cherché est obtenu, que la situation économique de leur pays s'est transformée, qu'avec des matières premières devenues bon marché, et dont les prix iront encore s'abaissant, qu'avec une industrie outillée pour produire plus et à meilleur compte que nulle part, ils n'ont plus à craindre chez eux la concurrence étrangère, les Américains, en gens pratiques qu'ils sont, vont certainement changer de théorie et proposer aux nations européennes des abaissements réciproques de tarifs. Cela pourra être avantageux, si les Américains ramènent leurs taxes à n'être plus que des taxes compensatrices; mais actuellement il n'y a aucune comparaison entre la protection donnée aux produits américains par le bill Mac Kinley et celle que la dernière loi de douane a accordée aux produits français. Ainsi, par exemple :

Les biscuits sont frappés de 20 p. 100 *ad valorem* à leur entrée en Amérique, tandis que les droits français ne représentent pas plus de 12 à 15 p. 100 de la valeur à l'importation;

Les confitures payent 35 p. 100 et les droits français représentent à peine 20 p. 100;

Les légumes desséchés et conservés sont frappés de 45 p. 100 et les droits français les chargent tout au plus de 10 à 15 p. 100 suivant les qualités;

Les champignons conservés sont grevés de 40 p. 100 en Amérique contre 10 à 12 p. 100 en France;

La moutarde, 45 p. 100 contre 5 p. 100 en France;

Les soupes préparées et les sauces, 45 p. 100 contre 10 à 15 p. 100;

Les conserves de fruits au naturel, 30 p. 100 contre 20 p. 100;

Les conserves de poissons, 25 à 30 p. 100 contre 12 à 15 p. 100;

Les conserves de viandes, 35 p. 100 contre 15 à 20 p. 100 sur les prix des sortes importées d'Amérique et vendues au meilleur marché.

Les extraits de viandes sont taxés au poids 75 francs les 100 kilogrammes en Amérique, 30 francs les 100 kilogrammes en France.

Si de telles négociations pour l'abaissement réciproque des taxes douanières venaient à s'ouvrir avec les États-Unis, il conviendrait, en ce qui regarde les produits alimentaires, de n'attacher de prix qu'aux concessions relatives aux articles que l'Amérique ne produit pas, et pour ceux qu'elle produit, qu'aux concessions profitables aux seules qualités supérieures.

Pour les autres articles que l'Amérique produit en excès, si larges que soient les concessions, elles ne pourraient être avantageuses à nos produits pour lesquels, en raison même de l'excès de production intérieure, ce pays demeurera dorénavant fermé, même s'il revenait au libre échange.

Quel que soit l'avenir sur ce point, une des satisfactions les plus importantes à obtenir des États-Unis serait une protection vraiment efficace des brevets et des marques de fabrique. Les étrangers y sont actuellement un peu trop à la merci des contrefacteurs.

Dans une exposition hors d'Europe, on doit s'attendre à ce que le grand nombre des visiteurs apprécie la grandeur d'une nation à l'importance de sa section. A ce point de vue, il est regrettable que les Sections françaises aient été disséminées ou ne se soient pas étalées plus largement dans chacun des Palais, car dans ce pays de puffisme, il faut, plus que partout ailleurs, s'attacher à paraître.

En Amérique, en effet, la masse de la nation, très active et très entreprenante, absorbée par la course aux dollars, qui est là-bas le premier et souvent le seul but de l'existence, est ignorante de beaucoup de choses.

Par contre, l'Américain est très avide de voir et de s'instruire; il a compris que l'Exposition était pour lui une occasion unique d'apprendre, et il est accouru, s'est appliqué à tout examiner, à recueillir tout ce qu'il a pu trouver comme cartes, notices, prospectus, et il n'a cessé d'y prendre des notes. Il relira certainement tout cela à loisir, et se souviendra des beaux produits qu'il a admirés; il voudra les goûter, et par là l'Exposition de Chicago se trouvera certainement avoir été profitable à nombre d'exposants français.

Ce résultat eût été bien plus sérieusement acquis et bien plus complet si, comme l'ont fait les exposants américains et beaucoup d'exposants étrangers, il y eût eu, au centre de nos sections, une salle avec un ou plusieurs employés, chargés non seulement de remettre des notices et des prospectus, mais encore de distribuer des échantillons, et de faire déguster sur place tout ce qui pouvait y être goûté, enfin chargés surtout de prendre des commandes et d'entamer des affaires.

Dans le temps de lutte commerciale où nous vivons, une exposition ne doit plus être seulement une façon de musée : il faut qu'elle prenne une allure pratique, qu'elle soit l'occasion recherchée d'entamer des affaires avec un pays, ou de développer celles qu'on y fait déjà; qu'elle soit enfin pour le fabricant un prétexte de se rendre dans ce pays pour en étudier par lui-même les habitudes et les goûts.