

teilles ayant contenu de l'alcool d'une certaine marque. La loi exige maintenant que les étiquettes soient détruites une fois que la bouteille est vide et, comme les hôteliers avaient coutume dans le passé de remplir les bouteilles vides avec de l'alcool en "draught", l'avance de prix de 10 à 15 cents a pour but de contrebalancer la perte de profit causée par la nouvelle loi.

Les amendements à la loi ont été causés par la pression exercée par les marchands en gros, qui prétendent que le remplissage des bouteilles causait du détriment à leur commerce.

Muskoka le magnifique

Connaissez-vous l'endroit? Dans la négative, votre plaisir en souffre. Faites un voyage grâtuit, un petit voyage en pensée, à travers Muskoka, en vous procurant cette belle brochure "Muskoka Folder", publiée par le Grand Trunk Railway System. Elle contient une grande carte, des quantités de vues et des faits nombreux. Faites ce voyage mental quelque soir, après souper, avec votre femme et vos enfants. Puis, fermez la porte au médecin pour 1909 en emmenant votre famille dans un voyage réel à travers le district de Muskoka cet été. Moins d'une journée de voyage à partir des principales villes américaines. Pour tous renseignements et une belle publication illustrée, adressez-vous à M. J. Quinlan, D. P. A., Montréal, P. Q.

LES VENDEURS QUI REUSSISSENT

Le vendeur existe depuis que le commerce existe. Il est impossible de faire des affaires sans avoir un vendeur quelconque ou sans faire quelque action qui remplace le vendeur.

Le client, qu'il soit marchand en gros, détaillant ou consommateur, peut savoir ce qu'il désire; il peut savoir aussi qu'il ne peut pas vivre ou faire des affaires sans acheter quelque chose à quelqu'un.

Cependant pour quelque raison ou plutôt sans raison, il peut ne pas commander ses marchandises ou en acheter insuffisamment, si quelqu'un ne le sollicite pas de le faire.

Il semblerait que ce soit une condition d'affaires peu naturelle, qui rend nécessaire que l'on dise à l'acheteur ce qu'il devrait acheter, au lieu que ce soit ce dernier qui fasse ses achats de sa propre décision; quoi qu'il en soit, cette condition existe. La vente de presque toute chose, même de marchandises de comptoir, est le résultat direct ou indirect de la sollicitation. Le commis voyageur ou vendeur qui sollicite est une des fondations du commerce.

Il y a deux classes de vendeurs: le vendeur en magasin et le vendeur qui voyage. Ce dernier va à la recherche des affaires, tandis que le premier s'occupe des affaires qui lui arrivent, que ce soit lui ou non qui amène le client au magasin.



KNOWN THE WORLD OVER

L'homme en Vacances

—qu'il soit le touriste visitant votre ville, ou un de vos concitoyens se préparant pour un voyage—sera l'homme au monde qui achètera le plus probablement un Rasoir de Sûreté Gillette.

Car, bien que pour l'homme qui est chez lui, ce soit une commodité, un confort et une économie, pour l'homme qui voyage, le

Rasoir de Sûreté Gillette

est une NÉCESSITÉ.

En chemin de fer ou en bateau, où le rasoir vieux genre ou rasoir de sûreté temporaire est inutile et même dangereux, un homme peut se raser proprement, rapidement, sûrement, chaque matin avec le **Gillette**.

Le touriste, dans votre ville, a le temps de visiter les magasins, et un étalage attrayant de rasoirs **Gillette** dans votre vitrine l'intéressera. Puisque la haute qualité de notre publicité l'a déjà convaincu que le **Gillette** est le meilleur rasoir qui existe, votre étalage en vitrine sera une forte attraction pour lui—dans d'autres lignes aussi bien que dans celle des rasoirs.

De même votre étalage de rasoirs **Gillette** attirera l'homme qui s'équipe en vue de son voyage de vacances, et est disposé à faire des achats.

Notre publicité dirige les acheteurs vers les magasins qui ont des enseignes **Gillette**. Ces magasins font des affaires. Sortez et mettez en évidence vos enseignes. Étalez les rasoirs, les lames "New Process" et les jeux à combinaison. Si vous êtes à court d'enseignes, écrivez-nous.

The Gillette Safety Razor Co.,

OF CANADA, LIMITED

BUREAU ET MANUFACTURE
63, RUE ST-ALEXANDRE
MONTREAL

On a dit que tous les hommes d'affaires sont vendeurs ou l'ont été, et que personne ne peut diriger la vente à moins d'avoir vendu personnellement des marchandises. Cela est vrai en très grande partie. On rencontre rarement un commerçant prospère qui n'ait parfois servi lui-même sa clientèle et vendu des marchandises. Il est probable que 75 pour cent des commerçants prospères ont débuté comme vendeurs, et presque tous les marchands en gros importants ont été voyageurs de commerce.

Il y a deux raisons pour que le vendeur en magasin ne puisse pas espérer plus qu'un salaire modéré: premièrement, parce que le client vient à lui et qu'il

n'est pas obligé de se rendre auprès du client; deuxièmement: parce que 90 pour cent des personnes qui vendent en magasin sont des femmes qui consentent à travailler pour un salaire inférieur à celui payé aux hommes.

Le marchand, en affaires pour le gain et non pour la philanthropie, achète les services de ses employés sur le marché et paie les prix du marché; comme les femmes travaillent à meilleur compte que les hommes, elles sont employées généralement en beaucoup plus grand nombre dans les départements de vente. La demande pour des marchandises à bon marché est la grande raison des salaires bas. Le client, plus que le commerçant,