

MARIAGE LAPORTE-LECAVALIER

Mercrèdi matin a été célébré à la Chapelle de l'Archevêché de Montréal, le mariage de Mademoiselle Maria Laporte, fille unique de son Honneur le Maire de Montréal, avec Monsieur le Docteur D. E. LeCavalier.

Mademoiselle Laporte était accompagnée de son père et M. LeCavalier par le Dr N. LeCavalier, son père.

C'est Mgr. Bruchési qui a présidé à la cérémonie.

La mariée portait un élégant costume de drap brun avec blouse de soie verte et chapeau bleu pâle. Son bouquet était formé de roses blanches.

Après la cérémonie religieuse M. et Madame LeCavalier se rendirent chez M. et Madame Laporte, rue Dorchester, où un goûter fut servi aux parents et intimes. Madame Laporte portait une toilette de soie noire avec manteau de velours broché.

M. et Madame LeCavalier sont partis pour un voyage à Toronto, Buffalo, Niagara, Chicago et Saint-Louis.

Ils seront de retour à Montréal vers le 15 octobre et demeureront rue Sherbrooke, 473.

MORT DE L'HON. JOHN F. STAIRS,

Président de la Nova-Scotia Steel & Coal Company

L'honorable M. John F. Stairs, président de la Nova Scotia Steel & Coal Co., un financier et un législateur qui a joué un rôle au pays vient de mourir à l'Hôpital Général des suites d'une complication de maladies. Il est mort entouré des membres de sa famille après un mois de maladie.

L'honorable M. John F. Stairs est né à Halifax, Nouvelle-Ecosse, le 19 janvier 1848; il était l'aîné des fils de feu l'honorable W. J. Stairs, et a fait ses études à la Halifax Grammar School et au Collège Dalhousie. Dans la suite, il entra dans les affaires comme membre de la Firme William Stairs et Morrow, marchands généraux et expéditeurs, et s'occupa de plus du développement de différentes industries et entreprises locales. Il occupait une position très en vue dans le monde capitaliste, en rapport avec ses immenses intérêts dans la Nova Scotia Steel Co. et la Dominion Coal Company.

M. Stairs a débuté dans la vie publique comme membre du Conseil de Ville de Dartmouth; il fut élu à la législature en 1870 et prit part de l'administration même. Sans-Portefeuille, jusqu'en 1882. En 1882, il fut élu membre du Parlement Fédéral et occupa ce poste jusqu'en 1896. En 1897, il était le "Leader" de l'opposition libérale et fut défait à l'élection provinciale. Il fut élu comme candidat de la Ville de Halifax. En 1897, il était nommé président de l'Eastern Trust Company.

Quelques Personnes
ont Pensé.

lorsque l'Orange Meat a figuré dans les listes de prix que ce serait une autre merveille de neuf jours.

Mais Orange Meat a conquis la faveur populaire à tel point qu'on le considère aujourd'hui comme un article avec lequel il faut compter.

Orange
Meat.

—la céréale prête à servir est préférée à tout autre aliment du déjeuner par une foule qui augmente continuellement. Ensuite, elle a aussi, ses primes d'argenterie qui forment un élément très acceptable.

Les prix sont comme suit :—

Caisses simples, 36 paquets \$4.50
Lots de cinq à dix caisses, fret payé, \$4.40

Commandez par l'intermédiaire de
votre maison de gros.

The FRONTENAC CEREAL Co., Ltd,

43, RUE SCOTT,
TORONTO.

LA PUBLICITE DES JOURNAUX DE
COMMERCE

D'après M. Ernest F. Birmingham, éditeur de Fourth Estate, New-York, il n'y a pas d'exagération dans la prétention que les journaux de commerce offrent le moyen le plus efficace et le moins dispendieux de faire connaître un article.

L'expérience de chaque jour le confirme, mais ne va pas jusqu'à dire que le marchand qui a un fort stock en mains, va acheter immédiatement parce qu'il a vu une annonce qui l'intéresse, ni que pour commencer, il ira plus loin, s'il a besoin de marchandises de la classe annoncée, que de demander les informations d'usage et des échantillons qui, s'il les trouve satisfaisants, justifieront son acquisition d'un article nouveau.

Qu'il soit désirable de maintenir continuellement l'annonce sous les yeux du marchand est une chose évidente. Des marchandises choisies, déjà d'une grande notoriété, sont tenues en évidence de cette manière, et sans doute, les annonceurs les plus libéraux dans les journaux de commerce sont des manufacturiers qui n'ont rien de nouveau à offrir, mais qui apprécient l'importance de la concurrence, et qui ne permettent pas à la concurrence de diminuer, faute de publicité, les mérites des marchandises qu'ils offrent en vente.

Pour établir la vente d'un article nouveau, bien qu'on soit aidé par la reconnaissance intelligente de la nouveauté et du perfectionnement de la part des marchands de détail, il faut de la patience et de la libéralité dans les rapports avec les organes consacrés aux annonces commerciales; mais les résultats justifient cette manière de faire ainsi que le manifeste abondamment, le succès des journaux de commerce bien conduits.

Cette catégorie de publications guidées par leur propre intérêt, donne un excellent service à ses annonceurs par la présentation juste et modérée des informations dans les colonnes de matière à lire.

Bref, ils s'acquittent de leur mission qui est d'attirer la clientèle au magasin, à un prix raisonnable fixé exclusivement pour la publicité.

Les journaux de commerce bien conduits conservent leur indépendance; ils n'ont pas d'espace à vendre dans leurs colonnes de matière à lire, ils ne prétendent pas faire plus qu'annoncer les marchandises, mais ils le font bien avec des résultats rémunérateurs pour toutes les parties au contrat, à condition que l'article offert ait du mérite et que l'annonceur persiste pendant un temps raisonnable à maintenir l'annonce de cet article devant le commerce.

Le moment de cesser d'annoncer se présente le jour où vous êtes prêt à discontinuer les affaires.