

à part cela, vous êtes-vous arrêté à penser à l'accommodation que devra donner un épicier? Vous désirez un pain et une bouteille de lait. Il faut fournir bouteille et papier. Sur cette vente de vingt-quatre sous, le coût des marchandises s'élève à vingt-trois cents. Le coût de la livraison, en proportion de la transaction et du temps, s'élèvera à huit cents au moins. S'il est près de six heures, et si le livreur est pressé, comme il arrive toujours à ce moment, et s'il revient sans la bouteille vide, c'est cinq autres sous qu'il faut ajouter aux huit premiers, ce qui fait une perte totale pour l'épicier, de treize cents sur cette vente particulière, puisqu'il a à payer pour toute bouteille à lait ou à crème non retournée.

Autre chose: le détaillant se trouve en présence de clients qui obtiennent leurs marchandises du commerce de gros — peut-être ont-ils des amis dans le gros, peut-être n'en ont-ils pas, — mais le fait demeure que beaucoup de supposés marchands de gros vendent, en marge, au consommateur, tout en se défendant de pareille pratique. Et puis, seul, le marchand connaît le lourd fardeau de ses comptes. Les clients en général, pensent que l'épicier n'a jamais besoin de son argent. Ils laissent traîner leur compte dans ses livres et ne songent jamais à le payer. Avant de payer son épicier, on achète du charbon, des chaussures, des vêtements, on paye le loyer, l'assurance et cent autres choses qui absorbent l'argent qui aurait dû prendre le chemin de la caisse de l'épicier, mais malheureusement au point de vue du détaillant, ces excuses ne sont pas considérées par les banques ou les maisons de gros.

Le temps est venu pour les femmes de réfléchir un peu et d'être raisonnables, de tenir responsables du coût élevé de la vie, ceux qui en sont les véritables auteurs, de songer au gâchis d'aliments du passé, etc. C'est le moment où chacun doit faire sa part et supporter sa responsabilité de la conservation des vivres, en écartant les augmentations inutiles dans le coût de la vie.

NOTES DE LA PROVINCE

M. A. L. J. Sévigny a déménagé du Sault au Récollet au 29 de la rue Mission, Montréal.

La Canada Preserving Co., d'Hamilton, a pris comme agents pour Montréal, McCallum & Co.

M. Henri Charest, du no 2272 Avenue du Parc, a ouvert une nouvelle épicerie, près de l'avenue Laurier, Montréal.

L'hon. Daniel Gillmor, de Chase & Sanborn, importateurs et marchands en gros de thé et de café, de Montréal, est décédé.

M. J. Lemaistre, du no 1807 Côte Saint-Paul, a disposé de son commerce au bénéfice de MM. Karam & Massad, autrefois d'Ottawa. Ces derniers agrandiront la maison et feront commerce de magasin général.

M. A. MILLER, PRESIDENT.

M. Archibald Miller, a été élu président de Whitehead and Turner, Limited, Québec, en remplacement de feu l'honorable Richard Turner. M.P.P. M. Miller est un ancien président de la Dominion Wholesalers' Guild.

LA SUN LIFE ASSURANCE CO. OF CANADA A EU UNE ANNEE DE RECORD.

Une année de progrès remarquable est le bilan de 1917 pour la Sun Life of Canada, comme on peut s'en rendre compte en examinant le rapport publié à une autre page dans ce numéro.

L'importante compagnie de Montréal a de nouveau maintenu sa position comme étant la plus grande de nos compagnies canadiennes d'assurance-vie. Ses assurances en vigueur se totalisent à \$311.800.000, de polices issues et le montant payé pour l'année s'élevait à \$47.800.000, soit le plus gros chiffre jamais atteint par une compagnie canadienne.

L'actif augmentait en 1917, de plus de \$7.000.000, atteignant \$90.160.184; ce qui représente les plus grosses ressources détenues par une organisation canadienne d'assurance.

Le surplus net sur tout passif et le capital dépasse la jolie somme de \$8.550.000. Les détenteurs de polices de la Sun Life of Canada ont reçu l'an dernier, des paiements totaux s'élevant à \$8.840.245, ce qui porte le total des sommes payées aux assurés depuis l'organisation de la compagnie, à plus de \$69.000.000. Les recettes ont atteint le splendide total de \$19.288.997.

Il est intéressant de noter que la Compagnie occupe maintenant la nouvelle bâtisse de son bureau principal, square Dominion, Montréal, où un vaste espace se prête admirablement à l'administration efficace des affaires sans cesse croissantes de la Sun Life.

A PROPOS DES BOUTEILLES VIDES

Il nous est arrivé à plusieurs reprises des plaintes de la part des brasseries en ce qui concerne les bouteilles retournées partiellement endommagées et qui, comme telles, ne sont plus d'aucun service pour l'embouteillage.

Nous croyons donc devoir signaler à l'attention des marchands ce fait particulier, en leur recommandant de veiller à ce que les bouteilles retournées par leurs clients soient soigneusement examinées et que crédit leur soit refusé si elles portent la moindre écornure au goulot, car dans de tels cas, les bouteilles sont inutilisables et ne peuvent être que jetées au rebut.

Il a été dépensé beaucoup d'argent par les brasseurs pour l'achat de clefs devant servir à enlever les capsules de manière à éviter le bris des goulots de bouteilles, mais malgré cet effort, les plaintes semblent augmenter au lieu de diminuer. Si le public voulait prendre un peu plus de soin au débouchage des bouteilles, cette situation pourrait s'améliorer grandement et le meilleur moyen d'obtenir du consommateur cette attention, c'est de refuser de lui reprendre les bouteilles vides endommagées.

Le prix des bouteilles est si élevé à présent, qu'on ne saurait trop recommander aux épiciers de veiller à ce qu'elles soient conservées en bon état et à ce qu'elles soient retournées promptement par les clients.

Si vous êtes meilleur marché que vos concurrents, expliquez pourquoi vous pouvez vendre moins cher. Si vous devez vendre plus cher que vos concurrents, expliquez encore pourquoi vous pouvez prouver qu'à qualité égale vous êtes moins cher, et qu'acheter bon marché équivaut bien souvent à faire un mauvais marché.