

importations, — c'est leur imputer un motif manifestement faux.

Au reste, en supposant même que l'abaissement du tarif et l'accroissement de trafic maritime qui en résulterait fussent à notre avantage, en quoi pécherions-nous plus par esprit de clocher en demandant la réduction de certains droits, que les centres manufacturiers de l'ouest qui réclament le maintien de droits excessifs sur les produits qu'ils fabriquent ? Nous ferions qu'appliquer le principe du "chacun pour soi" qui fait le fond du système actuel.

—:o:o:—

LA COMPAGNIE D'ASSURANCE ST-LAWRENCE

Nous invitons notre public à continuer son patronage à cette compagnie indépendante, dont les réformes doivent être appréciées par tous ceux qui croient qu'il est temps de faire cesser le monopole exercé par les compagnies de la *Canadian Fire Underwriters Association*. C'est assurément un service à rendre à la ville de Québec.

—:o:o:c:—

L'ART DE FAIRE LES ANNONCES

Nous ne saurions trop conseiller aux marchands d'éviter la banalité dans la rédaction de leurs annonces et prospectus. On n'a qu'à jeter un coup d'œil sur les journaux et les circulaires volantes qu'on jette par les rues pour se convaincre qu'il y a lieu de s'amender sous ce rapport.

A quoi bon prendre la plume, dépenser du papier et payer l'imprimeur pour renvoyer toujours la même chose ? Ces formules obligées qu'on retrouve un peu partout : "J'invite le public en général et mes pratiques en particulier..." "A des prix défiant toute compétition." "Une visite est sollicitée." devraient avoir fait leur temps. Pourquoi persister dans ces lieux-communs insignifiants ? C'est autant d'espace et d'argent perdu.

D'autres s'étudient, dirait-on, à s'exprimer en mauvais français. Entre le terme élégant et le mot baroque, ils choisissent invariablement le dernier. Quand nous en demandons la raison, on nous répond que c'est pour être compris, qu'il faut écrire *méla-se* sans accent parce que le client prononce mal ce mot, et ainsi de suite. On nous dit que pour attirer le public il faut se montrer aussi ignorant que lui.

Nous ne partageons pas cette opinion. Le but de l'annonce étant d'éblouir la clientèle, il est manqué du coup si vous n'avez que des platitudes à lui dire. Ne vaut-il pas mieux le familiariser avec les désignations nouvelles qu'on invente sans cesse pour pousser la marchan-

dise ? Il ne faut pas prendre le gros public pour plus ignorant qu'il ne l'est. De même qu'on s'ingénie aujourd'hui à agrémenter l'emballage et l'étiquette de la marchandise, de même importe-t-il d'embellir l'annonce. Ces termes nouveaux ou recherchés que vous craignez d'employer piqueront la curiosité du lecteur : c'est déjà un grand point de gagné.

Mais, diiez-vous, comment ferai-je moi-même pour soigner la rédaction de mes annonces ? Je ne suis pas assez éduqué pour cela. — En ce cas, rapportez vous en à quelqu'un qui sait écrire. Les quelques piastres que vous lui paierez pour cela vous seront remboursées au centuple par l'effet de vos annonces. Nous connaissons à Québec une grande maison de commerce qui paie un joli salaire à l'un des ses employés, un rédacteur spécial, et qui constate que ses annonces sont lues avec presque autant d'intérêt que des premiers-Québécois et lui rapportent conséquemment plus de profit qu'auparavant. Par ce système, les annonces ont plus d'originalité, elles sont toujours faites avec plus de soin, renouvelées avec plus de régularité et mieux contrôlées.

—:o:o:o:—

ON DEMANDE UN INSPECTEUR

On sait que la pomme canadienne a failli perdre son nom sur le marché anglais à cause de la malhonnêteté de certains expéditeurs. Là-bas, l'inspection est très sévère ; on nous dit qu'aux enchères publiques où sont vendus ces produits d'importation, des inspecteurs spéciaux sont apostés par l'Etat pour protéger les acheteurs contre toute tentation de fraude.

Sur chaque lot de vingt barils de pommes par exemple, on en examine un, et non pas superficiellement ; il est ouvert et vidé dans de grands paniers, et peut être aussi jugé équitablement. Avec ce système, le truc du dessus de baril choisi aux dépens du reste, n'avait guère de chance de succès ; aussi le commerce des pommes canadiennes a-t-il été sérieusement compromis.

La leçon a été sans doute bonne, et l'on a constaté cette année une notable amélioration sur l'exportation. Mais il faut croire que la falsification s'est rabattue sur le marché canadien, car une foule de détaillants et de particuliers se plaignent d'avoir été odieusement floués dans leurs achats de pommes d'hiver. Les deux ou trois premiers rangs à la tête et au pied du baril étaient superbes ; mais les trois quarts du contenu ne correspondaient pas au numéro acheté.

Cette maladie de fraude n'est pas guérissable par des articles de journaux, car voilà plusieurs années que la presse commerciale la signale en vain. Ce qu'il faut,

c'est une inspection sévère. Il est même étonnant que l'autorité n'ait pas encore songé à établir cette inspection. Nous avons des inspecteurs de farine, de poisson, d'huiles, de gaz, de poids et mesures, de viande, de pain, de lait, etc ; l'inspection des pommes fait encore défaut.

Nous signalons cette lacune au gouvernement. Le commerce des pommes a pris assez d'importance pour justifier une mesure sérieuse de protection pour le public. A l'automne, il s'est fait une énorme distribution de notre grand fruit national ; les bateaux et les quais de la compagnie Richelieu et Ontario en ont été encombrés. L'inspection que nous recommandons pourrait se faire sans frais pour l'Etat ; elle pourrait se payer d'elle-même, au moyen d'un simple honoraire de quelques sous par baril, que l'acheteur serait encharné de payer s'il était sûr de ne pas avoir du numéro 2 quand il achète du numéro 1.

—(o) o o (o)—

PEU CONVENABLE

Le public voyageur se plaint à bon droit, croyons-nous, de l'installation actuelle des bureaux de l'Intercolonial, rue Dalhousie.

C'est petit, étroit et malpropre. Les cochers qui y stationnent à l'année en rendent le voisinage à peu près inabordable. La rue est toujours encombrée, au grand ennui des voyageurs qui, l'été surtout, peuvent à peine se frayer un chemin entre les voitures de place et de charge, et à travers une grêle de jurons de charretiers.

L'intérieur du bureau est étroit, et peut à peine loger une demi-douzaine de personnes à la fois. En été, dans les moindres affluences, on est obligé de faire queue à la porte pour avoir son tour.

En un mot, c'est une installation indigne d'une grande administration comme celle de l'Intercolonial. C'est une véritable honte pour le gouvernement, qui est le propriétaire de l'Intercolonial. Le Grand-Tronc et le Pacifique se sont installés avec luxe à la Haute-Ville ; le Grand-Tronc a lui-même un spacieux bureau près de la Traverse à la Basse-Ville.

Nous espérons qu'il suffira de signaler le fait aux ministres fédéraux pour leur faire comprendre qu'il faut à tout prix un changement. En attendant, la Chambre de Commerce ne manquera pas d'être saisi de l'affaire et appuiera sans doute nos représentations de toute son autorité.

—:o:o:—

CHRONIQUE DU TABAC

L'Angleterre est probablement le pays où il se cultive le moins de tabac. Cette année, la production de tabac enregistré