

nution du trafic; peut-être aussi un peu à l'augmentation de l'outillage automatique sur le matériel roulant ou encore à la plus grande expérience acquise par les employés. Voyageurs tués 324; blessés 3,304.

Un employé sur 428 a été tué et un sur 33 a été blessé; un voyageur sur 1,912,618 a été tué et 1 sur 204, 248 a été blessé.

Ces chiffres expliquent la baisse énorme qui s'est produite l'année dernière sur les actions de chemins de fer américains. Si, à cette situation des chemins de fer des Etats-Unis, l'on compare celle de nos chemins de fer canadiens, quoiqu'elle n'ait pas été brillante, non plus, en 1894, on trouvera que la comparaison est toute en faveur de ces derniers. S'ils n'ont pas payé de dividendes aussi élevés que les années précédentes, au moins, leurs opérations n'ont pas laissé de déficit.

Comme la plus grande partie des capitaux placés dans ces chemins de fer américains vient d'Angleterre, on conçoit que les capitalistes anglais soient méfiants, lorsqu'on leur demande de mettre d'autres capitaux dans des entreprises canadiennes du même genre et lorsque ces entreprises n'offrent pas des garanties indiscutables. L'émission manquée de l'Atlantique et Lac Supérieur en est un exemple tout récent.

### EN CAUSANT

M. L..... est un homme modeste mais précieux, qui, après avoir passé par tous les degrés de l'échelle, est devenu le gérant de la maison J..... G..... & Cie qui l'emploie. Par exemple, il n'aime pas les paroles inutiles et il se réclame du dicton célèbre: "Mieux vaut ne rien dire que de dire des riens." Aussi, lorsque nous entrons au magasin pour prendre les nouvelles, consulter le baromètre commercial et faire un bout de causette, M. L..... nous répond invariablement qu'il ne connaît rien de nouveau.

Mais, par une chance providentielle, nous nous trouvons l'autre jour à dîner au même restaurant que M. L..... et à la même table que lui. Hors du magasin, la sociabilité reprend ses droits et, après un épigramme au comptable de la maison qui, le matin même, le plaisantait sur son mutisme, la conversation s'engagea et nous avons pu recueillir ce qui suit:

"Qu'est-ce que j'aurais pu vous apprendre de nouveau sur les cotonnades? Vous savez aussi bien que moi que les fabriques ont fait

des provisions de coton brut pendant la baisse. La Dominion a acheté une quantité considérable de coton à bas prix, mais il y en a d'autres qui ont acheté encore à meilleur marché qu'elle; savez-vous que si les compagnies voulaient, elles pourraient revendre leur coton brut et y faire plus de bénéfice qu'en le travaillant?

"C'est le cas, Monsieur. Elles ont payé 5c, 5½c ou 5¾c la livre et elles pourraient revendre à 7c, ce qui leur donnerait un bénéfice de 30 p.c. et elles ne font pas 30 p.c. net de bénéfice sur leurs cotonnades. Elles pourraient ensuite racheter au cours du jour et hausser leurs prix en conséquence. Mais cela ne ferait pas l'affaire de la "Protection." Et tous ces Messieurs tiennent à conserver son prestige à la Protection. Si nous avions eu des élections cet été, pour le parlement fédéral, vous auriez vu comme ils auraient travaillé!

"Voyez ce qui se passe aux Etats-Unis. Actuellement, on y est sous l'impression que la prochaine élection présidentielle va ramener le parti républicain à la présidence; et que le tarif McKinley sera rétabli aussitôt que possible ensuite. Et bien, j'ai rencontré ces jours-ci des représentants de maisons anglaises qui m'ont dit que toute leur production, d'ici à l'élection présidentielle était achetée d'avance. Il s'est fait, cet hiver et ce printemps, d'énormes achats de ce genre, en spéculation; de manière que, aussitôt le candidat républicain élu, on commencera à faire expédier les tissus achetés, on en emplira les entrepôts et, lorsque le tarif McKinley sera rétabli, on aura toute cette marchandise, entrée aux anciens droits, que l'on vendra aux prix que produira le nouveau tarif.

"S'il n'y a pas de changement de tarif? Et bien, les marchandises seront toujours là; on les vendra comme on pourra, à perte si c'est nécessaire; on les réexpédiera en Afrique, en Australie, partout où l'on pourra trouver un marché. Notre maison a déjà profité d'occasions de ce genre; nous avons acheté, en douane, à New-York, des tissus anglais à meilleur marché que nous n'aurions pu les acheter à Londres.

"Il faut avoir de gros capitaux, dites-vous, pour faire ces spéculations? Sans doute. Mais savez-vous qui contrôle le commerce de nouveautés aux Etats-Unis? Les Juifs allemands. Et ils ont de l'argent tant qu'ils en veulent.

"Au Canada, aussi, les Juifs contrôlent certains commerces. Prenez le commerce des habillements con-

fectionnés; qu'y trouvez-vous? Des Juifs, rien que des Juifs!

"— Pouvez-vous m'expliquer, avons-nous demandé, comment il se fait que les marchands juifs vendent un habillement à meilleur marché que ne coûterait l'étoffe chez un autre marchand?

"— Voici. Un Juif arrive ici; il s'appelle Salomon. Il va dans un magasin de gros, achète \$1,000 de marchandises, paie \$500 comptant. Un mois ou deux après, il paie la balance et achète pour le double à crédit. Puis il vend tant qu'il peut, à n'importe quel prix. Quand il a mis dans sa poche autant d'argent que possible, il vend son fonds, argent comptant, à un co-religieux; puis il s'en va s'établir à Québec, à Toronto, etc., où il s'appelle Jacobs ou Isaacs, et le tour est joué. Il n'y a, d'ailleurs, que chez ces Juifs nomades qu'on trouve de ces bons marchés fabuleux. Il y en a d'autres, établis depuis longtemps, qui font honneur à leurs obligations; mais ceux-là vendent aussi cher—ou à peu près—que les autres marchands.

"J'ai voulu m'assurer par moi-même des prix qu'on vend dans ces magasins de Juifs de passage. J'y ai acheté un pantalon dont l'étoffe avait été achetée à la maison; et bien, le pantalon tout fait m'a coûté moins cher que le Juif n'avait payé l'étoffe. Celui-là en était encore à la première partie du programme, il avait à payer la balance restée sur son premier achat..... Je dois vous dire que maintenant, quand ces Juifs se présentent chez nous pour acheter, nous ne leur faisons plus jamais crédit....."

### L'ANNONCE DANS LES JOURNAUX DE COMMERCE.

Ceux qui parlent avec légèreté de l'efficacité de l'annonce dans les journaux de commerce, n'ont certainement pas considéré la question avec tout l'intérêt qu'elle mérite. Nous croyons que les faits prouvent qu'on obtient davantage, avec un certain montant de dépenses, par le moyen des journaux de commerce que par tout autre genre de publicité.

Prenons deux articles d'un égal mérite—l'un plus particulièrement à l'usage de quelque branche de commerce et l'autre à l'usage du public en général—et selon toute vraisemblance, il faudra trois ou quatre fois plus d'argent pour faire acquérir la même réputation au dernier qu'au premier. Ce qu'on peut