LES PRODUITS DE MARQUE ET LES DÉTAILLANTS

Un grand nombre de détaillants se plaignent que l'article de marque ne leur donne pas un pourcentage suffisant de profit et préfèrent, à cause de ce fait, vendre des articles non annoncés, qui leur permettent de prélever une plus forte marge de profit. Cette plainte serait justifiée si le succès en affaires dépendait de chaque vente qui est faite—ou plutôt si, par profit, on entendait uniquement la marge entre le prix d'achat et le prix de vente d'un article. Mais le coût de faire des affaires doit entrer en ligne de compte—c'est même un des facteurs les plus importants dans l'établissement des profits que donne un commerce.

Or, les articles annoncés sont à moitié vendus, tandis que le marchand qui veut vendre un article non-annoncé doit "faire l'article", il doit **convaincre** le client. Ce processus prend du temps et le temps, c'est de l'argent.

C'est précisément dans le but de convaincre les détaillants que c'est là un des principes fondamentaux du commerce que les Clubs Associés de Publicité du Monde ont envoyé l'expert Stockdale faire des conférences pratiques dans les grands centres et qu'ils ont préparé un système de comptabilité qui permettra aux détaillants de réaliser que dans leurs commerces respectifs, ils font plus d'argent, (même si les profits sur chaque vente sont moins importants) en vendant des articles de marque, de préférence aux articles non-annoncés, parce qu'ils "liquident" leur stock un plus grand nombre de fois durant l'année.

Un autre avantage que retire le détaillant de la vente d'articles annoncés, c'est que si, par hasard, un tel article ne donne pas satisfaction, le fabricant de cet article en porte toute la responsabilité, tandis que quand le marchand vend des articles non-annoncés (surtout la farine, le thé, le sucre, etc.), et que ces articles ne sont pas satisfaisants, il en est blâmé et perd des clients.

Il est évident—bien que certaines personnes ne le réalisent pas encore—que le détaillant obtient des avantages importants de la vente des articles annoncés, bien que le coût de l'annonce soit compris dans le prix auquel ces articles lui sont vendus, puisque, somme toute, ces articles lui coûteraient plus cher—la facilité de vente étant considérée—s'ils n'étaient pas annoncés.

FECULE DE POMMES DE TERRE ET FARINE DE BLE

Transformation des pommes de terre en fécule

On appelle le Canada le "grenier de l'Empire", mais personne n'a songé à le surnommer le "caveau de l'Empire." Cependant, les caveaux à pommes de terre peuvent suppléer grandement le grenier. Vu le développement du jardin de guerre, des milliers de personnes cultivent des pommes de terre; avant la guerre, elles comptaient entièrement sur celles des cultivateurs. Il y a donc lieu d'espérer qu'elles seront, cette année, plus abondantes que jamais.

Pourquoi n'en convertirait-on pas une grande partie en fécule? On installe des moulins à farine de pommes de terre, moyennant quelques centaines de dollars: la machinerie est des plus simples; cette farine produit un aliment sain et nutritif. La Grande-Bretagne en a fait une énorme consommation depuis quelque temps, surtout l'an dernier. Un moulin dans l'état de Wash-

ington produit de 25 à 30 barils par jour; le baril s'est vendu \$21 au mois d'avril. Quelques fabricants d'amidon canadiens en font aussi, mais l'industrie pourrait être développée beaucoup plus. M. Meeker, fabricant américain de farine de pommes de terre depuis plusieurs années, dit qu'une tonne de ces tubercules produit 500 livres de fécule. Le procédé de fabrication qu'il décrit est le suivant:

"D'abord, il faut laver les pommes de terre; elles sont ensuite tranchées avec la pelure et plongées immédiatement dans l'eau, où elles sont rincées, pour en prévenir la décoloration. On les passe ensuite à l'eau bouillante ou à la vapeur, pendant une dizaine de minutes; cette opération a pour but de cuire l'amidon et de rendre les tranches transparentes. Celles-ci sont ensuite étendues sur un séchoir et soumises, pendant quelques heures, à un courant d'air chaud qui ne devra pas excéder 120° F.; plus tard cette température est portée à 170° maximum. On continue cette opération jusqu'à ce que la dessiccation soit complète. Ce que détermine le blanc vif des tranches. Si dans la masse quelques tranches ne sont pas très sèches, ne pas s'en occuper. On les entasse alors dans une chambre, où elles seront remuées de temps à autre, pendant trois ou quatre jours; elles peuvent être ensuite passées au moulin.

"Une cuve rotative — longue boîte partiellement plongée dans l'eau et pouvant rincer d'un coup une tonne de pommes de terre—n'est pas coûteuse. Un hache-légumes ordinaire coûte environ \$30 et suffit au tranchage des pommes de terre, mais il est possible que l'on trouve une autre machine plus avantageuse sur le marché. Le moulin ordinaire se vend de \$150 à \$225 et plus, mais on ne peut se le procurer immédiatement sur demande."

ETUDES SCIENTIFIQUES ET GROS DIVIDENDES

Le grand laboratoire de la General Electric Company de Schenectady est maintenu moyennant une dépense annuelle de plus de \$500,000. Il emploie soixante-quinze hommes de science, au nombre desquels plusieurs occupent une place éminente dans le monde de la science pure. Un de ses produits est la lampe tungsten, manufacturée à présent par vingt-deux établissements répandus dans le pays. Cette lampe, selon un calcul estimatif minutieux, fait en 1911, économisait, en ce temps-là une quantité d'énergie évaluée à \$240,000,000 par année. Depuis lors, la vente de ce genre de lampe a triplé, et de nouvelles recherches ont accru son efficacité de production de lumière d'environ 25 pour cent. Les investigateurs sont même découragés à la pensée des résultats financiers qui en découleront, car, d'autres découvertes seront peut-être faites par ceux qui travaillent suivant l'esprit scientifique.

LE CALENDRIER DE LA CANADIAN FAIRBANKS-MORSE CO.

La Canadian Fairbanks-Morse Co. dont les balances sont universellement connues, a eu l'aimable idée de faire profiter de son superbe calendrier tous nos abonnés. C'est ainsi que ceux-ci recevront directement ce gracieux cadeau auquel ils ne manqueront pas de réserver une place d'honneur dans leur magasin, nous en sommes persuadés.

Nous remercions la susdite compagnie de cette délicate attention qui sera vivement appréciée par les commerçants de la province.