

venu le principal allment du budget de la France.

Il est, avec l'impôt foncier, la plus grosse source de revenus pour l'Etat, revenus qui augmenteront encore, car, si la population de la France a considérablement diminué depuis 1811, le nombre des fumeurs tend à s'accroître chaque année.

En dehors des tabacs français, on fume aussi des tabacs exotiques et chaque fumeur qui revient de l'étranger ne manque pas de rapporter la quantité autorisée par la douane... et même quelquefois davantage.

A ce sujet, il n'est pas sans intérêt de connaître quelle est la quantité de cigares ou de tabac qu'il est permis d'importer en France. Voici à ce sujet l'avis du service des douanes.

"Les voyageurs sont informés que la visite de la douane a lieu dans les voitures.

"Les voyageurs sont tenus, sous peine de confiscation, d'une amende de 500 francs (\$100) et d'un emprisonnement de trois jours à un mois, de déclarer exactement et de soumettre à la vérification leurs provisions de route et généralement tous objets non usagés qu'ils apportent de l'étranger, tant sur leur personne que dans leurs bagages.

"Ils peuvent importer jusqu'à concurrence de 1 kilo (2.2 lbs anglaises) de tabac ou 500 cigares, les tabacs et cigares nécessaires à leur consommation en payant les droits suivants:

Cigares et cigarettes, le kilo, Fr 50 (\$4.38 la lb. anglaise). Tabacs à fumer d'Orient, le kilo, 25 fr. (\$2.19 la lb. anglaise). Tabacs à fumer d'autres pays, le kilo, 15 fr. (1.31 la lb. anglaise).

"Ils sont de même autorisés, à titre de tolérance, à importer en franchise de droits, à la condition expresse de les avoir préalablement déclarés, une trentaine de cigarettes, ou un hectogramme environ de tabac haché. Ces quantités ne peuvent être cumulées. Les femmes et les enfants n'ont droit à aucune tolérance.

"Sont prohibés: tabacs en feuilles, allumettes, cartes à jouer, contrefaçons en librairie.

"Aux termes de la loi du 22 août 1791, toute opposition à l'exercice des fonctions des agents de la douane constitue une infraction passible, indépendamment d'autres peines, d'une amende de 625 francs (\$125.00).

"Les voyageurs sont priés de présenter leurs colis ouverts; tout colis abandonné avant le passage des vérificateurs est porté d'office à la salle de visite."

A LOUER

A louer pour le 1er novembre 1905, tout l'étage au-dessus des bureaux du "PRIX COURANT", au numéro 25 de la rue Saint-Gabriel.

DONNEZ DE L'EXTENSION A VOTRE COMMERCE.

Un épicier détailleur peut presque toujours augmenter ses affaires, s'il s'en donne la peine. Cette augmentation ne se fera peut-être pas toujours de la même manière; peut-être aussi qu'un moyen bon à employer dans une localité ne le sera pas dans une autre. Toutefois les principes sur lesquels est basée toute augmentation des affaires sont toujours les mêmes; la seule différence qui existe à rapport à la manière dont ils sont employés.

Il est facile de comprendre qu'un système de publicité ou de sollicitation qui produirait une bonne amélioration du commerce dans une grande ville serait absolument inutile à la campagne, tandis que l'inverse est tout aussi vrai.

Les méthodes employées par le marchand de la campagne n'apporteraient pas d'augmentation aux affaires si elles étaient mises en usage à la ville; par conséquent chaque fois que des marchands lisent quelque chose au sujet de systèmes pour l'amélioration du commerce ou qu'ils en entendent parler, ils devraient d'abord s'informer de l'endroit où le donneur de conseils fait affaires, puis chercher à modifier ces suggestions de manière à pouvoir les appliquer dans leur propre localité.

Ce qui contribue le plus à donner de l'extension au commerce, c'est la publicité. La publicité revêt différentes formes, dont chacune a la place qui lui convient et est à même d'augmenter toute espèce de commerce. Quand on parle de publicité dans les journaux, il est entendu que ceux à qui la suggestion s'adresse se rendent compte du fait que ce genre de publicité convient à certaines localités, mais ne peut réussir dans d'autres.

Par exemple, l'épicier de village ou d'une petite ville peut faire une publicité profitable dans les journaux de sa localité. Un nombre assez grand de lecteurs de ce journal demeurent non loin du magasin, et cela vaut la peine de les inviter à examiner les marchandises et à les acheter s'ils en ont l'intention. Il n'y a que si un nombre suffisant d'acheteurs en perspective demeurent à une distance raisonnable du magasin, qu'une telle publicité est de quelque valeur et, dans le cas contraire, l'argent payé a été dépensé plus ou moins sagement. Les épiciers en général n'ont pas intérêt à faire de la publicité dans les quotidiens des villes, c'est-à-dire dans les quotidiens des grandes villes; s'ils en font, ils doivent payer un fort surplus pour une circulation qui sera perdue, circulation qui ne peut jamais profiter au magasin, uniquement parce que les lecteurs n'en seront pas assez près pour venir faire des achats. Si un détailleur a un

grand magasin, ou bien s'il a un certain nombre de magasins répandus dans un espace considérable de la ville ou d'un district particulier, il fera bien de faire de la publicité dans les journaux quotidiens. Il est tout à fait certain qu'il y a assez de lecteurs ayant besoin d'articles d'épicerie tels que ceux qu'offre le magasin et qui liront l'annonce, pour qu'il vaille la peine de leur offrir des marchandises.

En se basant sur ce fait bien compris, il est certain que les détailleurs des petites villes peuvent se servir avec profit de leurs journaux comme moyen de publicité, tandis que le contraire est vrai pour les marchands des grandes villes. Les uns devraient dépenser libéralement leur argent pour leurs annonces suivant que les circonstances le leur permettent, tandis que les autres devraient être plus parcimonieux et peut-être ne pas se livrer à une telle dépense.

Mais si un marchand a son commerce dans un endroit où il n'est pas pratique de faire de la publicité dans les journaux, que fera-t-il?...

On peut faire une publicité avantageuse de nombreuses manières; une de ces manières consiste à employer le système des circulaires. Ce système, employé comme supplément à la publicité dans les journaux, est quelquefois avantageux, même quand on n'a à sa disposition qu'un petit espace. Souvent des marchands emploient, pour leur annonce, deux colonnes d'un journal, puis ils retirent cette annonce et font imprimer d'après elle une quantité de circulaires. De cette manière, la clientèle éloignée est atteinte exactement par la même publicité qui est fournie aux résidents de la localité. La dépense est considérablement réduite de cette manière et les clients en perspective comprennent parfaitement bien ce que vous avez l'intention de faire au sujet des prix et des quantités.

Quand on ne peut pas employer profitablement des journaux pour la publicité, il est quelquefois préférable d'employer des circulaires d'une manière modérée. Mais, pour cela faire, il est nécessaire que leur distribution soit livrée à des personnes de toute confiance; autrement, il se produira une disposition à négliger l'ouvrage, et l'argent dépensé ne rapportera pas ce qu'il devait rapporter. Le seul moyen de rendre la circulaires. Si une d'elle est omise, il que chaque maison reçoive une de ces circulaires. Si une d'elle est omise, il peut se faire qu'un bon client soit perdu. Tout au moins, le marchand n'a pas le moyen de courir ce risque. Par conséquent, il faut être certain que chaque maison, dans un certain district, reçoit sa circulaire. Cela signifie qu'il faut faire des efforts maximum pour rendre minimum la dépense. Si ces circulaires