

ont des intérêts sérieux dans les affaires des maisons qu'ils représentent et qui sont réellement indépendants. Leurs patrons les ont appréciés et se sont parfaitement rendu compte de la part qu'ils ont prise à l'édification de leur commerce et à leur succès.

Ces patrons ont reconnu le fait que, tôt ou tard, leur propre utilité commerciale serait terminée, qu'ils ne pourraient plus assumer la responsabilité inhérente à la direction d'une maison de commerce. Ils se sont sentis satisfaits que des hommes qui avaient fait leur position chez eux et en qui ils pouvaient avoir toute confiance, prissent cette responsabilité à leur place. Un jour qu'un vendeur demandait à ses patrons s'ils avaient l'intention de l'intéresser aux affaires, j'entendis un des membres de cette maison de commerce dire que son associé fait une injustice à sa famille en accordant au voyageur ce qu'il demandait. C'était la chose la plus absurde et la moins rationnelle qu'on pût dire. Si cette déclaration avait quelque poids, des milliers d'hommes qui vivent aujourd'hui dans l'abondance et le luxe seraient réduits à un salaire; beaucoup de maisons de commerce n'auraient jamais existé.

Une des plus grandes erreurs faites par beaucoup de maisons est de ne pas reconnaître le travail fait par leurs vendeurs. Une lettre aimable écrite de temps à autre ne fait de mal à personne. Traitez bien vos vendeurs dès le début. Quand un vendeur se trouve obligé de demander une augmentation de salaire à laquelle il a droit, cela indique une pauvre direction des affaires et c'est une humiliation pour le vendeur. Si un vendeur est forcé de dire qu'il se verra obligé d'abandonner sa position, à moins qu'on ne lui accorde une augmentation de salaire ou qu'on ne l'intéresse aux affaires, ce fait ne parle pas en faveur de la maison qui prétend faire bonne figure dans le monde commercial. Un vendeur mal rétribué est généralement un mauvais vendeur, un homme dispendieux. C'est une économie en fin de compte que de bien rétribuer les services d'un vendeur. Une dépense de quelques centaines ou quelques milliers de dollars ne doit pas être une considération quand il s'agit d'engager un bon vendeur.

Une question vitale se pose quand il s'agit d'intéresser un vendeur aux affaires: Quelle influence cela aura-t-il sur les affaires? Il y a des hommes avarés qui hésitent dans la crainte de ne pas avoir sous leur contrôle tout leur commerce. Cela indique leur manque de confiance en leurs associés. Quand un homme est agité de tels sentiments, il serait de son intérêt et de celui de la maison dont il fait partie d'abandonner les affaires.

Qu'il y ait peu ou beaucoup de vendeurs employés, cela ne fait pas la moindre

différence. On peut leur donner une part des affaires et la maison peut se réserver le droit de la racheter au cas où les vendeurs désirent se séparer d'elle, ce qui est douteux. La maison peut, si elle juge à propos, se réserver le droit de vote dans ce cas. De telles méthodes sont rarement employées. L'harmonie et l'équilibre des intérêts sont les points les plus importants pour faire réussir un commerce, et des relations commerciales agréables ne peuvent exister que là où il y a inclination des deux côtés à maintenir un bon accord.

LA PRODUCTION DU PETROLE

D'après un bulletin du bureau de la statistique des Etats-Unis, il y avait, en 1905, 104 raffineries de pétrole en opération, représentant un capital de \$136,280,541. Ces raffineries employaient 16,770 ouvriers, auxquels elles payaient \$9,989,367 de salaires; elles se servaient d'un matériel coûtant \$139,387,213 et leurs produits manufacturés s'élevaient à la somme de \$175,005,320. Relativement à l'année 1900, ces chiffres représentent les augmentations suivantes: nombre de raffineries, 38.7 pour cent; capital, 43 pour cent, ouvriers, 37.5 pour cent; salaires, 48.7 pour cent; matériel, 35.5 pour cent; valeur des produits, 41.2 pour cent.

Ces raffineries étaient réparties entre treize états. La Pensylvanie, avec 43 raffineries, occupait le premier rang, position qu'elle a toujours tenue depuis que la première statistique de l'industrie du pétrole a été établie en 1880. La Californie vient en second, déplaçant l'Ohio et l'état de New-York qui détenaient ensemble cette place en 1900. L'Ohio vient en troisième avec 19 raffineries; New-York, quatrième avec 9; le Texas, cinquième avec 7; et le New Jersey, sixième avec 6. Dans aucun des autres états, il n'y avait plus de deux raffineries en opération en 1905.

Le volume total des produits raffinés en 1905 était de 50,638,490 barils de 50 gallons chacun. Ce nombre comprend 34,344,522 barils d'huile à brûler et 5,811,298 barils de naphte et de gazoline, le premier produit représentant 61 pour cent du total et le second 10 pour cent. Ces catégories, représentent comme valeur 57.5 et 12.2 pour cent du total.

D'après les rapports du Geological Survey des Etats-Unis, la quantité totale de pétrole brut produit aux Etats-Unis en 1904 a été de 117,063,421 barils, dont 2,647,060 barils ont été exportés et 66,982,862 barils ont été employés par les raffineries du pays. Cela laisse 47,433,500 barils qui ont été ajoutés aux stocks d'huile brute, ou qui ont été perdus par incendie, coulage, etc. En 1900, cette quantité n'était que de 2,257,846 barils. Cette grande différence peut être due au plus grand emploi d'huile brute comme combustible ou autres usages.

La population de pétrole raffiné était de 57.2 pour cent en 1905, 81.8 pour cent en 1900, 66.9 pour cent en 1890, et 60.1 pour cent en 1880.

MM. L. Chaput, Fils & Cie reçoivent ces jours-ci Ex. SS. "Canada Cape" et Ex. SS. "Crown of Aragon", une expédition de mélasse de la Barbade, d'une valeur de 1,000 tonnes.

Ils recevront fin juin une autre expédition de mélasse "Fancy" d'une qualité absolument supérieure.

The Ozo Co., Limited

Faites avec des fruits frais conservés par un procédé spécial, les confitures et gelées de la marque "Bengal", fabriquées par la Ozo Co., Ltd., de Montréal, sont d'une saveur particulièrement fine et sont appréciées de la clientèle à l'égal des meilleures marques importées.



La gravure ci-dessus représente des pots de verre qui contiennent des confitures et ces gelées. Ces pots sont emballés en caisses de deux douzaines. Voici les prix auxquels se vendent ces confitures:

Fraises, \$3.50 la douzaine; framboises, \$3 la douzaine; pêches, \$2.50 la douzaine; prunes, \$2.50 la douzaine; gâteaux (gels), \$3 la douzaine; gâteaux noirs (sis), \$3 la douzaine; groseilles à maquereau (gooseberries), \$3 la douzaine.

Outre les confitures mentionnées ci-dessus, la Ozo Co., Ltd., en manutient d'autres de toutes sortes de fruits.

La pureté des aliments est plus importante du jour que jamais; aussi le primordial des commerçants en produits alimentaires est-il de n'offrir à la clientèle que des produits dont la pureté peut faire l'objet du moindre doute.

Les confitures et les gelées de la marque E. D. S., sont absolument pures. Les analyses des chimistes officiels ont prouvé et la maison D. Smith, de Winona, s'engage à en faire la preuve à qui la désire. Ce n'est pas une garantie pour le commerce. En vendant les produits de la marque E. D. S., les épiciers savent qu'ils vendent des produits absolument purs, sains et hygiéniques.