

fois la partie intérieure de la porte ne fut que peu affectée. A moins de trouver un moyen plus efficace pour ouvrir les coffres-forts de ce genre, on peut les considérer, pour le moment, comme à l'épreuve des voleurs.

* * *

Il arrive souvent que de la saleté ou de la poussière pénètre dans l'oeil des opérateurs des manufactures, on ne sait jamais exactement comment faire sortir ces hôtes incommodés. L'écrivain vit dernièrement dans une fabrique de chaussures des Etats-Unis un petit instrument bien simple confectionné dans ce but; il consistait en un modeste crin de cheval replié, les deux extrémités du crin étaient maintenues dans un petit bout de bois quelconque qui en formait le manche.

Le mode d'emploi est tout aussi simple; on prend le nez comme base pour poser la main et avoir ainsi une assise ferme tandis que le crin entre en contact avec l'oeil; l'on peut ainsi atteindre toutes les parties de l'oeil sans y causer aucun dégât.

Lorsque c'est une particule métallique qui pénètre dans l'oeil, neuf fois sur dix un vulgaire aimant l'arrachera de l'endroit délicat qu'elle a brutalement envahi.

* * *

Paris, depuis quelques années, voit s'élever dans ses plus beaux quartiers d'immenses et somptueux hôtels qui occupent un important personnel, tout pareils à de grandes administrations

Mais ce n'est rien, on le pense bien, auprès des grands hôtels américains. C'est ainsi qu'un hôtel de New-York paie chaque semaine 17,000 dollars de salaires à son personnel. Un autre, qui compte 2,500 chambres, dépense tous les jours 2,000 dollars pour la nourriture. Un hôtel de grandeur moyenne doit compter tous les jours de 50 à 100 tonnes de charbon, car il en coûte autant pour tenir la construction fraîche en été que pour la chauffer en hiver. Un grand hôtel dépense 70,000 dollars par an pour la musique et 40,000 dollars pour le renouvellement de sa vaisselle. La plupart de ces grands caravansérails ont 50 à 60 pianos et parfois de douze à quinze orchestres.

Le voyageur peut néanmoins dormir en paix; les murs ne laissent passer aucun son, les portes fonctionnent sans bruit et partout d'épais tapis effacent jusqu'au glissement des pas!

Actuellement, M. A. E. Vanderbilt fait construire, dans la 4^e Avenue, un hôtel monstre qui n'aura pas moins de 20 étages. La construction seule coûtera 2,500,000 dollars.

L'EXACTITUDE ET LA PROMPTITUDE

L'exactitude doit être une des qualités primordiales de l'épicier. Il arrive fréquemment que l'épicier de détail manque à son devoir en n'obligeant pas ses employés d'arriver au travail et de quitter à l'heure juste.

L'exactitude peut se traduire de différentes manières qui toutes contribuent grandement au progrès d'une affaire.

Soyez exact dans le paiement des factures, car, il n'y a rien qui aldera davantage les affaires de l'épicier. Escomptez vos billets si vous le pouvez, mais au moins, payez à l'échéance. Chaque fois qu'un billet dépasse l'échéance, il se crée contre vous et vos affaires une impression défavorable, et à l'avenir réduit vos chances d'obtenir du crédit. Les manufacturiers et les marchands de gros vous donneront du crédit quelle que soit l'extension du temps que vous demandez, seulement, ce privilège vous coûtera cher; il est donc préférable que vous achetiez un peu moins pour pouvoir être exact dans vos paiements et économiser l'escompte.

Il faut payer promptement non-seulement les billets de commerce, mais aussi tous les billets quels qu'ils soient. N'ayez donc pas de comptes dus et alors vous aurez la tranquillité. Faites vos affaires en homme d'affaire, en payant vos billets avec exactitude; alors, vous serez indépendant, et ce qui vous restera lorsque vous aurez payé, sera bien à vous.

Soyez exact à votre magasin. Malgré que vos employés sont bons et fidèles, il faut que vous soyez vous-même le premier à vos affaires, si vous voulez qu'elles marchent bien et d'une manière économique. Votre présence sera la force déterminante, et c'est absolument votre faute si votre absence est de nature à causer préjudice à vos affaires. Il n'est pas nécessaire que vous soyez constamment dans votre magasin, mais le matin vous devrez y être et insister pour que vos employés arrivent à l'heure.

Voyez à ce que vos employés soient exacts. Admettez que chacun de vos employés perde dix minutes par jour, dans une semaine, vos six employés vous auront fait perdre une demi-journée de travail soit vingt-six jours par année. Si vous disiez à vos commis qu'ils vous ont fait perdre un mois par an, ils renieraient la chose avec indignation, cependant il leur est facile de perdre ce temps là. Insistez sur l'exactitude et vous constaterez la différence dans les profits à la fin de l'année.

Les employés vous répondront que souvent ils travaillent après l'heure et qu'ils ont droit à quelques minutes le matin pour balancer. Soyez assuré que l'employé n'y perd rien, car il travaille moins après l'heure qu'il ne perd de temps. Il est aussi facile de fermer à l'heure que d'ouvrir à l'heure. Soyez exact pour le service et voyez à ce que vos commis en

fassent autant. Les acheteurs viendront de loin s'ils savent que vous êtes exact en ouvrant et fermant à heure fixe. Il n'en coûte rien d'être exact, au contraire vos profits augmenteront.

Soyez prompt en servant vos clients. Ne les laissez pas attendre. Si vous ne pouvez pas les servir tout de suite, excusez-vous et dites-leur l'instant où vous pourrez être à leur disposition. Bien des épiciers perdent leur clientèle parce qu'ils ne savent pas faire attendre les acheteurs. Les acheteurs sont toujours prêts à faire de longues routes pour être bien servis.

Lorsque les ménagères donnent des ordres d'épicerie, elles s'attendent à les avoir sans retard, cependant elles patienteront si elles savent que leur service se fait exactement et avec promptitude. Les épiciers doivent aussi exiger la promptitude de leurs clients qui payent lentement.

En donnant l'exemple de la promptitude vos employés et même vos clients seront inclinés à vous imiter et vous n'aurez qu'à vous louer et être fier des résultats obtenus.

Beau calendrier

La Canada Paint Co., Montréal, publie tous les ans un calendrier d'un dessin original illustrant quelque'un de ses produits. Cette année, cette compagnie s'est surpassée en représentant sur son calendrier une scène marine, où l'on voit un navire moderne, complètement gréé, toutes voiles dehors, chargé de nitrite du Chili et naviguant sur l'Océan Pacifique, dont les eaux bleues forment un contraste bien tranché avec les nuages sombres auxquels les premiers rayons du soleil levant forment un encadrement.

Ce tableau est dû à M. Harry Cincas, gérant des ventes de la compagnie, qui, il y a un quart de siècle, faisait de la peinture à London, Goderich, Toronto et dans d'autres parties d'Ontario.

Ce calendrier est lithographié en couleurs et mesure 36 x 14 pouces. Il a pour but d'illustrer les peintures, émaux et vernis de la compagnie pour navires. L'idée du tableau est certainement bien conçue; il peut être monté et encadré, quand on ne se sert plus du calendrier. Les marchands de peinture qui n'en ont pas reçu un exemplaire devraient en demander un immédiatement.

Personnel

—M. J. C. Newman a été nommé gérant de la succursale de la McClary Manufacturing Co., à Montréal; cette succursale se compose d'une vaste manufacture et d'un magasin situé rue St-Paul. M. Newman, qui n'est âgé que de 31 ans, est jeune pour une position d'une telle responsabilité. Il entra au service de cette compagnie en 1893 et y resta jusqu'au mois de janvier de la présente année, époque où il devint trésorier de la succursale à Montréal de la Union Mutual Insurance Co., de Portland. La situation qu'occupe maintenant M. Newman dans la McClary Manufacturing Co. a été laissée vacante, au mois d'août dernier, par le décès de M. A. A. Brown, gérant local de cette compagnie. M. Newman est fils de M. T. H. Newman, de Caverill, Learmont & Co.