

meilleure, les machines modernes brûlant par cheval et par heure trois fois moins que les machines de 1840. Avec les basses pressions et les machines à roues, chaque tonne de machine ne produisait que 2 chevaux-vapeur ; avec les machines modernes et les hautes pressions, chaque tonne de l'appareil moteur donne de 6 à 7 chev. de puissance.

Si les consommations de charbon étaient aujourd'hui ce qu'elles étaient en 1840, un paquebot qui brûle 3,000 tonnes de houille pour traverser l'Atlantique Nord, en consommerait 9,000 à la vitesse de 22 nœuds ; le poids des machines dépasserait 14,000 tonnes. En d'autres termes la machinerie, les chaudières et le charbon auraient excédé en poids le poids total du paquebot *Campania* actuel. On ne peut trouver une démonstration plus frappante de l'étroite relation qui existe entre les améliorations des machines marines et les progrès de la navigation à vapeur à grande vitesse. Il est également vrai que ces progrès ont été rendus possibles par l'emploi de meilleurs matériaux et de meilleures dispositions de construction.

On voit par ce qui précède quels énormes progrès ont été réalisés dans la marine pendant les soixante dernières années. Si l'on jetait un coup d'œil sur le *cargo boat*, le navire transporteur par excellence, sur les paquebots affectés à de courtes traversées, sur les navires de guerre à grande vitesse, de fort et de petit tonnage, l'on ferait des constatations identiques.

En résumé, l'étape franchie a été considérable, et ainsi les relations entre les peuples lointains se sont développées dans des proportions énormes, et tout porte à croire que l'avenir réserve à la génération présente de grandes améliorations ; car les progrès de la navigation à vapeur n'ont pas dit leur dernier mot.

LES DROITS DES ANNONCEURS

Si l'éditeur d'un journal insistait pour obtenir d'un annonceur le paiement d'une somme spécifiée pour un espace indéterminé, combien obtiendrait-il de contrats d'annonces dans ces conditions ? Cependant la plupart des éditeurs insistent pour obtenir d'un annonceur le paiement d'une quantité de circulation inconnue, alors que la circulation est de beaucoup plus importante que l'espace, car sans la circulation, l'espace n'a aucune valeur.

Nous prétendons qu'un annonceur a le droit de savoir exactement ce qu'il reçoit d'un journal en échange de son argent ; exactement comme il exige les mêmes informations lorsqu'il achète du charbon, de l'acier ou de l'huile. S'engagerait-il à payer à son fournisseur d'huile un certain nombre de cent dollars à l'année, laissant à ce dernier le privilège de décider de la quantité d'huile à fournir en échange du montant versé ?

Consentirait-il à diriger un département quelconque de son commerce, comme certains éditeurs voudraient lui voir diriger son département de publicité ?

Il est de l'intérêt de tous les annonceurs d'insister pour obtenir une déclaration du chiffre de la circulation, comme partie intégrante de leur contrat ; et en cas de refus, de décliner de faire affaires avec l'éditeur récalcitrant.

Il est dans l'intérêt de tous les véritables journaux de commerce d'encourager les annonceurs à exiger ces renseignements, et, par ce moyen, d'arriver à faire rejeter une masse de combinaisons de publicité et de publications dépourvues d'intérêt qui s'attaquent aux manufacturiers et absorbent une forte partie du crédit affecté à la publicité.