Les prêts commerciaux accusent une augmentation de plus de sept millions et demi pour ceux faits au Canada et une diminution de près de \$700,000 pour ceux consentis à l'étranger.

Voici le tableau résumé de la situation des banques au 30 novembre et au 31 octobre 1906.

PASSIF	31 octobre 1906	30 novembre 1906
Capital versé.....	\$91,313,742	\$91,665,447
Réserves.....	66,543,794	67,689,519
Circulation.....	\$83,718,630	\$80,502,357
Dépôts du Gouv. Fédéral.....	3,910,851	5,494,445
Dépôts des gouvernements provinciaux.....	8,712,998	8,978,559
Dép. du public remb. à demandé.....	181,408,733	183,391,213
Dép. du public remb. après avis.....	390,909,519	400,307,693
Dépôts reçus ailleurs qu'en Canada.....	55,236,427	62,815,090
Emprunts à d'autres banques en Canada.....	9,950,620	6,860,331
Dépôts et bal. dus à d'autres banq. en Canada.....	7,075,480	7,336,348
Bal. dues à d'autres banq. en Angleterre.....	7,350,003	7,204,976
Bal. dues à d'autres banq. à l'étranger.....	2,160,743	2,217,838
Autre passif.....	14,221,588	13,608,569
	\$764,655,672	\$778,717,996
ACTIF		
Espèces.....	\$23,433,206	\$28,503,530
Billets fédéraux.....	45,208,690	47,297,497
Dépôts en garantie de circulation.....	4,746,247	4,746,247
Billets et chèques sur autres banques.....	32,036,799	31,972,968
Prêts à d'autres banques en Canada garantis.....	9,950,735	6,860,899
Dépôts et bal. dans d'autres banq. en Canada.....	8,718,667	9,956,110
Bal. dues par agences et autres banq. en Ang.....	9,217,859	8,313,137
Bal. dues par agences et autres banq. à l'étrang.....	18,129,580	17,559,315
Obligations des gouvernements.....	9,253,891	10,075,764
Obligations des municipalités.....	20,728,006	21,289,893
Obligations actions et autres valeurs mobilières.....	41,148,510	40,861,806
Prêts à demande remb. en Canada.....	56,878,521	56,440,834
Prêts à demande remb. ailleurs.....	60,536,937	66,919,335
Prêts cour. en Canada.....	531,019,419	538,695,115
Prêts courants ailleurs.....	35,725,257	35,088,827
Prêts au Gouv. Fédéral.....		
Prêts aux gouvernements provinciaux.....	809,091	978,982
Créances en souffrance.....	2,352,095	2,880,124
Immeubles.....	760,320	808,839
Hypothèques.....	409,557	431,394
Imm. occupés par banq.....	13,760,956	14,149,313
Autre actif.....	10,488,906	10,181,051
	\$935,313,464	\$949,013,077

LES NOUVEAUX COMMISSAIRES DU PORT

A partir du 1er Janvier prochain, la composition de la Commission du Port de Montréal comprendra seulement trois commissaires.

Les commissaires nommés par le gouvernement sont :

M. Geo. W. Stephens, M.P.P., président de la Commission.

M. J. E. Geoffrion, de la maison L. Chaput, Fils & Cie, négociant, et

M. C. C. Ballantyne, industriel, ancien président de l'Association des Manufacturiers Canadiens.

Un traitement de \$7,000 est attaché aux fonctions de Président et le traitement des deux autres membres a été fixé à \$5,000 par an.

Le gouvernement a choisi pour la gestion des intérêts du port de Montréal trois excellents administrateurs jouissant de la confiance du public. Si le public attend beaucoup des nouveaux commissaires, nous pouvons dire qu'ils sont à la hauteur de leur mission et qu'on peut également compter sur leur dévouement à la chose publique.

BANQUE D'HOHELAGA

La Gazette du Canada donne avis qu'à l'assemblée générale annuelle des actionnaires de la banque d'Hochelega de règlement suivant a été adopté :

"Le capital social de la Banque d'Hochelega est augmenté jusqu'au montant de quatre millions de piastres."

Et qu'en conséquence, la dite banque s'adressera au Conseil du Trésor quatre semaines après l'insertion du présent avis, à la date que déterminera le dit Conseil, pour obtenir le certificat requis par la loi, approuvant le dit règlement et lui donnant force d'exécution.

Le capital de la banque d'Hochelega est actuellement de deux millions, entièrement versés et appuyé d'un Fonds de Réserve de \$1,600,000.

Les actions de cette institution sont cotées actuellement à la bourse aux environs de 160. Le dernier dividende a été payé au taux de 8 p.c. sur la valeur au pair, ce qui représente un placement à 5 p. c. sur le cours actuel du titre en Bourse.

Les actions nouvelles qui seront offertes prochainement aux actionnaires et émises à un taux qui leur laissera évidemment une bonne marge de profit rapporteront donc plus de cinq pour cent net et constitueront un placement de premier ordre.

AVANTAGES DE LA PUBLICITE DANS LES JOURNAUX COMMERCIAUX

[Par F. F. Coleman, dans Selling Magazine.]

J'eus dernièrement à résoudre un problème dont la solution fit ressortir d'une manière étrange la force particulière de la publicité faite dans les journaux commerciaux.

Il s'agissait d'annoncer un procédé et une ligne de machinerie pour la production de briquettes combustibles. Quand j'entreprends l'exploitation d'une ligne quelconque de produits, je me fixe trois règles générales : 1. connaître ce que j'ai à vendre ; 2. connaître le genre de personnes qui devraient acheter ; 3. savoir dans quelles parties du pays, les articles pourraient être employés ou vendus avantageusement.

Conformément à ce plan, je commençai à prendre des informations

dans notre bureau, demandant des renseignements sur le procédé et la machinerie à l'inventeur qui est en même temps l'ingénieur chargé de son dessin, de sa construction et de sa vente.

Estimation de la demande probable

Ayant ainsi pris tous les renseignements voulus, j'en vins à la conclusion que, sur la vaste population de l'Amérique du Nord, il n'y avait peut-être pas plus d'un millier de personnes qui pourraient prendre un intérêt actif à l'achat d'une telle machinerie et à l'installation d'usines pour sa mise en opération ; j'en conclus aussi que l'établissement de telles usines aurait probablement lieu dans les districts où il y avait une forte demande pour le combustible, mais assez éloignés eux-mêmes des districts producteurs de charbon pour porter à \$3 la tonne le prix de vente en gros de bon charbon pour l'usage domestique ou pour la production de la valeur.

Les personnes qui pouvaient être intéressées activement étaient, selon toute probabilité, les forts marchands de charbon, les opérateurs de fours à coke, les fabricants de gaz faisant le gaz au moyen de la houille et les forts consommateurs de combustible en général.

Les districts qui, dans mon opinion, demanderaient le plus la construction de ces usines, comprenaient la côte de l'Atlantique, depuis l'état de New-York jusqu'à et y compris tout le Canada, l'intérieur de l'état de New-York et toute la Nouvelle-Angleterre. Un second district comprenait le pays à l'ouest du Mississipi jusqu'aux Montagnes-Rocheuses et la contrée de lignite dans le nord-ouest.

Maintenant la question était de savoir comment atteindre les quelques districts choisis dans le vaste territoire indiqué, sans dépense indue ni gaspillage d'argent.

Le choix des Intermédiaires de publicité

Je me livrai à un procédé d'enquête et d'élimination. Je mis immédiatement de côté la presse générale. S'en servir ce serait faire comme un chasseur qui, voulant tuer des alouettes, pointerait son fusil vers le ciel et tirerait ; il faudrait trop de munitions.

Je m'occupai ensuite de chacun des journaux commerciaux qui s'adressaient directement à la classe d'acheteurs indiquée. Après en avoir éliminé deux comme ayant une circulation trop générale, il s'en trouva moins d'une demi-douzaine sur ma liste, que je jugeai les meilleurs pour le but que je me proposais. J'invitai alors ces journaux à m'envoyer leurs représentants.

Je leur posai les questions suivantes : "Quelle est votre circulation ?" "Quelle