



11 novembre 1903.

Les beaux jours, se succèdent, et les établissements de commerce profitent de cette température idéale pour pousser autant que possible leurs marchandises de saison. Les journaux quotidiens sont remplis d'annonces-réclames faites dans le but de tenir la clientèle en contact immédiat avec les fournisseurs et nous constatons que cette publicité, qui entre dans les mœurs et devient de plus en plus générale, a l'effet voulu d'attirer l'attention et de multiplier les ventes. Plus que jamais le journal est considéré comme un facteur de premier ordre dont on ne saurait se passer sans être coupable de négligence et d'incurie. L'intérêt du commerce exige impérieusement qu'il en soit ainsi, et si l'entrepreneur de publicité y trouve son affaire, c'est parce que le vendeur et l'acheteur sont également intéressés au plus haut point, — le vendeur en faisant connaître à des milliers de lecteurs les qualités et le prix de sa marchandise, et l'acheteur en prenant connaissance de tous ces détails sans être obligé de faire de longues et fatigantes courses. Il y a là, de plus, comme nous le faisait remarquer une dame, un acte de courtoisie et de politesse de la part du marchand qui, au moyen d'une annonce délicatement tournée, fait miroiter les élégances de sa marchandise, en précise les avantages, en indique le bon marché relatif, laissant à la clientèle sa pleine et entière liberté d'appréciation, sans l'obliger de passer sous le regard inquisiteur et parfois indiscret du commis, et d'entendre ses remarques plus ou moins judicieuses. En un mot, pour le commerce de la ville comme pour celui de la campagne, il est admis que l'intermédiaire du journal est indispensable. Pour les rapports entre les marchands de gros et les détailliers, c'est la revue hebdomadaire spéciale qui devient l'organe du producteur ou de l'importateur auprès des marchands de détail. Le PRIX COURANT est, nous le pouvons dire, le premier et le plus nécessaire de ces intermédiaires pour le commerce; plusieurs maisons de Québec ont profité et profitent encore de sa publicité. Voici l'entrefilet que nous trouvons dans le journal "L'Événement", à la date du 9 novembre 1903: "LE PRIX COURANT publie un très beau numéro d'automne. Nos félicitations."

Les manufacturiers de chaussures sont généralement satisfaits de l'état de choses actuel, bien qu'ils éprouvent certai-



LE
Bleu Carré
Papisien

est exempt d'indigo, et ne tache pas le linge. Il est plus fort et plus économique que n'importe quel autre bleu employé dans la buanderie.

MEDAILLE D'OR.

TELLIER, ROTHWELL & CIE,

Seuls Fabricants. MONTREAL.

"Elite"

CHOCOLAT
Non Sucré

DES EPICIERIS
POUR TOUS LES

Besoins de la Cuisine
TABLETTES DE 1/4 LB.

FABRIQUE PAR
JOHN P. MOTT & CO.,
HALIFAX, N. S.
J. A. TAYLOR, Agent, MONTREAL.

Lacaille, Gendreau & Cie

Successeurs de Chs Lacaille & Cie

EPICIERIS EN GROS

Importateurs de Mielasses, Sirops, Fruits
Secs, Thés, Vins, Liqueurs, Sucres,
Etc., Etc.

Spécialité de Vins de Messe de Sicile et
de Tarragone.

329 rue St-Paul et 14 rue St-Dizier
MONTREAL

MM. les Epiciers,

Demandez pour vos Clients
les plus difficiles à satisfaire
notre marque spéciale de

Beurre "Spring Valley"

EN PAINS DE 1 LB.

C'est le **Choix du Choix** en fait de
BEURRE de TABLE.

ST-ARNAUD & CLEMENT

Marchands de Provisions, Beurre, Fromage, Œufs

10 PLACE D'YOUVILLE, Montréal.

Beurre et Fromage, payés au
plus haut prix du marché, sur ré-
ception.

nes difficultés. Jusqu'à présent, ils se sont tenus bien ensemble et ont solidarisé leurs intérêts afin de protéger leurs établissements au point de vue de la concurrence du dehors. A propos du moindre incident ouvrier, il est devenu de mode de crier partout que l'existence même de l'industrie de la chaussure est en danger, ce qui est une exagération regrettable. De semblables incidents se produisent ailleurs, et même de beaucoup plus graves: c'est un mal inévitable. Mais il n'y a rien de vrai dans les rumeurs répandues un peu partout que des manufactures étaient actuellement sans ouvrage, et que d'autres allaient fermer leurs portes prochainement. C'est une extrémité qui, pour être possible, n'est guère probable, étant donné que les patrons et les employés ont un égal intérêt à ne pas détruire la meilleure industrie de Québec. Les détails précis que nous avons sur ce qui se passe nous permettent d'affirmer que nos établissements industriels sont solides et plus déterminés que jamais à soutenir la réputation de Québec. Il se fait des déplacements sans doute, et nous savons que deux ou trois maisons ont diminué considérablement leurs affaires. Mais nous savons aussi que plusieurs autres maisons ont presque doublé leur production moyenne des années passées; ce sont les hasards du commerce et il ne faut pas s'en étonner.

COTATIONS DU 11 NOV. 1903.

Sucres

Jaune \$3.30. Blanc, \$3.45. Brun, \$3.30.
Granulé, N. S., \$4.10. Redpath, \$4.15. St.
Lawrence \$4.15. Trinidad, 3 1-4c.
Cassonade Jamaïque, \$3.10 à \$3.35.

Mielasses

Barbades, pures, tonne, 39c à 40c le
gallon. Porto-Rico, 32c à 33c le gallon.
Fajardos, 42c le gallon.
Sirop fantaisie, 45c.

Conserves en boîtes

Blé d'Inde, 90c la doz.
Confitures en verre, 95c à \$1.10; en
boîtes de carton, 2 lbs, \$1.40; 5 lbs, 8c lb.
Fèves au lard, 90c à \$1.10.
Fraises, \$1.50 à \$1.80 la doz.
Framboises, \$1.40 à \$1.70 la doz.
Harengs domestiques, sauce aux toma-
tes, \$1.00 la doz.
Harengs importés, sauce aux tomates,
\$1.40 la douzaine.
Homards, \$2.75 à \$3.50; 1-2 boîte, \$1.85
à \$2.00. Maquereau, 95c à \$1.05.
Pêches, 2 lbs, \$1.65 à \$1.75; 3 lbs, \$2.60
à \$2.75.
Poires, 2 lbs, \$1.65 la doz; 3 lbs, \$2.40.
Pois, 90c à 95c la douzaine.
Pommes, 1 gallon, \$1.85 à \$1.90, 3 lbs,
75c la douzaine.
Sardines domestiques, \$3.50 par 100
tinnes; importées, 8c à 12 1-2c.
Saumon [Clover Leaf] \$1.47 1-2; Pale,
\$1.00; Rouge, \$1.30 à \$1.40.
Tomates, \$1.05.
Confitures, seaux de 7 lbs, 6c la lb.

Tabacs Canadiens

En feuilles, xxx, 50 lbs, 10c à 11c; xxxx,
50 lbs, 12c. Walker Wrappers, 17c à 18c.
Kentucky, 14c à 15c. Connecticut, 14c à