

vance, de sorte que tout le stock peut être livré dès son arrivée. Et le magasin ne garde que juste la quantité qu'il a jugé nécessaire d'ordonner en plus pour répondre aux besoins de la clientèle de passage. De cette façon il n'y a que très peu de déchets dans cette ligne et conséquemment elle donne un bénéfice satisfaisant.

Publicité systématique et effective

Les annonces doivent être raisonnées, attirer l'attention, créer un appel direct, comporter les renseignements nécessaires pour les rendre efficaces, et la première qualité d'une annonce est de provoquer la vente.

Plaisez à la ménagère, les affaires s'en ressentiront

Employez largement l'eau et le pinceau. — Le poisson nettoyé se vend bien. — La vente des saucisses augmentée de sept fois. — Des idées pour le commerce de la viande et du poisson.

M. Rooney, propriétaire du Rooney's Market, à Maisonneuve, est très partisan de l'usage de l'eau courante dans son rayon de poissonnerie. C'est à l'application de ce principe qu'il doit l'absence d'odeur dans ce département, et c'est un avantage que beaucoup d'épiciers ou de poissonniers apprécieront bientôt dans leur propre établissement.

Voici la façon de s'y prendre pour tenir le poisson de cette façon, la manière de le nettoyer et d'employer fréquemment et généreusement cet élément nécessaire quoique bon marché qu'est l'eau courante.

"Nous nettoyons toujours le poisson lorsque nous le recevons, dit M. Rooney. Nous enlevons la vase, car c'est ce qui sent mauvais et nous exposons le poisson dans la vitrine ou à tout autre endroit.

Lorsque j'ai acheté ce magasin, il était bien médiocre et le commerce dépérissait. Les gens avaient l'habitude de recevoir un morceau de poisson coupé sur un poisson pendu à la porte du magasin.

Qu'y a-t-il d'étonnant à ce que le commerce du poisson ait ainsi périclité? Qui en est responsable? Dans la plupart des cas on trouvera très logique d'affirmer que le plus grand blâme est imputable au manque de soins et de précautions.

Une question typique que pose toujours M. Rooney et qui est un des secrets de sa réussite est celle-ci: Désirez-vous faire frire, faire bouillir ou faire rôtir le poisson, madame? Car il a compris depuis longtemps que, comme marchand, il doit donner un bon service à ses clients et que cela n'est pas complètement fait sans apporter une attention soutenue depuis le moment où l'ordre est donné jusqu'à ce qu'il soit exécuté.

La rapidité avec laquelle M. Rooney prépare un poisson fraîchement gelé indique une réelle connaissance de sa part sur la façon de préparer en moins de trois minutes un poisson pour satisfaire le client le plus difficile.

Le poisson est porté à un évier spécial muni de deux robinets l'un pour l'eau chaude, l'autre pour l'eau froide. M. Rooney laisse couler l'eau froide librement et écaille son poisson avec une petite étrille. Il le place ensuite sur une belle petite planchette et enlève les nageoires, les entrailles, etc, et avec une petite brosse à poils durs, le poisson est rapidement nettoyé extérieurement et intérieurement. Cela ne prend pas de temps pour que le poisson soit prêt pour la poêle, pour le four ou pour le court bouillon, et ceci est fait à la demande du client. Toute cette opération est rapide mais c'est un réel service que toute femme apprécie. Si on le désire, les arrêtes sont aussi rapidement enlevées.

Tenir le magasin propre

Le magasin de M. Rooney n'est ni grand ni luxueux. Il n'est pas nécessaire qu'un magasin possède ces qualités même au 20^e siècle pour réussir. Ce magasin est propre et sent bon, ce qu'on ne peut pas toujours dire des magasins où l'on vend de la viande et du poisson. Mais il faut du soin, une surveillance constante et un travail de tous les instants pour rendre un magasin beau et attrayant.

M. Rooney est partisan de l'emploi généreux de la peinture et du lavage. Les lavages doivent se faire fréquemment et dans bien des magasins on en aurait grand besoin pour tenir la boutique propre. Ailleurs, sur les boiseries et les meubles on emploie de la peinture ou de l'émail blanc, car il n'y a probablement pas de teinte préférable pour l'intérieur d'une boucherie. Cela engage à la propriété là où l'on a besoin de cet engagement.

Augmentation des ventes

M. Rooney fait un commerce de saucisses assez satisfaisant. Cette branche a été soigneusement développée en vendant une saucisse uniformément bonne tous les jours. Au début on vendait une moyenne de 35 lbs par semaine, mais on atteint actuellement 250 lbs par semaine. On prend soin de maintenir une qualité invariable.

Il s'est fait une spécialité de langues marinées et il en vend 15 à 20 par semaine. Pour arriver à ce résultat, M. Rooney déclare qu'il marine ces langues avec soin et surtout qu'il les met dans la