

L'ETIQUETTE DE L'UNION

L'éternelle question de l'étiquette des unions ouvrières est revenue de nouveau devant le Parlement fédéral, sous forme d'un projet de loi, présenté par M. Smith, M. P., de Vancouver.

Pourquoi les unions ouvrières tiennent-elles tant à faire reconnaître légalement leur étiquette? Ni plus, ni moins pour s'en servir comme d'une arme à deux tranchants: pour en permettre l'emploi aux manufacturiers qui passeront par toutes les exigences de l'union ou pour en refuser ou en retirer l'usage aux patrons qui ne voudront pas passer sous les fourches caudines de leurs ouvriers unis.

Les ouvriers qui appartiennent aux unions voudraient jouir sans être incorporés des mêmes privilèges que les corporations reconnues par acte de la législation. Qu'ils commencent donc par faire incorporer leurs unions s'ils veulent la reconnaissance légale de leur étiquette, car ainsi, s'ils en abusaient, les manufacturiers ou patrons qui éventuellement souffriraient de l'abus, trouveraient à qui s'adresser devant les tribunaux pour obtenir une compensation du tort qui leur serait causé.

Le commerce de détail est souvent embarrassé pour calculer rapidement le nombre de pieds carrés existant dans une longueur donnée de toile métallique ou tissu de fil métallique quelconque. La toile métallique se vend au pied carré et il y a une telle variété de largeurs dans le stock d'un marchand de détail, avec le prix invariablement marqué à la verge ou au pied linéaire, qu'il faut faire beaucoup de calculs, d'où une source d'ennuis, surtout quand deux ou trois clients attendent après le commis.

La B. Greening Wire Co., Limited, Hamilton et Montréal, a préparé une table qui permet de voir d'un simple coup-d'oeil le nombre de pieds carrés contenus dans une longueur donnée, de 1 pied à 100 pieds et dans toutes les largeurs de tissus de sa fabrication, soit de 2 pouces en 2 pouces, depuis 18 pouces jusqu'à 42 pouces et en 48 pouces pour rouleaux de 50 et de 100 pieds linéaires.

La B. Greening Wire Co. enverra ce tableau à tout marchand intéressé qui en fera la demande et nous engageons vivement nos lecteurs à le demander car il leur évitera du travail et peut-être aussi des erreurs de calcul toujours possibles dans des moments de presse.

Pipes, Fume-Cigares, etc.

Nous appelons l'attention du commerce sur l'annonce publiée dans ce numéro par la maison Genin, Trudeau et Cie, successeurs de la maison Sièyes, Genin & Cie, manufacturiers de Pipes en racine de Bruyère, et importateurs d'Articles de Fumeurs, en tous genres, 1670 et 1672, rue Notre-Dame, Montréal.

Cette maison qui fait le plus grand commerce d'articles de fumeurs au Canada et qui importe directement des places de Paris, Londres, Vienne et Saint-Claude, est à même de vendre aux prix les plus avantageux pour le commerce de détail. Elle se fera un plaisir de répondre à toute demande d'informations et sollicite la correspondance du commerce.

En Gros Seulement

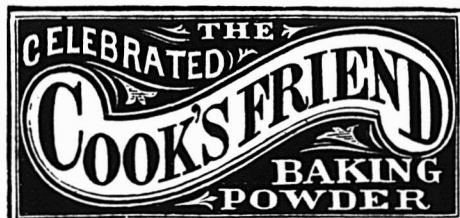
J'offre au commerce la plus grande variété et le plus beau choix de Tabacs Canadiens en Feuilles.

**"QUESNEL," "TABAC ROUGE,"
"HAVANE," "CONNECTICUT,"
"BLUE PRYOR."**

Prix et Echantillons envoyés sur demande.

J. A. DUPUIS

Marchand de Tabacs en Feuilles,
ST-JACQUES L'ACHICAN, QUE.



**C'EST une marchandise
honnête et juste l'ar-
ticle pour créer ou
étendre un courant d'affaires.
Les meilleurs épiciers se font
un devoir d'en tenir toujours
en stock.**

**VOIR LES COTATIONS DANS
NOS PRIX COURANTS.**



Si

**les Mouches disséminent
la contagion,**

**Ainsi que le savent
vos clients ?**

NE SERA-CE PAS offenser vos clients que de leur offrir des marchandises élaboussées et couvertes de traces de mouches ?

NE SERA-CE PAS de bonne politique de votre part d'exposer quelques feuilles de **TANG EFOOT** dans votre magasin et dans votre vitrine d'étalage, pour montrer à vos clients que vous êtes anxieux de leur plaire avec des marchandises propres et appétissantes ?

NE SERA-CE PAS vous assurer des ventes profitables que d'avoir constamment du **TANGLEFOOT** exposé en vue de chaque personne qui entre dans votre magasin ?

FEDERATION DES ASSOCIATIONS DE MARCHANDS

Assemblée préliminaire

UNE assemblée des délégués des diverses Associations Mercantiles de Montréal a eu lieu au Monument National, mercredi le 13 avril.

Se trouvaient représentés: l'Association des Epiciers de Montréal, dont les délégués étaient MM. N. Chartrand, J. A. Beaudry et Arthur Bastien; l'Association des Bouchers de Montréal, représentée par MM. Jean Lamoureux et Jos Paré; la Société des Marchands-Détailleurs de Nouveautés de la Province de Québec, représentée par MM. J. O. Gaireau, Armand Giroux, Thos. Oakes; l'Association des Marchands de Chaussures de Montréal, représentée par MM. John G. Watson et Adelstein.

L'assemblée était présidée par M. N. Chartrand. M. J. A. Beaudry, secrétaire, a exposé les grandes lignes du projet de la Fédération des Associations Mercantiles et a fait un exposé très clair des avantages qui résulteraient d'une telle fédération, en même temps qu'il en faisait ressortir l'urgence.

Une discussion générale à laquelle la majorité des délégués a pris part s'est engagée et il est ensuite proposé par M. Armand Giroux, secondé par M. Jean Lamoureux: "Que les délégués ici réunis sont d'opinion qu'une Fédération des diverses Associations de Détailliers s'impose et qu'un comité composé du bureau de direction de chacune de ces associations se réunisse à une date que devra fixer le secrétaire pour préparer minutieusement une constitution qui devra être soumise à chaque association respective pour approbation." — Adopté.

MM. Saint-Arnaud et Duval ouvriront, le 1er mai prochain, un magasin général à Sainte-Geneviève de Batiscan et recevront avec plaisir à leur bureau d'achats chez MM. St-Arnaud Frères, 425, rue Saint-Paul, Montréal, les catalogues, listes de prix et cotations que les commerçants de gros et manufacturiers voudraient bien leur adresser.

Les résultats de la publicité

M. Wm. H. Dunn, agent de ventes du Lait Condensé de Borden, nous informe que les ventes des Lait Condensés "Eagle" et "Gold Seal" et de la Crème Evaporée de la marque ont été plus fortes au mois de mars qu'en aucune autre période. M. Dunn attribue ce résultat satisfaisant à la publicité étendue faite en faveur de ces produits pendant les cinq derniers mois dans les journaux de commerce, ainsi que dans la presse quotidienne.

Thés Verts Indiens

Signalons l'arrivée de quelques lots spécialement avantageux de Thés Verts Indiens que la maison E. D. Marceau offre à des prix séduisants pour les acheteurs. Nous référons le lecteur à l'annonce qui paraît sur une autre page de ce numéro.