

teurs qui conservent de vieux stocks en demandant des prix très élevés.

Le Malaga est encore un autre vin assez recherché, mais il se prête à toutes sortes d'imitations et de falsifications par suite de sa couleur, de sa douceur, et de la densité liquoreuse qui le caractérise. On l'exporte en France et en Amérique.

On peut en dire autant des imitations du Sherry et du Port faites à Tarragona, qui généralement sont peu réussies; mais qu'on a le tort de commander dans certains pays importateurs, à cause de leur bon marché, sans égard à la qualité.

Depuis quelques années, on développe en Espagne la distillation des vins, genre Charentes, et quelques maisons sont arrivées à créer des imitations de brandies, eaux-de-vie pures et vieilles qui viennent en concurrence avec les cognacs français sur certains marchés américains.

L'UTILITE DES JOURNAUX DE COMMERCE

La majorité des Marchands-Détailleurs dont les affaires chiffrent assez pour permettre de les placer dans la catégorie des hommes d'affaires apprécient l'utilité et la valeur des journaux de commerce.

Ils n'aimeraient pas à les voir cesser leur publication pour la raison qu'ils leur rendent des services.

Le journal de commerce ne pourrait pas exister sans le patronage de l'annonceur et il est du devoir du Marchand-Détailleur, non-seulement de mentionner lorsqu'il écrit aux annonceurs le nom du journal, dans lequel il a lu l'annonce, mais encore de donner la préférence aux maisons de gros et aux manufacturiers qui annoncent dans "son" journal.

Il y a des marchands, et en grand nombre, qui refusent leur patronage aux maisons dont ils ne voient pas les annonces dans leur journal à moins que ce ne soit pour quelques produits qu'ils ne peuvent pas obtenir ailleurs.

Une maison qui annonce ses marchandises et qui ne craint pas de publier ses prix devrait toujours avoir la préférence des acheteurs qui, ayant toujours la facilité de contrôler leurs prix et d'établir des comparaisons, sont certains de payer des prix corrects.

D'autre part, le marchand qui suit son journal de commerce avec attention est à même de découvrir chaque semaine de bonnes occasions dont il peut tirer profit, alors que son voisin qui "n'a pas le temps de lire" n'a pas non plus l'avantage de profiter des bonnes occasions qui s'offrent à lui, chaque semaine, sous forme d'offres du commerce de gros au commerce de détail.

LES MANUFACTURIERS CANADIENS

L'assemblée annuelle de la section de Montréal, de l'Association des Manufacturiers Canadiens aura lieu le 29 courant, alors que se feront les élections des directeurs.

M. J. J. McGill, le président de la Hamilton Belting Co., a été nommé candidat à la présidence de l'Association, section de Montréal.

Les messieurs dont les noms suivent sont candidats au poste de directeurs: William Small, de la Canada Horse Nail Co; William McMaster des Montreal Rolling Mills; J. T. Hagar, de la J. et T. Bell Co; William Wiallison, de la Colin McArthur Co.; Chs. B. Gordon, de la Standard Shirt Co; Clarence Smith, de la McCready Manufacturing Co.

VANILLE ESSENCE

En vente à \$1.00 la livre fluide, par Jules Bourbonnière. Téléphone Bell, Est, 1122, Montréal.

Par goût ou par nécessité, faites usage des Eaux-de-Vie Ph. Richard de Cognac, recommandées par MM. les Médecins du Canada et de l'étranger.

Cette liqueur, couleur d'or! possède toutes les propriétés, âge, force, goût, saveur, etc., qui en font un breuvage des plus délicieux. Importateurs: Langlois et Paradis, Québec.

LES ELECTIONS GENERALES

Nous sommes à la veille d'élections générales: tout l'indique.

Les politiciens s'agitent, les fidèles du parti au pouvoir transmettent discrètement le mot d'ordre aux amis chargés à leur tour de préparer les esprits dans leurs districts respectifs.

La littérature électorale va prochainement nous envahir à profusion.

Les listes électorales s'impriment en toute hâte: c'est là l'indice certain de la prochaine campagne électorale.

Le commerce va-t-il, comme il l'a fait par le passé, continuer à faire preuve de cette regrettable indifférence en matière politique, qui consiste à laisser faire quitte à s'en repentir amèrement lorsqu'il est trop tard.

Il y a trop d'avocats au parlement et pas assez d'hommes d'affaires, aussi n'y a-t-il rien d'étonnant à ce que ces professionnels bavards restent sourds aux demandes du commerce, dont ils n'entendent généralement pas le premier mot.

Le commerce réclame une loi de faillite: on se contente de lui en promettre une et on la lui promet depuis longtemps, mais quand la lui donnera-t-on?

Si l'électorat voulait se donner la peine de réfléchir — lui qui est invariablement appelé à payer les pots cassés — il com-

SAVON PUR ET DUR SURPRISE.

Manufacturé par

The St. Croix Soap Mfg. Co.

ST. STEPHEN, N.B.

Succursales:—Montréal, Toronto, Winnipeg, Vancouver,
Indes Occidentales, Terre-Neuve.

SAVON PUR ET DUR SURPRISE.