

PUBLICITE

Quelques suggestions

La seule réunion de mots annonçant, en toute vérité, qu'une maison de commerce met en vente un grand nombre d'articles, que ces articles sont de bonne qualité et vendus à prix raisonnables, ne constitue pas nécessairement une bonne publicité. Si les mots employés peuvent éveiller certaines idées dans l'esprit du lecteur, idées qui en feront naître d'autres, si toutes ces idées peuvent évoquer les raisons pour lesquelles le lecteur devrait acheter une ou plusieurs des choses énumérées, l'annonce aura de la valeur, si elle est bien faite. Cela est particulièrement vrai si la rédaction ou des vignettes, ou si ces deux choses sont faites pour atteindre l'esprit par les sens et faire travailler la mémoire de telle sorte qu'il soit bien fixé dans l'esprit du lecteur que telle maison fait une spécialité de certaines choses dont il a besoin ou dont il peut avoir besoin à un moment donné. — (Profitable Advertising).

Le propriétaire d'un restaurant avait "loué" le verso de sa carte de menu à un fabricant de voitures, pour y faire imprimer des annonces. Un jour, un client très pressé se précipita dans le restaurant, s'assit à une table, et le garçon lui présenta le menu du mauvais côté. Le client prit son lorgnon, frisa sa moustache de la main gauche et cria d'une voix de tonnerre: "Servez-moi un cab, un landau, deux victorias et un dog cart. Avez-vous des chars funèbres?" Le garçon s'enfuit. — (London Graphic).

Bien fou est l'homme qui se vante de choses absolument impossibles à réaliser pour lui. Tout aussi fou est l'annonceur qui vante des mérites que son produit ne possède pas.

Ne pas lire un journal pendant un mois serait chose aussi malheureuse que de ne pas lire une ligne de nouvelles pendant le même temps.

"Du Capitole à la Roche Tarpéienne", voilà ce qui décrit la biographie d'un homme qui ne croit pas que la publicité a une importance capitale dans l'établissement d'un commerce. — (Louisville Courier-Journal).

La Meaford Wheelbarrow Co., Limited, de Meaford, Ont., a acquis les droits, pour manifester au Canada, la ligne de brouettes à coussinets à billes et les charrettes en béton de la Sterling Wheelbarrow Co., de Milwaukee, Wis. Ces articles bien connus du commerce ont été jusqu'ici exclusivement vendus par MM. Mussels, Limited, de Montréal, mais l'intention de la Meaford Wheelbarrow Co., Ltd., est de les offrir au commerce en général.

LA CANADA LIFE ASSURANCE CO.

Nous publions d'autre part le 62e rapport annuel de la Canada Life Assurance Co. couvrant les opérations de l'année terminée le 31 décembre 1908.

Dans ce rapport, le président, M. Geo. A. Cox, définit les facteurs les plus importants du succès dans l'administration de l'assurance sur la vie, dans ces termes: "Les trois facteurs les plus importants dans l'administration de l'assurance sur la vie sont: la circonspection dans le choix des risques, la prudence dans le placement des fonds et une sage surveillance des dépenses."

La direction a évidemment mis en pratique les principes ainsi posés par son président, puisque le rapport indique une diminution du taux de la mortalité et des dépenses, ainsi qu'une augmentation des revenus de la Compagnie.

Ses revenus, tant en primes qu'en intérêts sur placements, se sont élevés, l'année dernière, à \$5,336,042.54, en augmentation de \$355,602.63 sur le chiffre de l'année précédente.

Une réduction sensible a été opérée dans les dépenses d'administration, cette réduction est, d'après le rapport, de plus de 2 p. c. des primes reçues. Les assurés et les actionnaires de la Compagnie peuvent ainsi se rendre compte de la bonne gestion de leurs intérêts.

Ils n'apprendront pas avec moins de satisfaction que les nouvelles polices émises et pour lesquelles les primes ont été payées, dépassent le chiffre de l'année dernière sur le territoire Canadien. Les polices émises, y compris les renouvellements s'élèvent au joli chiffre de \$11,246,040.

La Compagnie a actuellement en vigueur 56,937 polices pour un montant de \$120,629,360.50.

Son actif est de \$36,713,115.24 en augmentation de \$2,410,193.66 sur l'actif au 31 décembre précédent.

Nous éprouvons toujours une grande satisfaction à enregistrer les succès de nos excellentes Compagnies d'assurance Canadiennes et nous sommes heureux quand nous pouvons affirmer à nos lecteurs, à l'aide de documents probants, qu'ils n'ont pas besoin de porter leur argent à des Compagnies étrangères, pour assurer leur vie en toute sécurité. La Canada Life Assurance Co. est une Compagnie que nous ne saurions trop leur recommander.

Les toniques sont toujours de saison. A cette époque de l'année surtout. Offrez à vos clients l'huile médicinale Sasso, importée par la maison Museo Commerciale Italiano, 43 rue St-Antoine, Montréal. Ce tonique est souverain comme calmant et comme remède dans un grand nombre d'affections. Voir l'annonce d'autre part de la maison Museo Commerciale Italiano.

Nouvelles manufactures au Canada

La Postum Cereal Company de Battle Creek, Mich., a décidé de former une Compagnie auxiliaire en Canada, avec manufactures à Windsor, Ont. Ces manufactures seront administrées de la même manière que celles de la Compagnie-mère.

Une visite aux manufactures de la Postum Cereal Co., Ltd., à Battle Creek, offre un grand intérêt et l'accueil aimable fait à tous les visiteurs qui se présentent est tel, que les Canadiens peuvent être assurés que le même traitement sera accordé à toutes les personnes qui désireront visiter les nouveaux établissements au Canada, quand ceux-ci seront terminés et en activité.

Le fondateur de la Postum Cereal Co. est M. C. W. Post qui naquit à Springfield, Ill., en 1854. Le surmenage des affaires affecta sa santé et il fit de grands voyages pendant plusieurs années, étudiant la médecine, l'hygiène et tout ce qui concerne l'alimentation; ceci le conduisit à ce livrer à l'industrie des aliments préparés, dont il est le fondateur.

M. Post était venu du Texas à Battle Creek pour y subir un traitement médical. Il avait à peu près \$100 dans sa poche mais ce capital fut suffisant pour ses débuts dans une industrie qui l'a rendu plusieurs fois millionnaire.

M. Post n'a pas ménagé l'argent pour faire des améliorations, il a une manufacture qui se rapproche le plus qu'il est possible du type d'une manufacture modèle, il a construit un hôtel, le "Post Tavern" qui est l'orgueil de l'Etat de Michigan et il a construit aussi un théâtre qui soutient favorablement la comparaison avec les théâtres des centres métropolitains. Avec quelque vingt-sept acres, comme site d'une manufacture, M. Post alla de l'avant et acheta quatre-vingts acres de plus, pour construire ce qui est connu sous le nom de Postumville. Il fit construire et paver une longueur de rues de cinq milles et ériger environ 300 maisons qui furent vendues aux employés, d'après les propres conditions de ceux-ci. Il encourage la propreté en offrant des primes pour les cours de façade bien entretenues et, en fait, M. Post est un exemple frappant du type du manufacturier progressif et ingénieux.

Une bonne annonce vend des marchandises aujourd'hui et vous fait une bonne réputation pour demain.

Avis de Vente

In Re

L. A. S. PLAMONDON & Co.,

South Durham, Que.

Des soumissions seront reçues au bureau des soumissions, jusqu'à mardi, le 9 mars 1909, à 2 heures p. m., pour l'achat de l'actif comme suit:

10. Marchandises sèches.....	\$1,481.26
Hardes faites.....	602.46
Epiceries et provisions.....	742.12
Chaussures.....	862.79
Ferronnerie, vaisselle et papeterie....	611.17
Ameublement de magasin et un piano.....	237.90

\$4,537.10

20. Dettes de livres, suivant liste..... \$633.54
Un dépôt de dix pour cent sera exigé avec chaque soumission.

Le stock peut être vu le 8 mars 1909.

Aucune soumission n'est nécessairement acceptée.

H. V. DUGGAN,

JOS. DESAUTELS,

\$19 édifice du Board of Trade,
Montréal.