

Le témoin déclare que sa compagnie n'a aucune peur de la concurrence et que si elle signe des contrats, c'est simplement pour augmenter la consommation.

Somme toute la journée d'hier n'a guère éclairé la commission.

Une remarque qui nous paraît digne de mention, c'est celle faite hier après-midi. On a trouvé peu juste que M. Fleming qui est vice-président de la Consumers Tobacco Company ait pris part à l'interrogatoire du témoin Davis. De fait ses questions tendaient trop à connaître le mode d'opération de l'American Tobacco Company, dont M. Davis est président, au dire de plusieurs citoyens, qui ont assisté à la séance.

La commission d'enquête sur le tabac a continué sa besogne mercredi matin.

Si le système d'opération suivi par l'American Tobacco Company est un péché commercial, il y a d'autres pêcheurs dans les autres lignes de commerce.

Cela ressort évidemment du témoignage de M. M. Davis. Ce dernier a produit en cour, hier matin, des contrats semblables aux siens, en usage dans d'autres branches de commerce.

Mtre Campbell, C. R., les a produits. Ce sont des contrats faits avec leurs clients par les manufacturiers d'allumettes, de cuirs, de cordages, de haches, de faux, de papier goudronné, de riz et de "Force" (Jim Dump).

Désireux de protéger les secrets de ces compagnies, Mtre Campbell a suggéré de ne pas faire imprimer ces contrats dans le témoignage, mais de les porter seulement à la connaissance du juge et des avocats.

Mtre Goldstein s'est d'abord opposé à cela, puis sur le conseil du tribunal, la suggestion de Mtre Campbell a été acceptée.

M. Davis a alors continué son témoignage.

Il déclare que c'est son voeu d'encourager l'industrie du tabac canadien. Dans ce but, il s'efforce de donner au consommateur le meilleur produit possible.

Pour développer davantage cette industrie, au lieu de mettre dans sa caisse les profits réalisés, sa compagnie donne au consommateur, au marchand détaillier, au marchand de gros, et au voyageur de commerce des avantages appréciables sous forme de cadeaux et ce à l'encontre des autres manufacturiers.

En réponse à Mtre Campbell, M. Davis déclare que, depuis qu'il a acheté l'Empire Tobacco Company, les affaires ont triplé à Granby, ce qui compense amplement les pertes subies à Joliette.

A propos de la manufacture de Joliette, ils ont offert à la ville de Joliette de l'acheter pour y établir une autre manufacture de tabac, mais cette ville a refusé.

Le but du contrat est de protéger le client, dit M. Davis. En référant aux autres lignes de commerce, il dit que si les plaignants cherchaient bien ils verraient que ce système existe ailleurs, et ce pour le bénéfice du client.

C'est ainsi que l'American Tobacco Co. a créé le commerce de M. Jos. Côté, à Québec, et elle pourrait faire la même chose ailleurs.

Sa compagnie n'entend pas colporter sa marchandise, car avant tout, il faut créer la demande, le gros vient ensuite.

D'après son expérience, un manufacturier n'a pas de difficulté à placer ses

produits; la difficulté est dans le fait que si il n'y a pas de demande ou bien si le produit est de mauvaise qualité, il ne se vend pas et reste sur les tablettes.

Il y a de 25 à 30 mille marchands de cigarettes, au Canada, qui ne sont pas liés par des contrats, dit en terminant M. Davis.

M. N. Landry est le témoin suivant. La plupart des questions qu'on lui a posées étant trop suggestives, ont été rejetées à la demande de Mtre Campbell.

M. Landry déclare que nonobstant le contrat, son commerce de tabac augmente.

Avant d'abandonner son contrat pour la vente des cigarettes de l'American Tobacco Co., il vendait 40 mille cigarettes par semaine, ce qui lui rapportait environ \$100 par mois.

Il vend plus de tabacs canadiens en palette de l'Empire Tobacco Co., que de tabacs d'autres compagnies y compris celles faites avec le tabac étranger.

La Cour s'ajourne alors à l'après-midi.

#### SEANCE DE L'APRES-MIDI

La Commission reprend ses séances à 2.45 heures p.m.

Le juge McTavish avant la continuation de l'enquête, déclare qu'il a reçu nombre de lettres d'épiciers en gros de différentes villes exprimant leur entière satisfaction de l'arrangement conclu avec l'Empire Tobacco Co. et leur désir qu'il n'y ait pas de changement.

M. O. W. Legault, gérant de la "St-Lawrence Tobacco Co." est appelé à rendre témoignage.

Il déclare que depuis la mise en force du contrat le commerce de gros force la vente du tabac Empire.

La compagnie que représente le témoin ne vend pas en gros; mais aux détailliers, au prix du gros. Ils ont fourni à un marchand détaillier de Joliette, qui faisait un peu de gros, et à une couple d'autres dans les campagnes.

Le commerce de la St-Lawrence Tobacco se repartit 1-3 dans Québec, 1-2 dans Ontario et 1-3 dans les Provinces Maritimes.

Il dit qu'il dépense environ \$400 par année pour les annonces.

Il a offert ses produits à M. Geoffrion, de Chaput & Fils, et à M. Lockerby à de meilleures conditions que l'Empire Tobacco; mais ces messieurs ont refusé; car depuis l'institution du contrat, le gros refuse de vendre sa marchandise, car tous les bons marchands de gros sont liés avec l'Empire.

La St-Lawrence Tobacco fait son propre commerce de gros.

Le témoin déclare qu'il n'y a pas de demande pour une marchandise inconnue.

M. Isaïe Tétreault, manufacturier de tabac, est le témoin suivant.

Il manufacture du tabac depuis 17 ans.

A venir jusqu'à il y a 8 ou 9 ans, il avait cheval et voiture pour distribuer son tabac; depuis ce temps il se sert d'un petit garçon et d'une voiture à bras.

Son commerce a diminué depuis le contrat. Il ne vend plus en gros.

Vient ensuite M. de Cayan, qui a commencé ses opérations depuis le contrat. Il emploie de 8 à 6 ouvriers. Il ne vend pas au gros. Il a de la difficulté à placer

sa marchandise en dehors de Montréal. Il ne fait que des cigarettes et du tabac à cigarettes. Il n'a pas de commis-voyageur.

M. Philippe Roy est le dernier témoin entendu.

Il a fait un contrat avec l'Empire Tobacco Co. parce que ce tabac était en demande et qu'il voulait gagner 5c par lb.

Il n'a pas de contrat pour les cigarettes; il voulait être libre de faire un commerce général.

#### Le diner de Pantagruel

Si le héros de Rabelais existait à l'heure présente, il aurait eu de quoi satisfaire son appétit au gigantesque repas offert par le roi Edouard VII aux 560,000 pauvres de Londres.

330,000 livres de boeuf, 250,000 livres de pommes de terre, 125,000 tonnes de pudding, 250,000 livres de pain; 1,000,000 de livres de fromage, 36,000 gallons de bière, 150,000 pintes de bière ou gingembre, 75,000 pintes de boisson au citron et 560,000 tasses de chocolat, etc.

Chaque convive a reçu un exemplaire imprimé de l'hymne national et une copie commémorative de l'événement.

#### Dans le commerce de l'Epicerie

Une maison qui concentre son attention sur quelques spécialités seulement est à même de faire profiter sa clientèle de bien des avantages qu'elle ne trouverait que difficilement ailleurs. La maison E. D. Marceau en limitant ses opérations aux Thés, Cafés, Epices et vinaigre, s'est rendu compte de la nécessité, dans le commerce moderne, d'arriver à spécialiser au lieu d'éparpiller ses efforts sur les milliers d'articles qui entrent dans le stock d'un fournisseur d'épicerie en gros. Il est plus facile pour le marchand de gros de suivre méthodiquement les fluctuations des marchés sur quelques lignes bien distinctes et plus avantageux pour le client d'acheter dans une maison qui ne traite que quelques spécialités; le client a toujours la chance de faire des achats avantageux et, par conséquent, d'augmenter ses profits légitimes, tout en faisant bénéficier sa clientèle de ses talents d'acheteur. Et le secret pour arriver à bien acheter, c'est de lire attentivement les annonces de la maison E. D. Marceau; il y a toujours, pour le lecteur bien avisé, quelque avantage à retirer d'une lecture attentive et raisonnée.

Un amateur garde religieusement le souvenir d'une bonne pipe de tabac et ce souvenir est toujours associé avec le nom du marchand qui le lui a fait connaître. C'est dans cet ordre d'idées que s'est créé le bon renom des tabacs manufacturés par The Rock City Tobacco Co de Québec, propriétaire des fameuses marques "Rose Quesnel", "Poker", "Long Tom", "Gold Bell", "Silver Bell", répandues dans tout le Canada. On les trouve dans toutes les maisons de premier ordre.

Lorsqu'un homme demande du crédit, vous accordez-t-il une faveur ou vous en demande-t-il une? Si c'est lui qui vous en demande une pourquoi ne pas lui en dicter les conditions et lui remettre un livret de coupons Allison pour le montant du crédit qu'il sollicite. Ils empêchent un client de dépasser les limites de crédit, et règlent toutes les discussions sur le montant et sur l'échéance au cas où on ferait usage d'un billet, ce qui est indiqué sur le couvert de chaque livret.