

prêts à acheter des approvisionnements.

302. Machines à pétrole ou à paraffine. Une maison de Londres, manufacturant de petites machines à pétrole ou à paraffine, comme celles employées dans les usines de lumière électrique et pour actionner les instruments agricoles, les pompes portatives, etc., demande les noms de maisons de premier ordre de Toronto, Québec, et Vancouver, disposées à l'aider à élargir ses affaires au Canada.

303.—Agence.—Une société de courtiers, ayant des bureaux à Hull et à Grimsby, serait heureuse de représenter des exportateurs canadiens de grains.

304.—Séparateurs de crème.—Une compagnie du centre de l'Angleterre, manufacturant des séparateurs de crème, désire prendre des arrangements pour la vente de ces articles au Canada.

305.—Bois de construction.—Une société d'agents et importateurs de l'Afrique du Sud, serait heureuse de correspondre directement avec des expéditeurs canadiens de bois convenant à la construction et à la fabrication des meubles.

COMPAGNIES INCORPOREES

Des lettres patentes ont été accordées par le Lieutenant-Gouverneur de la Province de Québec, incorporant:

The Danville Asbestos and Granite Company, Limited, Danville, Capital-actions \$1,000,000.

The Live Stock Breeder Association of the District of Beauharnois, Incorporated, Ormstown. Capital-actions \$49,000.

NOUVELLES CHARTES

La "Gazette du Canada" du 29 Octobre publie les nouvelles chartes accordées sous le sceau du Secrétaire d'Etat du Canada. Voici celles qui concernent les compagnies ayant leur principal place d'affaires dans la Province de Québec.

Wayagamack Pulp and Paper Company, Limited, Montreal. Capital-actions \$5,000,000.

Dr. A. C. Daniels Company of Canada, Limited, drogues et remèdes. Knowlton. Capital-actions \$10,000.

Scout Shoes, Limited, manufacturiers et marchands de chaussures, Montréal. Capital-actions \$100,000.

Thermos Bottle Company, Limited, Capital-actions \$100,000.

Jas. W. Pyke & Co., Limited, importateurs et exportateurs, agents à commission, etc., Montréal. Capital-actions \$300,000.

Efforcez-vous de mieux faire aujourd'hui ce que vous avez bien fait hier. C'est ainsi, que vous arriverez à atteindre le degré de perfection possible dans ce que vous entreprendrez.

Historique de la Compagnie "Salada" Tea.

Dès 1892, alors que les Thés de Ceylan ne faisaient que pénétrer sur le marché et étaient relativement peu connus sur le continent américain, M. P. C. Larkin, chef bien connu de la Compagnie "Salada" Tea, se rendit compte de la valeur intrinsèque des Thés de Ceylan et résolut de consacrer son temps et son énergie à l'établissement d'un commerce qui promettait certainement d'être prospère un jour.

C'est ainsi que débuta la Compagnie "Salada" Tea, qui, aujourd'hui, tient aisément la première place parmi les maisons qui annoncent des Thés spéciaux sur le continent américain.

Ce fut un début relativement modeste, mais qui fut soutenu par ce qui a encore plus de valeur qu'une aide financière—l'enthousiasme d'un homme croyant fermement au succès final des Thés de Ceylan, comme breuvage; qui n'admettait pas que son entreprise offrit quelque danger et qui n'était arrêté par aucune difficulté.

Cet homme prit pour règle d'annoncer la qualité de la marchandise et de développer son commerce chaque jour et le plus possible. Cette campagne de publicité fut due à la propre initiative de M. Larkin; celui-ci s'y est attaché depuis que l'industrie du thé de Ceylan existe, et cette campagne a coïncidé avec le succès de la vente de "Salada" dans tout le Canada et tous les Etats-Unis.

Toute personne ayant observé le progrès incomparable fait par "Salada" au cours des 18 des dernières années, ne peut douter que sa foi a été amplement récompensée. Le thé "Salada" est maintenant mis en stock et vendu par tous les épiceries expérimentés du continent américain.

Ayant débuté à Toronto, "Salada" ne mit pas longtemps à pénétrer sur le marché de Montréal et à s'établir dans la province de Québec et les provinces maritimes.

Peu de temps après son entrée dans la province de Québec, comme dans celle d'Ontario, une nouvelle nécessité surgit, le besoin d'un Thé Vert, dont la qualité égalerait celle des Thés Noirs de Ceylan "Salada", déjà exploités. Aussi, avec une énergie caractéristique, M. Larkin traita cette question avec les planteurs; il en résulta que la Compagnie "Salada" donna les premières commandes de ces Thés Verts de Ceylan, à la feuille naturelle, pure, non colorée et les mit sur les marchés du Canada et des Etats-Unis, en concurrence aux Thés Verts de Chine et du Japon.

Leur succès est indiscutable, et M. Larkin est encore fermement convaincu que ce sont les meilleurs thés qui puissent être employés par les personnes habituées aux Thés Verts de Chine et du Japon, car ils représentent la plus haute qualité de Thés Verts que les jardins à thé de l'univers puissent produire. D'après l'opinion de M. Larkin (et son autorité en la matière doit être reconnue), la vente de ces thés augmentera encore énormément, à mesure qu'ils seront mieux connus.

Les dépenses occasionnées par la grande campagne de publicité entreprise par M. Larkin, furent énormes, et beaucoup de planteurs anglais de Ceylan doivent aujourd'hui remercier cet homme entreprenant de la demande fortement accrue qui existe pour le produit de leurs plantations au Canada et aux Etats-Unis.

La campagne de publicité comprend toutes les méthodes légitimes que l'on peut employer pour attirer l'attention du public sur les Thés de Ceylan. Les journaux sont mis en réquisition d'une extrémité à l'autre du continent pour vanter les mérites de ces Thés. Il en est vendu facilement aux épiceries de chaque ville, chaque village, chaque hameau. A ceux dont les préjugés étaient profondément ancrés, des approvisionnements furent envoyés sur consignment, avec toutes sortes de garanties de succès, sinon rien à payer.

L'exploitation des districts au moyen de centaines de milliers de paquets échantillons scellés sous papier de plomb, avec instructions sur la manière d'employer les Thés de Ceylan et d'en faire des infusions, fut entreprise gratuitement par la Compagnie, "Salada", pour le bénéfice des clients; de plus des garanties de satisfaction furent offertes au public, faute de quoi l'argent était remis, et les affaires se développèrent, d'abord peu à peu, causant pendant de nombreux jours de l'anxiété au personnel de travailleurs acharnés, dont M. Larkin s'était entouré.

Toutefois nous ne pensons pas que M. Larkin ait jamais douté du succès et ait jamais éprouvé l'anxiété qui oppressait son personnel de vendeurs au début. Il avait une foi trop sublime en les mérites des Thés de Ceylan pour douter un seul instant du résultat final, sa conviction inébranlable et son énergie infatigable à pousser "Salada" sur la route du progrès furent une aide matérielle à la réussite de la Compagnie.

Bientôt la demande devint de plus en plus forte et "Salada" s'est placé par sauts et par bonds à la position qu'il occupe maintenant.

Nous croyons être dans le vrai en disant qu'aujourd'hui "Salada" est la spécialité la plus connue et la plus largement annoncée sur le continent américain, et sa production est prodigieuse; tandis que la vente des Thés Cultivés en territoire anglais doit généralement beaucoup de son activité aux efforts infatigables et persistants de M. Larkin.

La création de nouvelles affaires là où "Salada" a maintenant une bonne vente ne fut pas une sinécure pour ceux qui en furent chargés; il fallut des mois et des années pour persuader à un public prévenu et indifférent de changer ses méthodes et ses goûts classiques. Mais cela montre bien ce que peut accomplir le mérite, aidé d'une foi indomptable et soutenu d'un enthousiasme ne connaissant pas d'obstacles.

Aujourd'hui la vente dépasse 22,000,000 de paquets par an, ce qui équivaut à 42 paquets par chaque minute de la vie d'un homme.

Des succursales et des dépôts de gros ont été installés à New-York, Boston, Chicago, Buffalo, Pittsburg, Cleveland, etc., etc., où la distribution et l'instruction du public quant au goût, sont poursuivies journellement, et il n'est pas extravagant de croire qu'avant longtemps, la demande sera trois fois plus forte qu'actuellement, car le public est très "bien servi" avec du thé "Salada", vendu uniquement en paquets scellés hermétiquement, et garantis, thé dont la fraîcheur et l'arome ne varient pas.

M. Gerald Larkin, qui est associé avec son père depuis quelques années, est maintenant en route pour Bombay; après avoir visité plusieurs points importants de l'Inde, il ira à Ceylan pour se renseigner pratiquement sur tout ce qui concerne l'industrie de la production du thé dans ces pays.