

personné du pluriel en ce qui concerne les affaires générales du magasin. Le marchand qui obtient de la bonne volonté de la part de ses vendeurs, recueille plus de profits, tandis que celui qui est en conflit avec ses employés a beaucoup moins de profits qu'il devrait en avoir. Le marchand et les vendeurs devraient agir de concert. Parlez librement. Offrez et acceptez de nouvelles idées. Travaillez pour le profit mutuel. Cela peut se faire aussi facilement que toute autre chose, si vous vous en donnez la peine.

LE ROLE DES VIGNETTES DANS LES ANNONCES

Quel moyen faut-il employer pour faire lire les annonces? Voilà une question que s'est souvent posée l'annonceur entreprenant; c'est un problème que tous les annonceurs ont à envisager, et le but de cet article est de suggérer une solution simple.

Pour que votre annonce soit lue, il faut d'abord qu'on la voie et, comme il y a relativement peu de personnes qui la chercheront, vous devez attirer leur attention—vous devez faire remarquer votre annonce, il faut qu'elle soit plus visible que celle de votre rival. Comment donc allez-vous vous y prendre pour faire remarquer votre annonce, pour attirer l'attention du lecteur? C'est par l'apparence générale de l'annonce et par sa disposition que vous atteindrez le but proposé, et rien ne contribue plus à donner du cachet à une annonce, à la faire remarquer qu'une gravure brillante, bien faite, bien placée.

Si une annonce avec vignette et une annonce n'en comportant pas, toutes deux occupant le même espace, sont placées l'une à côté de l'autre, celle ayant une vignette attirera davantage l'attention, parce que les gravures intéressent tout le monde; elles attirent l'attention, excitent la curiosité et éveillent l'intérêt.

Bien que toutes les vignettes aient leur importance dans la publicité, il y en a qui sont particulièrement précieuses parce qu'elles attirent l'attention plus que d'autres. En conséquence, en choisissant des vignettes, prenez, si possible, celles où il y a du mouvement ou qui montrent l'article annoncé employé par une ou plusieurs personnes qui semblent en être satisfaites. Il est bon de se rappeler que, chaque fois qu'on peut, par une illustration, introduire quelque élément d'intérêt humain, la force de l'annonce est grandement augmentée.

Les vignettes n'ayant aucun rapport avec la marchandise annoncée et que certains annonceurs emploient ont relativement peu d'utilité.

Elles attirent l'attention naturellement; mais une illustration se rapportant directement à l'annonce attirera l'attention et fera ressortir des points aidant à

la vente, difficiles à indiquer dans le texte. Elle donne des idées, elle dira plus, au premier coup-d'oeil, que toute une page de caractères d'imprimerie, et elle le fera d'une manière plus simple, plus convaincante et plus rapide.

Si votre annonce contient une illustration de ce genre, si la relation qui existe entre elle et le commencement du paragraphe est intime et logique, la majorité des personnes qui la verront seront poussées à lire le paragraphe. Si vous avez un écrivain habile, l'introduction sera si intéressante, si forte, que le lecteur sera amené à la partie convaincante sans opposition et, avant qu'il s'en soit rendu compte, l'argument de l'annonce a pénétré dans son esprit ou a créé chez lui un désir pour la chose annoncée.

LA FABRICATION DU "LIME JUICE"

Des faits intéressants sur la préparation du "lime juice" en Sicile, sont cités dans un rapport consulaire. Une partie du jus de citrons est exportée à l'état brut, mais la plus grande partie est convertie en citrate de chaux par une méthode très primitive. Au cours des quelques dernières années, on fit grand bruit au sujet d'un nouveau procédé pour la formation du citrate de chaux, mais ce procédé ne semble pas avoir obtenu un succès commercial.

C'est à peine si quelques perfectionnements ont été apportés au procédé adopté généralement et qui consiste à chauffer le jus dans une cuve munie d'un mélangeur rotatif, au-dessus de laquelle est placé un fût contenant de l'eau et de la chaux mélangés à consistance de lait épais. On laisse le contenu de ce fût couler dans le jus, avec lequel il est mélangé par l'agitateur à révolution, après que le jus a été chauffé à 60 degrés C. (140 degrés F.)

L'opération du mélange dure de quinze à vingt minutes—jusqu'à ce que le mélange devienne légèrement brun.

L'acidité est réglée suivant les demandes du commerce, en ajoutant plus ou moins de craie dans la cuve. Quand le chauffage et le mélange sont terminés, on ajoute un peu de lait de chaux pour produire un précipité. On fait alors couler le contenu de la cuve dans un récipient peu profond, au-dessus duquel on a étendu un filtre en grosse toile. Le citrate est rassemblé sur ce filtre au moyen de rateaux sans dents afin de faire disparaître l'excès d'humidité, puis on en remplit des sacs en grosse toile qui sont soumis à une pression pour enlever davantage l'humidité. Enfin le citrate, maintenant bien compact, est placé dans une salle chauffée par un poêle et mis sur des planches pour sécher; ensuite on le met dans des futailles garnies de papier brun et il est prêt à être expédié.

Tel est le procédé ordinaire adopté gé-

néralement en Sicile pour la production du citrate de chaux.

Il n'est pas douteux que ce procédé soit susceptible de grandes modifications et de perfectionnements. Autrefois, la craie employée était fournie par le Royaume-Uni; on l'importe maintenant de Venise, où les déchets des carrières de marbre sont calcinés et réduits en poudre dans ce but.

Chez Granger Frères

Maison de gros, 390 rue St-Paul, Montréal.

Voilà le moment de l'ouverture des écoles, tous ceux qui pourraient avoir besoin de livres ou fournitures de classes, devraient aller jeter un coup d'oeil sur l'exposition de Granger Frères à leur maison de gros de la rue St-Paul. Ils y verraient une collection complète de livres classiques français, anglais, grecs et latins; de cahiers de brouillon et d'exercices, entre autres la dernière nouveauté du genre, la série dite "Les Ravages de l'Alcool" qui se compose de 6 cahiers sur la couverture desquels d'excellentes lithographies représentent les diverses phases de l'abaissement progressif produit par l'ivrognerie; cette série se vend aux prix suivants: cahiers de 32 pages, \$20 le mille; de 48 pages, \$30 le mille; de 64 pages, \$35 le mille. Ces cahiers sont en excellent papier. Parmi les autres objets exposés, il y a une collection complète de sacs d'écoliers, de cahiers à livres, de boîtes de toutes dimensions, règles, encres de couleur, papier à dessin de toutes teintes et qualités, plumes, entre autres des boîtes de fer blanc contenant 6 plumes qui se vendent à \$1.20 la grosse et des étuis de bois contenant 4 plumes qui se vendent 95c la grosse. Une foule d'autres articles qu'il serait trop long de mentionner ici sont également en exposition.

Escompte libéral. Vente en gros seulement.

PETITES NOTES

Pendant l'année fiscale finissant le 30 juin 1907, le nombre des émigrants aux Etats-Unis a dépassé 1,000,000; c'est la troisième année de suite que le fait se reproduit. Le total des émigrants est de 1,285,349 contre 1,140,735 en 1906, 1,026,499 en 1905 et 812,870 en 1904. Pour les dix dernières années, le total a été de 7,208,746.

* * *

Il a été démontré définitivement que les associations bénéficient et gagnent de la force par le choix, comme têtes dirigeantes, de fonctionnaires représentant différentes branches du commerce, qui s'efforcent de faire le plus grand bien dans l'intérêt du plus grand nombre. Un tel résultat ne peut être atteint, si les chefs d'une association sont choisis parmi des hommes ayant sous leur contrôle une seule branche du commerce.

* * *

Les chiffres fournis par le Département de la Statistique du gouvernement du Dominion, indiquent que la population du Canada était, au 1er avril 1907, de 6,504,900; ce nombre représente pour six ans une augmentation de 1,133,586, soit plus de 21 pour cent.