

CHAPEAUX POUR LE PRINTEMPS 1897

‡ ‡ Agent de gros au Canada des célèbres fabricants suivants ‡ ‡

D'ANGLETERRE :

W. WILKINSON & Cie,

GORDON BENNETT & Cie,

HENRY CARTER,

JOHN WHITE & Cie,

QUALITÉ, GENRE et FINI insurpassables

◆ Z. PAQUET ◆

7 Place Victoria,

165-171 Rue St-Joseph,

MONTREAL.

QUEBEC.

QUÉBEC, VENDREDI, 13 Novembre 1896

cherche à établir le monopole de l'alcool. Ce système existe déjà depuis quelques années dans plusieurs Etats, sous des formes diverses.

En Russie, il a été institué sous forme d'un monopole de la vente en gros et en détail ; introduit à partir du 1er janvier 1895 dans quatre gouvernements de l'Est, il a été appliqué le 1er juillet 1896 aux neuf gouvernements du Sud et doit s'étendre progressivement.

En Suisse, il fonctionne en vertu de la loi du 23 décembre 1896 sous forme de monopole de la vente en gros, applicable aux seuls alcools industriels et laissant toute liberté aux distillateurs de vins et de fruits indigènes.

En Hollande, le monopole établi en 1892 ne porte que sur la dénaturation des alcools d'industrie.

Les Etats scandinaves, enfin, sans instituer un véritable monopole, ont centralisé et spécialisé la vente des boissons alcooliques en vue d'en diminuer la consommation.

Nous nous permettrons de conseiller au *Moniteur du Commerce* de surveiller davantage sa correspondance de Québec.

Ce n'est certainement pas le ton que prendrait notre éclairé confrère s'il avait lui-même à traiter des affaires de Québec. Nous passons légèrement sur les banales jérémiades contre la Corporation à propos de la malpropreté des rues, bien que ce langage soit assez drôle de la part d'un *quidam* qui ne veut pas entendre parler de l'entretien des rues aux frais de la ville.

Mais, quand on fait dire à un journal sérieux que le parc Parent va coûter \$200,000, et qu'on cherche à jeter de l'eau froide sur des projets importants comme celui du pont, les bornes sont dépassées. Le parc coûtera au plus \$60,000, mais il remplace une dépense de \$70,000

M. J. D. Rolland, chef de la maison J. B. Rolland & Fils, et M. F. Berthiaume, propriétaire de la *Presse*, viennent d'être nommés au Conseil Législatif.

Sans entrer sur le terrain politique, nous pouvons dire que ces deux nominations nous font plaisir. L'hon. M. Rolland appartient au commerce, l'hon. M. Berthiaume à la presse : deux bonnes raisons pour nous réjouir.

x

Le nouveau ministre des Postes, l'hon. M. Mulock, a complètement supprimé la publication du Guide Postal dans les journaux parce que cette publicité était très difficile à contrôler, vu les changements fréquents apportés au service postal, et qu'elle était une source d'embarras pour le département, et de malentendus pour le public.

Cette suppression est générale pour tous les journaux, et non pas seulement pour les journaux de langue anglaise, comme le disait l'autre jour le *Chronicle* par erreur.

La question des alliances est l'objet de la préoccupation universelle en Angleterre, mais on y met quelque incohérence. Après l'anniversaire de Trafalgar, c'est maintenant celui d'Inkermann qui a été célébré avec une pompe inusitée le 5 novembre dans un dîner où le drapeau tricolore et celui du Royaume-Uni formaient trophée. Tandis qu'une foule d'orateurs et de politiciens des plus huppés proposent au pays de retourner ses poches et de rendre Chypre et l'Egypte, lord Beresford, l'ancien ministre de la marine, prétend, au contraire, que pour être agréable à la France, il faut garder l'Egypte.

x

Nous avons déjà dit qu'en France on

— LA —

"Semaine Commerciale"

9 RUE ST-ANTOINE Téléphone 744.

ABONNEMENT A

"LA SEMAINE COMMERCIALE"

par année.....\$2.00
pour 6 mois..... 1.00

Pas d'abonnement pour moins de 6 mois. Les avis de refus d'abonnement, — il en sera de même des avis de changement d'adresse, — ne valent que s'ils sont adressés directement au bureau du journal, par écrit ou verbalement.

Tout abonnement est considéré comme renouvelé faute d'avis contraire 15 jours avant l'expiration.

TARIF DES ANNONCES

1ère insertion 10c. la ligne
insertions subséquentes..... 8c. "

MESURE AGATE

Atelier Typographique de

"LA SEMAINE COMMERCIALE"

ATTENTION ET PROMPTITUDE

Caractères neufs et variés

Presses Modernes. . . .

Impressions en tous genres, Ouvrages de goût, Papeterie de commerce, Formules de loi, Factures, Affiches et Cartes en couleurs,

Exécutés aux meilleures conditions

Spécialité :

Papeterie imprimée pour Bureaux et Fromageries.

Attention particulière pour commandes par la poste, adressées BOITE 233.

Téléphone 744.

AUX ABONNES

Prêre de consulter le coupon d'adresse sur la première page du journal. La date inscrite en regard de votre nom indique jusqu'où votre abonnement est payé. Ecrivez-nous, s.v.p., les frais de correspondance inutile, et renouvelez votre abonnement à l'échéance.

BARTHE & THOMPSON.