

centres de pêche, a été inférieur à celui de 1893. Les fabriques ont été assez bien occupées pendant la saison; mais comme elles ont dû payer le poisson plus cher, elles ont été forcées d'augmenter leurs prix de vente.

Les confiseurs mettent en haut de leurs vitraux, en dehors de la vue du public, un rayon chargé de glace, qui tient frais tout le vitrail et les marchandises qui y sont exposées. Ce moyen est également à la portée des épiciers qui exposent des marchandises sujettes à se détériorer par la chaleur. On pourrait aussi l'employer pour exposer le beurre, les œufs, les légumes etc.

CHEUTE DE L'ANNONCE A BON MARCHÉ

La difficulté avec un grand nombre d'annonceurs dans les journaux de commerce, c'est qu'ils attendent de l'annonce beaucoup plus qu'elle ne peut leur donner. Ils comptent que l'annonce fera plus pour eux que leurs meilleurs voyageurs, bien que ceux-ci leur coûtent plus dans l'espace d'un mois que l'annonce leur coûte dans l'espace d'un an. En règle générale, ils ne prêtent aucune attention à leur annonce, sauf peut-être qu'ils changent quelques mots une fois tous les six mois. Imaginez-vous les gros (!) ordres qu'obtiendraient vos voyageurs s'ils se contentaient simplement de présenter leur carte à un client en lui disant qu'ils vont s'asseoir en attendant leur ordre. C'est ainsi cependant qu'on fait de l'annonce dans les journaux de commerce en général. Pourquoi ne pas changer votre annonce chaque mois? Parlez à vos clients par l'intermédiaire du journal de la même façon que votre voyageur leur parlerait et vous vous convaincrez bientôt que le journal de commerce est le seul médium de publicité.

L'éditeur du meilleur journal qui existe peut vous vendre uniquement un espace avec la circulation garantie parmi vos acheteurs probables. Il ne peut nullement vous garantir que votre annonce vous paiera; cela ne dépend que de vous-même. Vous devez utiliser l'espace qui vous est alloué à votre meilleur avantage et, enfin, ce qui n'est pas le moindre, ne pas donner crédit aux voyageurs seuls de toutes les affaires de l'année. Une autre erreur des annonceurs c'est qu'ils recherchent trop le bon marché dans l'annonce. Quand vous êtes malade est-ce que vous recherchez le médecin qui fait

payer le moins cher ses visites? Ou bien encore, si vous avez besoin d'un avocat, est-ce que vous retenez les services du plus obscur et de celui qui a des bas prix? Certainement non. La meilleure preuve de la valeur d'un journal comme médium d'annonce consiste dans la faculté qu'il a d'obtenir et de conserver la meilleure classe d'annonces payantes. — (McLean's Journal.)

LA BANQUE VILLE MARIE

La banque Ville Marie ne paraît pas être dans la même situation que les autres banques où le personnel du bureau de direction ne varie que par suite d'un décès. A la banque de Montréal, à la banque des Marchands, à la banque du Commerce, si *parra licet componere magnis*, on ne voit que très rarement un changement dans le bureau de direction, tandis que, à la banque Ville Marie, c'est la règle que le bureau change chaque année.

En remontant à juin 1893, on trouve que le bureau de direction pour cette année-là était composé de MM.

Wm Weir, président.
Wm Strachan, vice-président.
J. T. Wilson,
O. Faucher, } directeurs.
Godfrey Weir, }

En 1894, le personnel élu était le suivant :

Wm Weir, président.
Wm Strachan, vice-président.
A. S. C. Würtele, } directeurs.
Ed. Lichtenhein, }
Godfrey Weir, }

La disparition de M. Faucher, le seul Canadien-français qui restait dans le bureau de direction, et celle de M. John T. Wilson, paraissent avoir été compensées par l'accession de MM. Lichtenhein, le marchand de chiffons bien connu, et A. S. C. Würtele.

En 1895, enfin, nous avons le bureau suivant :

Wm Weir, président,
E. Lichtenhein, vice-président,
A. S. C. Würtele, } directeurs.
F. W. Smith, }
Godfrey Weir, }

M. Wm Strachan, vice-président depuis plusieurs années, s'est retiré et a été remplacé par M. F. W. Smith.

Ainsi, à part les membres de la famille Weir, le bureau de direction ne contient plus un seul des directeurs élus en juin 1893.

Nous serions curieux de connaître les raisons de ces retraites successives. Mais nous sommes sans doute indiscrets.

MARCHES POUR LE FROMAGE

Nous avons à plusieurs reprises conseillé à nos fromagers de s'entendre, dans chaque région, pour établir un marché central où ils pourraient, toutes les semaines ou tous les quinze jours, se réunir, rencontrer les acheteurs, et faire la vente de leur fromage sur échantillon. Nous citons l'exemple d'Ontario, où un semblable marché est établi dans presque chaque comté et où le fromage est presque tout vendu ainsi, pour ainsi dire à la fromagerie, sans frais inutiles de déplacement. Nos voisins du Haut Canada s'organisent en association de 30 à 40 fromageries ou syndicats; ils élisent un président et un secrétaire et, chaque jour de marché, les vendeurs des fromageries sont là, avec des échantillons, et mettent en vente tant de meules chacun. Les acheteurs font leurs offres publiquement, surenchérissement les uns sur les autres, lorsque le marché est actif, et les lots de fromage restent au plus offrant et dernier enchérisseur, qui en prend livraison à un jour convenu.

Ce qui fait le principal avantage de ces marchés, c'est qu'on y est abonné au service de renseignements donné par les lignes télégraphiques, on y reçoit les journaux de commerce, etc., de sorte que l'on est toujours à même de connaître exactement l'état du marché. Les frais sont couverts par une cotisation entre les membres de l'association.

Nous avons ensuite signalé l'ouverture, cette saison, du marché de Cowansville, le premier marché de ce genre dans la province. Voici maintenant que les fromagers de la région de Chicoutimi suivent cet exemple. Ces derniers ont déjà tenu un marché, dont notre confrère, le *Progrès du Saguenay*, parle en ces termes :

Vingt et une fabriques, parmi lesquelles nous comptons les plus importantes, se sont syndiquées et ont passé un règlement établissant leurs obligations. La première vente, celle du fromage pour la première quinzaine de juin, a été fixée à mardi dernier et il fut convenu que chaque fabrique serait représentée.

Mardi, il y avait non seulement un représentant, mais deux ou trois pour chaque fabrique et l'assemblée pour la vente du fromage qui a eu lieu à nos bureaux se composait de 75 cultivateurs.

M. J. D. Guay, qui a accepté provisoirement la présidence du syndicat, dans le but d'aider à le mettre en opération présidait à la vente. Les acheteurs présents étaient M. Elzéar Boivin, du syndicat local, M. W. Grant, représentant la maison Kirkpatrick et Cookson, M. Mars Belley, représentant la maison Ayer, et M. L. E. Guay, représentant la