

emple. Un étalage frais et appétissant de légumes avec un meilleur service de livraison qu'il n'en existe ailleurs pourrait avoir un très fort attrait sur le public.

Mais un article meilleur encore et, de fait le meilleur genre de marchandises que nous puissions conseiller, c'est l'oeuf. Naturellement tout épicier vend des oeufs, mais ce ne sont pas tous les épiciers qui se rendent compte des merveilleuses occasions de faire des bénéfices que leur offrent les oeufs. Il n'y a aucun genre d'articles d'épicerie au sujet duquel Mme la Ménagère soit aussi difficile. Elle peut aller très loin pour trouver des oeufs qu'elle sera certaine d'avoir strictement frais et qui lui seront livrés à domicile sans la moindre casse. D'ailleurs, quand le commerce des oeufs est bien fait il rapporte beaucoup.

Jetons un coup d'oeil dans le magasin de l'épicier réellement progressif, celui qui a choisi l'oeuf comme marchandise principale (et il y en a des milliers), celui qui, chaque année, prend la résolution d'augmenter le chiffre de ses affaires et y réussit.

Vous constaterez qu'il place toujours les oeufs au premier rang dans ses annonces, dans ses conversations avec ses clients et dans ses étalages. Il donne une garantie sur la qualité d'abord, puis sur la casse et, soit dit en passant, il s'est muni d'un matériel convenable pour la livraison des oeufs en toute sécurité au domicile de ses clients.

Au lieu d'acheter, comme le font certains épiciers, des oeufs classifiés selon la qualité et mis en boîtes, il les achète directement chez le cultivateur, les classifie lui-même selon leurs dimensions, obtient le prix ordinaire pour les plus petits et de 5 à 10 cents de plus pour les plus gros.

Comme environ les 2-3 des oeufs dans une boîte de 30 douzaines, sont gros, son surplus de bénéfices est d'environ \$1 par boîte. Il donne un nom à chaque classe d'oeufs et, bientôt, sa clientèle se rend compte de la qualité exceptionnellenent élevée de sa marque. Mais, contrairement à l'épicier qui vend les marques ordinaires mises en boîtes par les marchands en gros; il constate que le client doit venir dans son magasin pour acheter sa marque qui ne se trouve pas ailleurs. Les clientes parlent à leurs voisines de l'excellente qualité des oeufs vendus par Smith, et la clientèle augmente constamment.

Voilà donc des nouveaux clients, des anciens clients satisfaits, une forte augmentation de bénéfices dans son comptoir aux oeufs, simplement parce qu'il se sert, pour la manipulation des oeufs, d'un système qui lui permet de les garantir, non seulement sous le rapport de la qualité, mais encore contre la casse au moment de la livraison.

L'expérience est bien simple, n'est-ce pas? Tous les épiciers vendent des oeufs. Le capital nécessaire pour la faire est très faible, et le fait que des milliers d'épiciers mettent les oeufs en évidence avec succès et profit prouve que d'autres peuvent en faire autant.

Nous conseillons donc aux épiciers qui recherchent continuellement quelque moyen d'augmenter leurs affaires d'essayer de mettre les oeufs au premier plan. Qu'ils établissent dans leurs magasins un système de manipulation des oeufs qui fera éviter la perte de temps et la fatigue, ainsi que la casse, et leur permettra de donner à leur clientèle un service meilleur qu'

ailleurs. Ils verront que la clientèle vient chez eux, non seulement pour les oeufs, mais aussi pour d'autres articles, et que les oeufs feront augmenter leurs affaires et le chiffre de leurs bénéfices, tout comme l'ont constaté de si nombreux de leurs confrères en épicerie.

LE NOUVEL EMPAQUETAGE DE CENT CIBLES

Cibles en petits barils de 100, empaquetage d'un maniement facile, solide et faisant éviter toute casse de cibles. Avez-vous entendu parler de ce nouvel empaquetage de cibles, vous qui faites usage des Cibles Main du Pont? Il vous sera beaucoup plus facile, maintenant, de compléter l'équipement nécessaire pour le sport de l'après-midi avec la Cible à Main du Pont. C'est justement ce qu'il vous faut. Il n'est plus nécessaire, maintenant, d'acheter des cibles en barils embarrassants de 500. Il y a de la place en abondance dans votre automobile, votre voiture ou votre canot pour votre équipement. Ces petits barils sont vendus par tous les marchands qui tiennent des cibles.

Les personnes qui se servent des Cibles du Pont apprendront avec plaisir que l'un des plus importants manufacturiers emballe déjà des cibles à raison de 100 par petit baril et que d'autres vont sans doute suivre son exemple. Un grand nombre de ces personnes se plaignaient d'éprouver de la difficulté à se procurer des cibles en quantités moindres de 500, ce qui exigeait une dépense additionnelle pour avoir un baril difficile à manier et prenant beaucoup d'espace. Nous nous sommes mis à l'oeuvre immédiatement et, en conséquence on peut se procurer maintenant des cibles en paquets ou barilles de 100 chez n'importe quel marchand de cibles.

—Un des meilleurs moyens de déterminer la valeur d'un journal, c'est de constater la stabilité de ses taux d'annonce: Plus le journal est bon, moins son tarif varie et plus ses escomptes sont minimes.

—Quinze sous la ligne peut être moins cher dans un journal que cinq sous dans un autre.

—Le vieil axiome que "ce qui vaut la peine d'être fait" s'applique surtout à la publicité.

—Vous ne devriez pas plus songer à encombrer votre espace qu'à encombrer les comptoirs de votre magasin.

—Ne diminuez jamais votre annonce durant les soi-disant périodes de dépression. L'expérience a démontré que le meilleur temps pour annoncer, c'est "tout le temps".

Depuis le commencement de la guerre les prix du cuir brut ont augmenté en Allemagne, de 75 à 100 pour cent, suivant la qualité. En outre pour la confection d'une paire de chaussures ordinaires il en coûte aujourd'hui de 8 à 16 marks au lieu de 4 à 8, s'il faut en croire un correspondant du "Berliner Tageblatt."