

national aujourd'hui et qu'il le sera encore demain.

Le Ministre de la Marine vient d'ailleurs de faire une déclaration à la Chambre des Communes qui devra les fixer sur ce point.

Interrogé sur ce que deviendraient les dragues quand le chenal serait entièrement creusé à une profondeur de 30 pieds, le Ministre a répondu: "Nous les emploierons à le creuser à 35 pieds."

N'est-ce pas dire que Montréal n'a rien à craindre de l'avenir et que des navires d'un tirant d'eau supérieur à celui du "Laurentic" y auront accès ?

L'OPPORTUNITE DES ACHATS

N'achetez pas de marchandises si vous ne savez comment vous en disposerez quand elles arriveront.

Si vous achetez une nouvelle ligne ou un lot d'occasion, placez ces marchandises là où elles peuvent être vendues, et ne vous contentez pas de les accumuler en magasin.

Beaucoup d'acheteurs ont l'habitude de faire des achats considérables afin d'obtenir une forte commission, dix pour cent peut-être, sur des marchandises qui resteront en magasin pendant un an; ne vaudrait-il pas mieux acheter seulement pour les besoins immédiats, quand bien même vous paieriez un peu plus pour des achats plus fréquents, tenant ainsi un stock de marchandises fraîches et propres ?

En même temps, il ne faut pas oublier que vous aurez ainsi à votre disposition l'argent que vous auriez dépensé pour l'achat d'une forte ligne ou pour mettre en stock un seul article; avec cet argent disponible, vous pourrez acheter autre chose et, en fin de compte, vous feriez plus de profits.

Mais en ce qui concerne les forts achats, si vous pouvez obtenir une grande quantité de marchandises à un certain prix, achetez, pourvu que vous puissiez vous en débarrasser dans un intervalle de temps raisonnable — par exemple dans quelques mois au plus.

La ligne de marchandises en question est une considération importante quand il s'agit de la quantité à acheter.

Les nouveaux commis-voyageurs et nombre d'anciens aiment prendre de fortes commandes, quand même il s'écoule des mois avant qu'ils n'en obtiennent une autre.

Combien mieux ils se trouveraient s'ils pouvaient faire une vente chaque fois qu'ils se présentent et combien plus satisfaits vous seriez, si vous aviez toujours en magasin un stock frais !

LE CHEMIN DU SUCCES

On dit que sur vingt commis d'un magasin un seul deviendra acheteur, puis associé et obtiendra un succès final dans le commerce; que sur vingt employés d'une imprimerie, un seul arrivera à être propriétaire d'un journal et deviendra un éducateur du public; que sur vingt apprentis dans un chantier maritime, un seul deviendra constructeur de navires; que sur vingt jeunes gens travaillant dans une ferme, un seul possèdera une ferme. Quelquefois nous considérons nos jeunes amis et nous nous demandons quel sera celui qui aura la chance de réussir ? dit "The Buyers' Magazine." La chance ? Il n'y a pas de chance là-dedans quand nous y réfléchissons bien. La chose est certaine comme la règle de l'addition, et le jeune homme qui distance ses compétiteurs est celui qui a la maîtrise de son affaire, qui persévère dans son intégrité, qui mène une vie décente, saine, qui consacre son temps libre à l'acquisition de nouvelles connaissances et à son instruction, qui se fait des amis en leur rendant service, qui fait des économies. Beaucoup d'essais ont été faits pour arriver promptement au succès; mais le succès n'a été atteint qu'en suivant les anciens principes d'intégrité, d'industrie et d'économie.

LES ORANGES DE FLORIDE

Un correspondant du "Fruit Trade Journal", à Kissimmee, en Floride, écrit ce qui suit:

"De toutes les parties du pays, des rapports annoncent que, la saison prochaine, la récolte des oranges sera la plus forte qu'il y ait encore eu. Les pluies sont tombées exactement en temps propice pour produire une pleine floraison et ont continué par intervalles jusqu'à ce que les fleurs se soient transformées en fruits.

"La saison dernière, il a été expédié d'ici environ 150,000 boîtes et, d'après des estimations plutôt au-dessous de la réalité, les expéditions, l'hiver prochain, s'élèveront à 300,000 boîtes; on s'attend à obtenir dans l'avenir des prix bien meilleurs pour les oranges de Floride que ceux qui ont été réalisés pendant les quelques dernières années. Les affaires en général prendront, dans ce district, une activité inconnue auparavant.

"Non seulement on s'attend à une récolte considérable d'oranges, mais les producteurs déclarent que les fruits de toute catégorie donnent de belles espérances et promettent un énorme rendement; ceci est particulièrement vrai des goyaves; les goyaviers sont déjà couverts de ce fruit délicieux".

D'autre part, voici ce que disait dernièrement M. J. C. Swingling, président de la Florida Fruit and Citrus Growers Association:

"La récolte des oranges en Floride surpassera celle de toute autre année postérieure à l'année 1895 et nous produirons la moitié de la récolte entière de la Californie.

"Pendant des années nous avons supporté les abus des courtiers en fruits qui ont à peu près gouverné le marché, faisant de gros profits et maintenant élevés les prix des oranges. Dorénavant nous mettrons directement sur le marché les produits de la Floride, ce qui réduira de 40 pour cent le prix des oranges. Avant que cette lutte ne soit terminée, les oranges se vendront à raison de trois pour cinq cents, au lieu de cinq cents pièce".

CONSUL DE CHINE AU CANADA

Le gouvernement chinois, d'après des renseignements parvenus au Ministère du Commerce, vient de nommer Kung Hsin Chao consul-général de Chine au Canada. M. Kung est le premier consul-général de Chine nommé au Canada. Il partira de Liverpool le 18 juin pour venir prendre possession de son poste. On ignore si le consul-général établira sa résidence à Ottawa ou sur la Côte du Pacifique; on croit, cependant, qu'il s'établira dans la capitale et nommera un consul en Colombie-Anglaise.

LA PUBLICITE — SON AVENIR

M. J. Arren, après avoir publié dans le journal l'Eclair, de Paris, une série d'articles sur la publicité, termine cette série par les réflexions suivantes:

1o. Persuadons-nous d'abord qu'il existe une science de la Publicité: lorsqu'une maison de commerce a décidé de consacrer une certaine somme à se faire connaître du public, elle doit élaborer avec le plus grand soin un plan de campagne: les organes où elle fera paraître ses annonces seront choisis; le style, le thème des réclames dans chacun d'eux devra être varié suivant le public auquel s'adresse. La rédaction des annonces, leur illustration sont des problèmes requérant beaucoup de connaissances, d'habileté et de réflexion chez ceux qui entreprennent de les résoudre.

* * *

2o. Les jours de la Publicité "au petit bonheur" sont comptés. Actuellement nous voyons paraître chaque jour des "clichés" lamentables de banalité et de maladresse où la place et l'argent sont gâchés comme à plaisir. Les maisons qui les emploient peuvent se permettre ce