

Somme toute, le principe en jeu est simplement l'abécé de la psychologie. Vous intéressez une personne en lui parlant d'elle-même, mais si vous lui parlez de vous-même elle cesse de vous écouter.

Cependant certaines lettres tombent à plat après avoir attiré l'attention au début: Elles font la proposition avec tant de faiblesse, d'une façon si peu engageante que personne ne ressent le désir d'acheter votre marchandise. On écoute les propos du vendeur, par curiosité; mais le désir d'informations n'est pas satisfait.

Puisqu'on ne peut présenter sa marchandise il faut la décrire le mieux possible, dépeindre ses qualités, afin que le client en perspective sache exactement de quoi il s'agit et voie, pour ainsi dire, l'article devant ses yeux.

Que la lettre soit un peu longue, peu importe, pourvu qu'elle ne compte pas de phrases vides. Nous avons lu une lettre d'affaires de vingt-cinq pages qui était intéressante, parce que la proposition qu'elle expliquait ne pouvait se résumer en peu de lignes, vu sa grande importance.

Dites aussi brièvement que possible ce que vous avez à dire; mais, avant de vous arrêter, soyez sûr que vous avez tout dit. Relisez-vous ensuite et retranchez les mots et les phrases inutiles qui fatigueraient le lecteur. Comptez chaque mot, comme un avare compte ses dollars.

LE BUT DE LA CHAMBRE DE COMMERCE FRANÇAISE.

Le but de la Chambre de Commerce française est de développer les rapports commerciaux, industriels et financiers entre la France, ses possessions et le Canada.

Elle recueille tous les renseignements pouvant faciliter les transactions du commerce français et elle se tient constamment à la disposition des négociants français, des Chambres de Commerce, des Chambres Syndicales et des Institutions industrielles et commerciales, pour répondre aux demandes qui lui sont adressées.

Elle renseigne le commerce français sur le commerce et l'industrie au Canada, sur la législation commerciale canadienne, sur les tarifs de douane et d'octroi, sur les traités de commerce ou autres conventions concernant le Canada, sur l'exécution et l'organisation des travaux et services publics pouvant intéresser le commerce et l'industrie, tels que les travaux de ports, les transports par eau ou voies ferrées, les postes et télégraphes, lignes de steamers, etc. Elle veille sur les contrefaçons dont les produits français pourraient être l'objet.

Elle fait connaître le résultat de ses travaux, soit par correspondance soit par l'intermédiaire de son "Bulletin Mensuel". Elle se prête aux conciliations et arbitrages en matière commerciale.

Elle adresse chaque année, au mois de juillet, à M. le Ministre du Commerce et de l'Industrie en France, un rapport de ses travaux et de sa situation.

La Chambre de Commerce, tout en continuant l'œuvre de ses devanciers, redoublera d'ardeur dans l'accomplissement de ses travaux car la guerre lui dicte de nouveaux devoirs.

Nous voulons profiter des événements qui modifient si profondément à cette heure le monde économique pour sortir d'une quiétude qui devenait dangereuse devant les empiètements du commerce ennemi.

Nous voulons livrer bataille au commerce austro-germain envahissant dont la menace grandissait tous les jours et que nous saurons atteindre partout où nous le rencontrerons.

La Chambre de Commerce a déjà étudié les cas principaux dans lesquels les produits allemands et autrichiens importés au Canada peuvent être combattus notamment dans les tissus, nouveautés, articles d'habillement, ameublement, lingerie, articles de Paris, bimbeloterie, articles de fantaisie, verrerie, porcelaine, faïence, cristaux, articles divers, papier et ses applications, fers, métaux, appareils électriques, carrosserie, produits chimiques, matières premières, cuirs et peaux, parfumerie, savons.

Nos intérêts sont aussi étroitement liés à ceux des Chambres de Commerce du Canada et surtout de la province française de Québec qui mènent le même combat que nous.

Une grande partie des articles importés jusqu'à présent par les pays ennemis peuvent être fabriqués au Canada et nos efforts ne peuvent qu'aider à leur production comme à leur exportation.

Les relations commerciales entre le Canada et la France devant se développer de plus en plus après la guerre, il faudrait que la Cie Générale Transatlantique améliorât son service qui devrait devenir bi-mensuel. Les importateurs et les exportateurs devraient aussi favoriser cette ligne.

La Chambre de Commerce française se tient à la disposition des grands quotidiens et des journaux commerciaux pour toutes les demandes faites par la France pour représenter ou acheter des produits canadiens. Nous tenons à la disposition de ces journaux les demandes d'agents pouvant représenter les maisons françaises désirant faire des affaires au Canada.

L'AUGMENTATION DU PRIX DU ZINC

La production mondiale du zinc a été de \$1,070,045 tonnes en 1912 et de 1,093,635 tonnes en 1913. 530,003 tonnes ont été produites par l'Allemagne et la Belgique en 1913. La guerre a beaucoup réduit cette production et, en tous cas, ces deux pays n'exportent plus de zinc. Leurs exportations s'élevaient à environ 185,000 tonnes, dont 145,000 pour l'Angleterre. En 1913 les Etats-Unis ont produit 346,676 tonnes de zinc.

La Belgique et l'Allemagne à part, le monde emploie, par année, 750,000 tonnes de zinc dont 25 pour cent sont fournies par les deux pays ci-dessus mentionnés, et 46 pour cent par les Etats-Unis. Pour que la république américaine prenne la place de la Belgique et de l'Allemagne il faudrait qu'elle augmente sa production de 55 pour cent.

Du 1er juillet 1914 à avril 1915 elle a exporté 102,397 tonnes, ce qui représente une moyenne annuelle de 170,000 tonnes environ contre les 185,000 qui étaient la moyenne de la Belgique et de l'Allemagne.

L'un des effets de la guerre a été une réduction importante de l'usage du zinc dans les arts industriels. Par exemple, les exportations de feuilles galvanisées d'Angleterre ont été de 129,239 tonnes en sept mois—août 1914 à février 1915.—contre 612,047 en sept mois pour la période correspondante précédente, soit une diminution de 79 pour cent.

D'autre part la guerre a provoqué une très forte demande de cartouches qui a exigé l'emploi de cuivre jaune composé approximativement de deux parties de cuivre et d'une partie de zinc. Les fabriques de cuivre jaune de la Nouvelle-Angleterre ont été très occupées depuis plusieurs mois, et la consommation du zinc a augmenté considérablement, ce qui a causé l'augmentation du prix de ce métal.