

pas la fumée du tabac, la compagnie va déplaire à 90 pour cent de sa clientèle. Elle y perdra sûrement au point de vue de la recette en plus d'être injuste envers ceux qui éprouvent le besoin de fumer, soit en allant à leur travail, soit en en venant. Ce n'est pas précisément du progrès. Dans plusieurs villes des Etats-Unis et d'Europe, les compagnies de tramways mettent à la disposition des voyageurs des voitures tout indiquées pour les fumeurs. Pourquoi Montréal n'aurait-elle pas les siennes? Nos tramways sont continuellement placardés d'affiches annonçant les cirques, les expositions ou les événements sportifs et qui toutes sont lues. Par le même système on pourrait faire reconnaître les chars à fumer le jour où la compagnie voudra se rendre agréable envers le public voyageur, sans distinction de caste ou de rang. Elle y gagnera assurément et le public n'y perdra rien.

UNE FUMEUSE QUI EST MORTE A 108 ANS

Bryan, Ohio, 17 — Mme Elisabeth Maughterman vient de mourir ici, juste douze jours après avoir célébré son 108ème anniversaire de naissance. Elle était née en Pennsylvanie, le 1er juin, 1805.

Mme Maughterman était la mère de dix-sept enfants, dont quatre sont vivants et sa descendance s'étend jusqu'à la cinquième génération. Son père a servi pendant la guerre de 1812 et son mari pendant la guerre civile. C'était une fumeuse invétérée.

LE COMMERCE PENDANT LES VACANCES.

Voici revenu le temps des vacances et le marchand de cigares qui a du jugement et de l'initiative en tirera le plus de profit possible. Il s'intéressera aux projets qu'ont conçus pour les vacances ses clients et il manifestera le désir de les voir partir pour leurs excursions d'été avec un bon approvisionnement de cigares de leurs marques favorites.

La nécessité d'avoir un stock varié.

Celui qui tient un débit de tabacs et veut prouver qu'il s'est rallié aux idées modernes ne doit pas avoir en magasin rien que les articles dont il fait étalage dans les vitrines; il faut qu'il ait aussi un fort stock d'autres marchandises. Les gens comptent bien, en entrant dans un magasin trouver d'autres marques et d'autres marchandises en plus de celles qui sont annoncées et exposées. Ils comptent trouver une ligne complète de cigares, cigarettes, petits cigares, tabac à fumer, pipes et en général d'articles pour fumeurs. Votre publicité ne vous rapportera au plus que la moitié de ce qu'elle doit vous rapporter si vous ne tenez en magasin et ne vendez que les marques spéciales que vous avez annoncées. La publicité devrait servir à plus qu'à vendre certaines marques. Elle devrait donner une impression favorable au public au sujet du magasin, puis les y faire entrer. Une fois que les gens sont à l'intérieur, c'est aux vendeurs à faire de ces curieux des clients réguliers.

Que le nouveau client se sente chez lui!

Pour la plupart des gens, l'influence de l'habitude est très grande. Quand un fumeur a changé de domicile et qu'il cherche à se rendre compte des endroits où il pourra acheter des cigares, des cigarettes et du tabac et la question se pose pour lui: quel magasin choisirai-je tout d'abord?

Si, quand le fumeur entré dans un magasin pour la première fois, l'homme qui se trouve derrière le comptoir peut s'arranger pour que le nouvel arrivant se sente chez lui, pour qu'il sente qu'il est cordialement le bienvenu et que sa clien-

tèle est appréciée, il est déjà bien probable qu'il reviendra dans ce magasin.

S'il revient plusieurs fois, il prendra instinctivement l'habitude d'y entrer chaque fois qu'il aura envie de fumer et qu'il lui manquera quelque chose.

Les problèmes que doit résoudre le marchand de tabac.

Tout homme qui parvient à s'élever un peu a des problèmes à résoudre. Pour chacun de nous, c'est notre problème qui paraît le plus difficile. Mais là n'est pas le point; il s'agit de les résoudre, ces problèmes. Approfondissez-les et solutionnez-les. Plus vous retarderez à faire une chose absolument nécessaire, plus vous éprouverez de difficultés à la faire.

EXPORTATIONS DE CIGARES DE LA HAVANE.

La Havane, 14. — Le tableau suivant établi d'après les chiffres officiels du bureau des douanes de Cuba indique le nombre de cigares expédiés par le port de La Havane pendant la deuxième quinzaine de mai dernier:

	Cigares.
Grande-Bretagne	2,037,800
Etats-Unis	1,794,800
France	1,351,500
Canada	634,100
Allemagne	338,195
Espagne	277,693
République Argentine	200,855
Australie	111,500
Autriche	98,630
Iles Canaries	32,225
Brésil	16,780
Belgique	14,026
Mexique	9,000
Pays-Bas	5,750
Vénézuéla	2,500
Antilles Anglaises	2,000
Suisse	1,300
Afrique Française	1,000
Etats-Unis de Colombie	700

Total du 16 mai au 31 mai 1913	6,930,453
Total du 16 mai au 31 mai 1912	9,546,742

Diminution dans la deuxième quinzaine de mai	
1913	2,526,289

Total du 1er janvier au 31 mai 1913	72,693,306
Total du 1er janvier au 31 mai 1912	67,178,976

Augmentation durant les cinq mois en 1913	5,514,330
---	-----------

Diminution pour certains pays durant la deuxième quinzaine de mai 1913, comparativement à 1912:

Etats-Unis	1,010,667
Grande-Bretagne	858,421
Australie	285,950
République Argentine	269,985
Canada	200,275
Espagne	108,391

Augmentation pour certains pays pendant la deuxième quinzaine de mai 1913, comparativement à 1912:

Autriche	98,630
Allemagne	45,694