

ECOLE SUPERIEURE PRATIQUE DE  
COMMERCE ET D'INDUSTRIE  
DE PARIS

(Suite).

Mais, ce n'est pas auprès de vous, jeunes gens de ce matin du XXe siècle, fils d'industriels et de commerçants avisés, ouverts à toutes les idées d'initiative et de progrès, ce n'est pas auprès de vous qu'il est nécessaire de plaider la cause de la Publicité! Vous avez déjà la notion précise de cette puissance qui se manifeste autour de vous sous les formes les plus diverses:

Avec le prospectus, modeste et peu coûteux, que des distributeurs importuns glissent dans votre main à tous les carrefours et qui s'enhardit souvent jusqu'à franchir votre porte dans la boîte du facteur;

Avec le catalogue élégant et luxueux, "ce véritable voyageur de commerce" qui possède l'heureux privilège de se trouver simultanément partout où sa présence est utile, et qui, grâce aux illustrations dont il est orné, fait circuler tout un magasin avec lui, bien mieux, comme je vous le montrerai tout à l'heure, des usines entières avec la reproduction fidèle des moindres détails de leurs machines les plus compliquées.

Avec l'insertion, insinuante ou brutale, qui sous des aspects variés—article d'allure scientifique, échos, fait divers, annonces et petites annonces—surgit en mille endroits, dans les quotidiens de la première à la dernière page, dans les journaux spéciaux, dans les périodiques, dans les almanachs, dans les annuaires, dans les guides et indicateurs de voyages, dans les programmes de spectacles;

Avec les objets réclame et divers qu'on ne peut en citer qu'une infime partie: glace de poche, porte cartes, éventails, canifs, etc.;

Et enfin avec l'affiche qui s'étale audacieuse, criarde, lumineuse, flamboyante sur tous les emplacements qui lui sont réservés le long des murs de nos villes, aux étages supérieurs de nos plus hautes maisons modernes, dans les profondeurs de notre métropolitain, dans les gares de chemins de fer, dans tous les véhicules servant au transport en commun, dans les endroits les plus reculés et les plus retirés, et à travers les campagnes en bordure des voies ferrées, jusque dans les bourgs lointains, au grand dommage parfois de la beauté des paysages. Une Société n'a-t-elle pas élevé sa protestation contre l'envahissement des plus beaux sites par cette Fée qui, peut-on dire, jouit du don d'ubiquité? et que dirait-on encore si le rêve d'aujourd'hui, la publicité sur les nuages, devient la réalité de demain!

(A suivre)

# DAOUST, LALONDE

## & CIE

Manufacturiers de Chaussures, Agents  
pour les Claques Jacques-Cartier, ont  
l'honneur de prévenir leurs clients qu'ils  
ont déménagé au No 49 CARRE VICTO-  
RIA, dans le local autrefois occupé par  
MM. Ames-Holden Ltd.

# DAOUST, LALONDE

## & CIE

49 CARRE VICTORIA, MONTREAL

HOW TO FREE  
HIGH HALLS  
OF DUST-WEBS



## L'Époussetoir "Ideal"

Résout la Question du Plancher Ciré

Le problème de la poussière est constant—comme celui du lavage de la vaisselle—la corvée de l'époussetage est réduite de moitié avec le "Ideal." Il fait impression, comme appareil mécaniquement correct et nécessaire, sur plus de personnes que ne l'a jamais fait votre "Mop"—Se Tordant Automatiquement et nous osons dire que, depuis près de 20 ans, nos produits n'ont pas été l'objet de plaintes, grâce à leur construction parfaite. Vous pouvez donc les vendre—comme vous les achetez—en toute confiance. Nous sollicitons des ordres d'essai par l'intermédiaire des marchands de gros. Si vous n'avez pas reçu de matière à publicité avec vos marchandises envoyez nous une carte postale.

TARBOX BROS., Mfrs., Toronto, Ont.

Dépôt en Angleterre, 2 Hope Chambers, Liverpool.



## COLD STORAGE

Circulation d'air froid et sec, Ventilation parfaite, Température appropriée à la nature des produits à conserver.

Conservation, d'après les méthodes scientifiques les plus approuvées, de

Beurre, Fromage, Œufs, Fruits.

Coin des rues des Sœurs Grises et William, Montréal.

G. M. GOULD, GÉANT.