

sibilité d'être détourné par ses compétiteurs.

Mal, par-dessus tous ces avantages et les nombreux autres avantages locaux, la voie d'eau devrait faire impression sur les Canadiens dans toutes les parties du Dominion, comme voie qui assurerait le transport des produits du Dominion sous notre propre pavillon à travers notre propre territoire, sur nos propres navires, conduits par nos propres matelots, dans nos propres ports, et en favorisant et en établissant un trafic international, on contribuerait beaucoup au développement d'un Canada prospère et uni.

Les opinions diffèrent sur l'attitude du gouvernement, devrait-il entreprendre les travaux comme travaux du gouvernement ou garantir l'intérêt sur des obligations de la Montreal, Ottawa & Georgian Bay Canal Company, au montant de \$100,000 à 3½ pour cent (le ½ pour cent étant destiné au fonds d'amortissement) ce qui étant le coût estimé des travaux pour un canal de 22 pieds?

Cette compagnie existe depuis 1884 et a fait beaucoup de travaux précieux jusqu'à présent.

La compagnie a eu à son service des ingénieurs éminents, parmi lesquels on peut mentionner M. Wizner (décédé maintenant), qui fut le premier à se rendre compte qu'un canal de 22 pieds pouvait être construit au lieu d'un canal de 14 pieds, comme on l'avait préconisé au paravant. Et cette découverte est ce qui a conduit le gouvernement à faire un nouvel arpentage de la route en tête, à partir de la Rivière Française jusqu'à Montréal. Un arpentage fut fait de la portion de la Rivière Française du Canal sous la direction du défunt Honorable J. J. Tarte, alors ministre des travaux publics du Canada.

La Georgian Bay Co. a rendu un important service en faisant connaître au Canada — je peux dire en fait au monde entier — la grande importance de cette voie d'eau et, cela faisant, a dépensé une forte somme d'argent. Donc si une compagnie doit construire le canal, cette compagnie devrait et doit avoir la préférence sur toutes les autres. La discussion récente qui a eu lieu au parlement a fait ressortir que le projet a de nombreux amis parmi nos hommes publics et bien que des raisons financières puissent faire hésiter le gouvernement, l'époque viendra où les travaux seront entrepris.

L'ECONOMIE DU TEMPS

L'économie du temps, c'est-à-dire l'emploi intelligent du temps, est un des grands facteurs de succès dans toute entreprise; c'est pourquoi le génie inventif de l'homme s'occupe constamment de trouver des moyens de multiplier la valeur de la journée. Tout ce qui permet à un

homme de produire davantage avec moins d'effort, épargne son temps et son énergie et lui permet de se livrer à des entreprises impossibles pour lui auparavant. La locomotive à vapeur, le télégraphe, le téléphone, l'automobile, le moteur électrique, le clavographe, la presse d'imprimerie perfectionnée, etc., ont plus fait pour le développement de la civilisation et l'augmentation de la richesse du monde que ce qui a été accompli en mille ans d'efforts avant ces inventions. Tout ce qui économise le temps augmente les commodités et limite la perte d'énergie mentale ou physique, augmente le pouvoir producteur d'argent du monde et devient une nécessité en affaires. A mesure que de nouvelles inventions apparaissent, de nouveaux besoins se font sentir et de nouvelles méthodes doivent être créées pour utiliser ces inventions.

M. Napoléon Drouin, le nouveau maire de Québec, dont nous reproduisons la



photographie ci-dessus, est un "self made man".

Né à St-Roch, Québec, il ouvrit d'abord, en compagnie de ses deux frères, un magasin d'épicerie de détail dans cette partie de la Cité, St-Roch. Il transporta ensuite son épicerie dans la ville basse et entreprit peu après un commerce d'épicerie en gros, connu autrefois sous le nom de Drouin Frères, et plus récemment sous la raison sociale de Drouin Frères & Rattray, Limited.

M. Napoléon Drouin est un des principaux propriétaires de la Rock City Tobacco Co., de Québec, et président de la Rock City Cigar Co., de Lévis. Il a été membre du Conseil Municipal de Québec pendant les quatorze dernières années. Bien qu'un des plus forts arguments opposés à l'élection de M. Napoléon Drouin était qu'il parlait à peine anglais, on croit qu'une grande majorité des voteurs de langue anglaise a voté pour lui.

UNION LIFE ASSURANCE

Nos lecteurs trouveront dans une autre partie de ce numéro, un extrait du rapport de cette Compagnie pour l'exercice terminé le 31 décembre 1909.

On remarquera le fort accroissement du revenu des primes (\$83,581.49), le plus fort, en réalité, que la Compagnie ait jamais eu depuis qu'elle a été fondée.

La Union Life Assurance a actuellement dans ses livres plus de \$15,000,000 de risques bien choisis avec primes payées. Le taux des décès parmi les assurés de la Compagnie est l'un des plus bas, peut-être le plus bas des Compagnies d'Assurance Industrielle.

Les opérations réelles de la Compagnie s'étendent sur une période de sept ans et demi environ et, durant cette période, une augmentation constante de \$2,000,000 d'assurances en vigueur s'est maintenue d'année en année.

La proportion des dépenses aux revenus a été diminuée l'année dernière de près de 4 p. c.

La Union Life Assurance est une Compagnie active, gagnant continuellement en force et en ressources et sachant modérer ses dépenses. Le choix de ses risques parle hautement en sa faveur.

NOTES DE COMMIS-VOYAGEURS

M. A. E. Benoit, voyageur de l'Imperial Tobacco Co. of Canada rapporte que le tabac à pipe Calabash en boîtes (format de poche) est très apprécié des fumeurs.

M. E. Gaboury, voyageur de l'Imperial Tobacco Co. of Canada, nous dit que les Américains ne pensent plus à traverser la frontière pour se procurer leur tabac, depuis que le tabac GREAT WEST (que du reste tous les Canadiens fument) est sur le marché.

M. Bohémier, voyageur de l'Imperial Tobacco Co. of Canada, signale une bonne augmentation des ventes de la cigarette Bouquet, un peu partout sur son terrain.

DECES DE M. WILLIAM H. SEYLER

Nous avons appris avec un très profond regret, la mort de M. William H. Seyler, gérant, à Toronto, du "Canadian Grocer". M. Seyler était bien connu à Montréal, dans le commerce d'épicerie. Il avait été, en effet, pendant plusieurs années, le représentant de notre excellent confrère à Montréal où il a laissé le meilleur souvenir.

M. Seyler laisse après lui une veuve et trois enfants à qui nous offrons nos plus sincères condoléances.

Nous offrons également nos sympathies à notre confrère le "Canadian Grocer" qui perd en M. Seyler, le plus dévoué des collaborateurs.