

sont imprimées et que leur distribution soit bien ordonnée, la dépense est la même, qu'il y en ait plus ou moins à distribuer dans un territoire donné.

Un autre système de publicité adopté par quelques marchands avec profit, est celui qui consiste à se rendre de maison en maison et de solliciter la clientèle. Si un marchand peut invoquer l'aide des manufacturiers pour lui fournir des échantillons de certains articles à laisser dans les maisons pendant cette sollicitation, les intérêts des deux parties seront sauvegardés. Une telle sollicitation n'a pas besoin d'être faite d'un seul coup, bien que ce soit une bonne chose si on peut le faire; mais on peut l'étendre à une portion du district à la fois. Cela aura pour résultat une augmentation de la clientèle dont le pourcentage dépendra tout à fait des circonstances et de la manière dont le travail a été fait auparavant.

L'art de disposer un étalage devrait être étudié soigneusement. Il est assez important de passer quelque temps à disposer les étalages de vitrines et à faire quelques arrangements d'une manière originale ou qui attirent l'attention. Si le propriétaire du magasin ne peut pas faire cela lui-même, il peut avoir un commis intelligent qui serait heureux de s'y faire la main. Dans ce cas, le patron devrait mettre ce commis au travail et lui fournir un matériel décoratif suffisant. Si ce commis réussit, le patron n'a qu'à le garder à cet ouvrage. Ne laissez jamais un étalage demeurer dans le même état plus d'une semaine au maximum, et disposez votre étalage vers la fin de la semaine de façon à attirer la clientèle du samedi. Ce point a une importance particulière dans les districts de la campagne, bien que dans la ville où le téléphone est d'un usage général, la manière dont une vitrine est disposée n'a pas autant d'influence, parce que les acheteurs en perspective la voient rarement. Ceci n'est pas un argument qui doive pousser à la négligence, parce qu'une vitrine disposée d'une manière attrayante amènera sûrement de nouveaux clients, on peut dire même, augmentera les affaires avec les anciens clients.

Une combinaison de toutes ces différentes sortes de publicité rapportera les plus grands profits. L'argent dépensé dans ce but n'a pas besoin de se monter à une forte somme, quand même les quatre méthodes seraient employées simultanément. Beaucoup dépend de votre localité et plus encore de votre individualité. L'homme qui a de l'initiative, l'homme qui peut faire une publicité si personnelle; peu importe le système adopté, qu'elle sera toujours présente aux yeux du public, adoptera inconsciemment des moyens et des méthodes qui attireront la clientèle; il peut se

faire que quelques autres annonceurs fassent aussi bien. Par conséquent, on ne peut pas fixer de règle pour une publicité unique ou une publicité à combinaison; mais ces suggestions peuvent être modifiées de manière à convenir aux conditions locales, et on peut conduire aussi une campagne sur une base unique ou sur plusieurs bases. Le temps n'est plus où tout marchand entreprenant s'élevait contre la publicité. Aujourd'hui il est admis universellement qu'une publicité quelconque est essentielle. Tout ce qu'on demande à la publicité d'une maison quelconque ou d'un individu, c'est qu'elle réussisse. Peu importe la manière dont la publicité est conduite.

LA PRODUCTION DU MERCURE EN 1904.

L'Espagne, qui a été le principal pays producteur de mercure, occupe maintenant le second rang; elle vient après les Etats-Unis. La production du mercure aux Etats-Unis, pour 1904, a été de 34,579 flacons, évalués à \$1,503,795, d'après le rapport du Geological Survey des Etats-Unis. Jusqu'au 1er juin 1904, ces flacons contenaient un poids de mercure de 76 1/2 livres chacun; depuis cette époque, ils n'en contiennent plus que 75 livres. La production de 1904 est inférieure à celle de 1903 qui s'est élevée à 35,620 flacons d'une valeur de \$1,544,934.

Tout le mercure produit dans ce pays vient du Texas et de la Californie. La production du Texas a augmenté de 5029 flacons en 1903 à 5336 flacons en 1904, soit un gain de 307 flacons. La production de la Californie s'est élevée à 29,217 flacons en 1904, contre 30,526 en 1903, soit une perte de 1309 flacons.

Le prix moyen du mercure par flacon à San-Francisco était de \$44.10 en 1902, \$45.29 en 1903 et \$43.50 en 1904.

La valeur du mercure importé aux Etats-Unis en 1904 n'est que de \$1405, tandis que 16,351 flacons évalués à \$650,076 ont été exportés de San-Francisco seul principalement en Chine, au Mexique et au Japon, les exportations totales s'élevant à 21,064 flacons d'une valeur de \$847,108.

La plus grande partie de la consommation mondiale est fournie par les mines les plus anciennes. Outre les célèbres mines Almaden, exploitées par Rothschilds, d'après une charte du Gouvernement renouvelée pour dix ans, à partir de 1900, il existe des dépôts commerciaux dans les provinces espagnoles d'Almeria, Grenade et Oviedo. Le mercure espagnol se vend d'habitude à Londres à un prix supérieur de 1 shilling par flacon à celui du mercure italien. Cette différence s'explique en partie par la taxe d'exportation de 540 pécetas par 100 kilogrammes (\$102.60 par 220.46 livres) im-

posée en 1898, comme conséquence de la guerre Hispano-Américaine. Comme les mines de mercure situées près de Monte Auriate, en Toscane, Italie, ne donnent pas un fort rendement, une variation quelconque dans le prix du mercure d'autres provenances n'influerait pas d'une manière appréciable sur ce marché. Les mines d'Idria en Autriche occupent le troisième rang dans la liste des producteurs et, bien qu'elles soient exploitées depuis 412 ans, on estime que leurs réserves de minéral dureront encore 40 à 50 ans à la vitesse où elles sont exploitées maintenant.

L'Allemagne a eu une augmentation de sa consommation de mercure en 1904; elle a importé cette année, 1,522,964 livres et n'en a réexporté que 94,772 livres. La Russie a augmenté le rendement de ses mines situées dans le district d'Skaterineslav, exploitées par A. Auerbach & Co. Une quantité appréciable de mercure est exportée annuellement de Russie à Hambourg, en Allemagne. Au Mexique, la grande activité qui règne dans les mines d'or et d'argent a donné de l'impulsion à l'industrie du mercure, principalement dans le district de Guadalcázar, dans San Luis Potosí, et à Huitzoco, dans le Guerrero.

D'autres dépôts sont situés à Ranas, dans le Queretaro et à Batuco, dans la Sonora. On trouve aussi du mercure à Yulgar, dans la Nouvelle Galles du Sud; à Huancavelica, au Pérou; à Taghit, en Algérie; au Japon, en Allemagne, et près de Akluri, en Turquie.

LE FER-BLANC ANGLAIS ET AMERICAIN AU CANADA

Au cours de commentaires au sujet de la situation de l'industrie du fer-blanc le "Iron and Coal Trades Review" de Londres, écrit ce qui suit:

Le commerce britannique du fer-blanc, à part la perte qu'il subit sur la demande américaine, perte causée par un tarif prohibitif, demeure en somme aussi invulnérable qu'il l'a jamais été. Les exportations totales de fer-blanc de la Grande-Bretagne arrivent toujours à près de 400,000 tonnes par an. Les exportations totales de tous les autres pays du monde, les Etats-Unis inclus, ne s'élèvent pas à 20,000 tonnes. Une phase du commerce du fer-blanc difficile à comprendre est celle qui concerne les importations au Canada.

Le marché Canadien pour le fer-blanc anglais ne s'est pas beaucoup amélioré dans ces dernières années, bien que, à cause de l'extension énorme prise par le commerce des conserves de saumon et d'autres produits alimentaires, nous devrions nous attendre à une augmentation sensible. Les exportations totales du fer-blanc de Grande-Bretagne au Canada ont été, en 1904, de plus de 6000