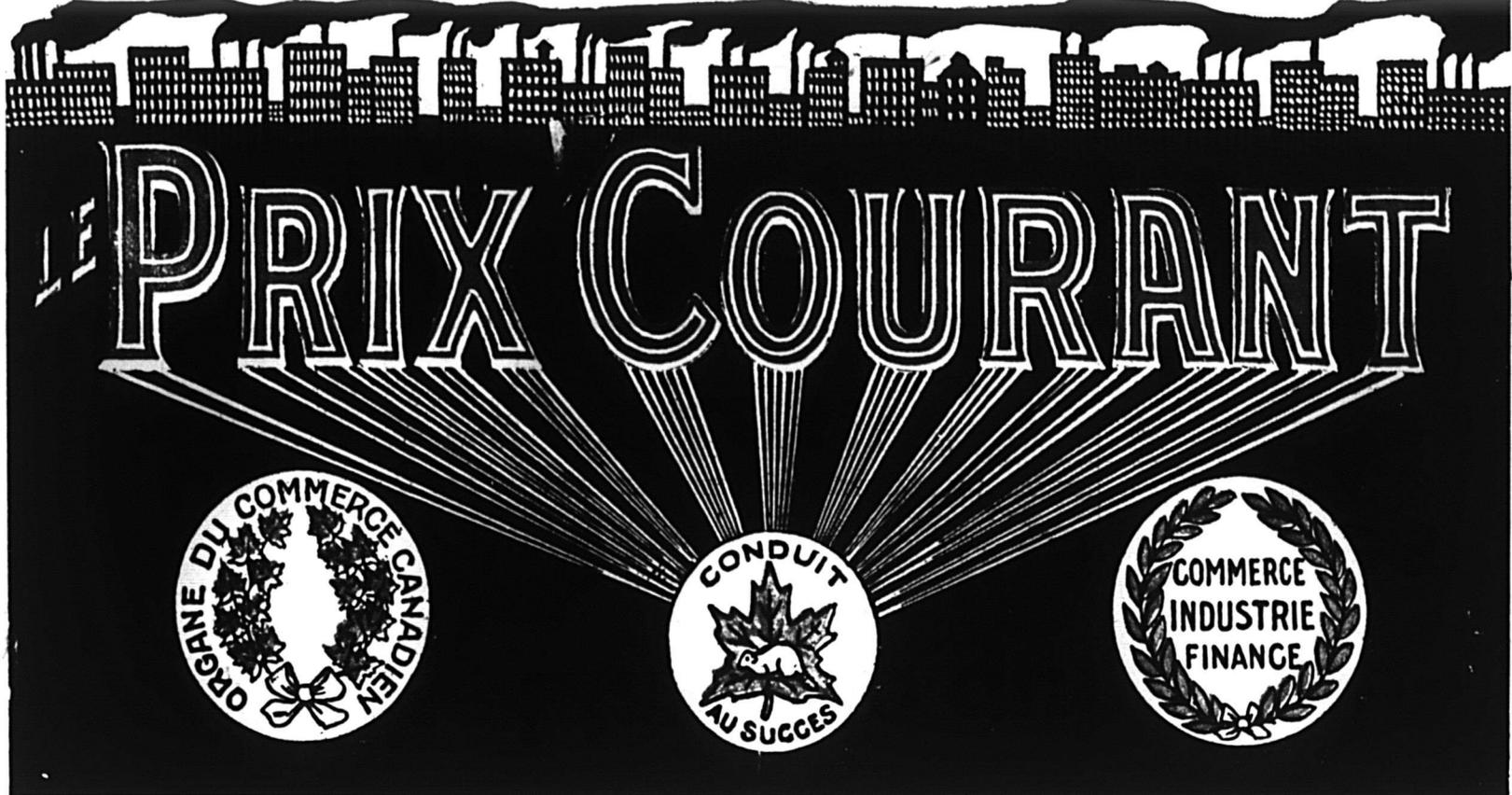


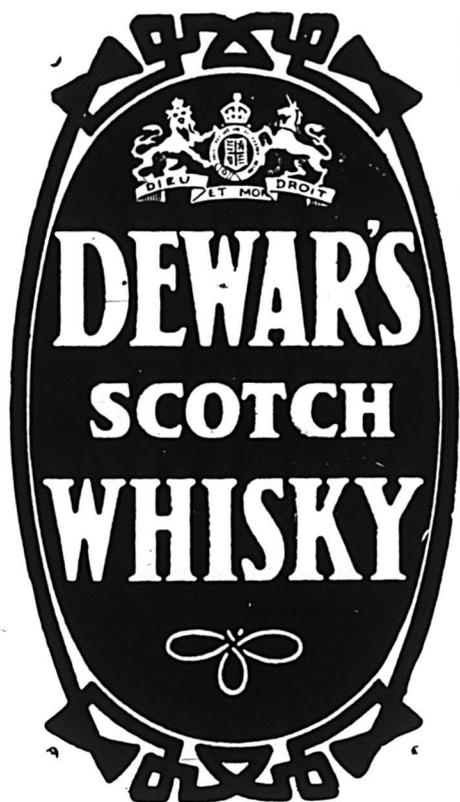
**PAGES  
MANQUANTES**



Fondé en 1887.

MONTREAL, VENDREDI, LE 4 JUILLET 1913

Vol. XLVI—No. 27



**L'article qui procure  
re les plus fortes  
ventes.**

**En vente partout.**

**J. M. DOUGLAS & CO., MONTREAL.**

**Agents Canadiens.**

**MAISON FONDÉE EN 1857.**



# La Poudre " MESSINA "

## pour Limonade

est protégée par une marque de fabrique perpétuelle, obtenue conformément à l'acte du Parlement du Canada en l'année mil huit cent soixante quatorze par

### ROSENHEIM & JONAS

et enregistré au bureau des ministres de l'agriculture sous le titre No 3 Folio 523 sur le registre des Marques de Fabrique.

Les fabricants ou vendeurs d'imitations seront poursuivis avec toute la rigueur de la loi.

## HENRI JONAS & CIE.,

SEULS PROPRIETAIRES,  
MONTREAL.

### Directions pour l'usage de la poudre à Limonade "MESSINA"

Dissolvez 1 à 2 cuillerées à thé dans un verre d'eau,  
(il n'y a pas besoin de sucre.)

Le contenu de ce paquet fournira deux gallons de  
bonne limonade.



**La solidité d'un Commerce  
dépend des piliers qui le  
soutiennent.**

Ces piliers sont constitués par les diverses spécialités de produits tenus dans le magasin d'épicerie. Dans la spécialité des produits réguliers comme les fèves cuites, la marque "Simcoe" a prouvé qu'elle constituait un pilier solide et profitable du commerce d'un grand nombre de marchands.

**Les Fèves Cuites  
"SIMCOE"**

assurent au client une plus grande quantité et une qualité supérieure. Elles permettent au marchand de réaliser un plus grand profit et d'augmenter le nombre de ses ventes.

Les fèves cuites "Simcoe" ont cette saveur riche, ce goût de noisette, qu'on peut obtenir grâce aux procédés les plus minutieux et les plus modernes. Mises en grandes et petites boîtes, soit nature soit avec de la sauce Chili

Les fèves cuites "Simcoe" font augmenter le nombre des ventes.

**Dominion Cannery**

LIMITED

Hamilton,

Canada.





## SIROP DE BLE D'INDE

## “MARQUE CROWN”

Cette affiche artistique (en couleurs) augmente la demande des consommateurs pour le Sirop de Blé d'Inde “Marque Crown” dans tout le Canada.

Le Sirop de Blé d'Inde “Marque Crown” n'a pas d'égal. Les épiciers n'hésitent jamais quand on demande du Sirop de Blé d'Inde—they fournissent naturellement le meilleur—“La Marque Crown”.

“ The Canada Starch Co. Limited ”

Manufacturiers des MARQUES EDWARDSBURG.

MONTREAL,

CARDINAL,

TORONTO,

BRANTFORD,

VANCOUVER

Dans la liste qui suit, sont comprises uniquement les marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractère noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada, ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents, représentants ou manufacturiers eux-mêmes.

**WALTER BAKER & CO., LTD.**



Registered Trade-Mark

Chocolat, Prime No 1, bte 12 lbs., pains de 1/2 lb. et 1/4 lb. 0.33  
 Chocolat à la Vanille, bte de 6 lbs. 0.44  
 German's Sweet, 1/2 s. et 1/4 bte de 6 lbs. 0.26  
 Breakfast Cocoa, bte de 1/5, 1/4, 1/2, 1 s., 12 lbs. 10 box et 5 lbs. tins. 0.39  
 Chocolat sucré, cinquième bte 6 lbs. pains de 1/5 lb. 0.20  
 Chocolat sucré, Caracas, bte de 6 lbs. 0.32  
 Falcon Cocoa (Soda chaud ou froid), btes de 12 lbs., 1 lb. tins. 0.34

Caracas Tablets, cartons de 5c, 40 cartons par boîte 1.25  
 Chocolat sucré, Auto, bte de 6 lbs. 0.32  
 Ces prix sont F.O.B. Montréal.

**BRODIE & HARVIE, LIMITED.**

Farines préparées de Brodie La doz.  
 Red XXX pqts de 6 lbs. 3.10  
 Red XXX pqts de 3 lbs. 1.60  
 Crescent pqts de 6 lbs. 2.90  
 Crescent pqts de 3 lbs. 1.50  
 Superb pqts de 6 lbs. 2.70  
 Superb pqts de 3 lbs. 1.40  
 Buckwheat pqts de 3 lbs. 1.60  
 Buckwheat pqts de 6 lbs. 3.10  
 Griddle-Cake pqts de 6 lbs. 3.10  
 Griddle-Cake pqts de 3 lbs. 1.60  
 Cartons contenant 1/2 doz. paquets de 6 lbs. ou 1 doz. paquets 3 lbs., sans charge extra.

**L. CHAPUT, FILS & CIE, Montréal.**

Thé Noir Ceylan "Owl" La lb.  
 No 5, 1 lb. 30 lbs. par cse 20c  
 No 5, 1/2 lb. 30 lbs. par cse 21c  
 No 10, 1 lb. 30 lbs. par cse 26c  
 No 10, 1/2 lb. 30 lbs. par cse 27c  
 No 15, 1 lb. 30 lbs. par cse 32c  
 No 15, 1/2 lb. 30 lbs. par cse 33c  
 No 30, 1 lb. 30 lbs. par cse 40c  
 No 30, 1/2 lb. 30 lbs. par cse 41c  
 Thé Vert Ceylan "Owl" La lb.  
 No 5, 1 lb. 30 lbs. par cse 20c  
 No 5, 1/2 lb. 30 lbs. par cse 21c  
 No 10, 1 s. 30 lbs. par cse 26c  
 No 10, 1/2 s. 30 lbs. par cse 27c

**CHURCH & DWIGHT Soda Cow Brand**



Caisse, 60 paquets de 1 lb., \$3.00.  
 Caisse, 120 paquets de 1/2 lb., \$3.00.  
 Caisse, 30 pqts. 1 lb. et 60 pqts. 1/2 lb., \$3.00.  
 Caisse de paquets de 5c, contenant 96 paquets, \$3.00.

**CIE. CANADIENNE DES PRODUITS AGRICOLES Montréal**

Lait Laurentia cse 12 pintes 1.50  
 Lait Laurentia cse 20 chopines 1.50  
 Lait Laurentia cse 24 demiards 1.20

**WILLIAM CLARK Montréal**

Conserves La doz.  
 Viandes assorties 1s 2.25  
 Compressed Corned Beef 1s 2.25

Compressed Corned Beef 2s 3.75  
 Lunch Ham 1s 2.25  
 Lunch Ham 2s 3.50  
 Ready Lunch Beef 1s \$2.25 2s 3.75  
 Geneva Sausage 1s 2.50 2s 4.25  
 English Brown 1s 2.10 2s 3.50  
 Boneless Pigs Feet 1s 2.10 2s 3.50  
 Sliced Smoked Beef 1/2s 1.50 1s 2.50  
 Roast Beef 1s 2.25 2s 3.75  
 Ready Lunch Loaves, Veau Jambon, Boeuf, assortis 1/2s 1.60  
 Ditto 1s 2.75  
 Boeuf Bouilli 1s 2.25  
 Boeuf Bouilli 2s 3.75  
 Boeuf Bouilli 6s 13.00



Pork and Beans, sauce tomates 2s 0.95  
 Pork and Beans, sauce tomates boîtes plates 3s 1.15  
 Pork and Beans, boîtes hautes sauce tomates 3s 1.35



Pork and Beans, Plain 1s 0.60  
 Pork and Beans, Plain 2s 0.95  
 Pork and Beans, Plain, boîtes plates 3s 1.15

**L'Habitude Grandit**

**MEADOW**

**CREAM SODAS**

Prenez l'habitude de tenir nos MEADOW CREAM SODAS et observez l'augmentation des affaires et des profits.

THE

**W. J. CROTHERS CO., Ltd.**

KINGSTON, Ont.

C'est à l'avantage de toute personne se servant de sacs en papier d'étudier avec soin la question de ces sacs. En faisant une comparaison scrupuleuse des principales caractéristiques de sacs en papier de différentes fabrications vous vous convaincrez que les

**LES SACS ANTISEPTIQUES CONTINENTAL POUR EPICERIE**

(avec fonds carrés renforcés s'ouvrant automatiquement) sont sans égaux. Envoyez une commande d'essai au plus proche Agent de vente.

Satisfaction garantie par les manufacturiers.

**THE CONTINENTAL BAG AND PAPER COMPANY, LIMITED.**

OTTAWA . . . . . ONTARIO

**DISTRIBUTEURS :**

**ONTARIO**—The Continental Bag & Paper Ltd, Ottawa et Toronto. Walter Woods & Co., Hamilton.  
**MANITOBA, ALBERTA SASKATCHEWAN** — Walter Woods & Co., Winnipeg  
**NLLE ECOSSE, ILE DU PRINCE EDWARD, ILE DU CAP BRETON**—Thomas Flanagan, Upper Water St. Halifax.  
**NOUVEAU-BRUNSWICK**—J. Hunter White, Agent, Marché du Nord, St-Jean.  
**COLUMBIE ANGLAISE**—Smith, Davidson et Wright Ltd. Vancouver.  
**PROVINCE DE QUEBEC**—The Continental Bag & Paper Co., Ltd. 584 rue St-Paul, Montréal.

# EASIFIRST



Le Sens des Affaires—Economise les Dollars

### POURQUOI ACHETER

le saindoux de porc, quand vous pouvez acheter EASIFIRST Shortening, un Pur Produit Végétal qui fera tout (et encore mieux) ce que peut faire le saindoux, à plus de QUATRE cents de moins la livre ?

Garanti pour satisfaire les goûts les plus difficiles.

Préparé en paquets populaires : blocs d'une livre, en boîtes de ferblanc, en seaux, en tinettes ou en tierces.

Une commande d'essai veut dire : PLUS DE PROFITS DANS VOTRE GOUSSET.

**Gunn, Langlois & Cie, Limitée**

MONTREAL.

Force

Votre

Pureté

garantie de profit est dans

## Le Soda à Pâte

# "COW BRAND"



à cause de sa popularité auprès  
des ménagères.

Commandez-en à votre marchand en gros.

## CHURCH & DWIGHT

LIMITED

Manufacturiers

Uniforme

MONTREAL

Digne de  
Confiance

# LE GENRE QUI EVEILLE L'ATTENTION DE LA MERE



Les confitures et les gelées sont les substituts avantageux des fruits en conserves, de la maison. De fait, bien des ménagères ont si bien compris cela qu'elles ne donnent plus la peine de mettre en conserves des fruits dans une cuisine surchauffée, mais comptent entièrement sur l'Épicier pour les approvisionner de confitures et gelées de fruits **pures** E. D. S.

Avez-vous un assortiment complet des spécialités E. D. S.



Fabriquées seulement par

## E. D. SMITH & SON LIMITED

WINONA, ONTARIO

AGENTS:— W. H. DUNN, Montréal; NEWTON A. HILL, Toronto; MASON & HICKEY, Winnipeg; R. B. COLWELL, Halifax, N.S.; J. GIBBS, Hamilton.

EN ECRIVANT AUX ANNONCEURS, CITEZ "LE PRIX COURANT"

Pork and Beans, boîtes hautes Plain	3s	1.35
Pork and Beans, sauce Chili	1s	0.60
Pork and Beans, sauce Chili	2s	0.95
Pork and Beans, sauce Chili	3s	1.15
Ox tongue	1½s	8.00
Ox tongue	2s	10.00
Ox tongue	2½s	11.00
Jellied Veal	½s	1.50
Jellied Veal	1s	3.00
Jellied Veal	2s	3.75
Gelées de Bouillon	2s	3.50
Gelées de Bouillon	6s	11.00

<b>Potted Meats</b>		<b>La lb.</b>			
Ham, Tongue, Beef and Veal, ½	1s	1.00			
Tongue, Ham and Veal, pâté	½s	1.20			
Pâtés de Foie	½s	0.90			
Pâtés de Foie	½s	1.35			
<b>Soupes</b>		<b>La doz.</b>			
Chicken	pqts	1.10			
Mulligataknay, Oxtail, Kidney Tomato, Vegetable, Mock Turtle, Consommé, Pois	pqts	1.00			
<b>Mince Meat</b>		<b>La doz.</b>			
(Tins fermées hermétiquement.)					
1s	\$1.25, 2s	1.95, 3s	3.00, 4s	4.00, 5s	5.00

Plum-Pudding		
Anglais	1s	1.90
Plum-Pudding		
Anglais	2s	2.40
Boeuf fumé en tranches "In-glass"	½s	1.50
Boeuf fumé en tranches "In-glass"	½s	2.10
Boeuf fumé en tranches "In-glass"	1s	3.35



**J. M. DOUGLAS & Co.,**  
Montréal.



**Bleus à laver**  
La lb.  
"Blueol", boîtes 10 lbs., 50 pqts de 4 carrés, 15c  
"Sapphire"  
btes de 14 lbs. pqts de ½ lb.  
"Union", boîtes de 14 lbs., pqts de ½ et 1 lb. 10c

**WM. H. DUNN,**  
Montréal.

**Edward's Soups**  
(Potages Granulés, Préparés en Irlande)  
Variétés: Bdun — Aux Tomates — Blanc.  
Paquets, 5c. Cartons 1 doz. par carton 0.45  
Paquets, 5c. Boîtes 3 doz. chaque (assorties), par doz. 0.45  
Paquets, 5c. par doz. de bandes de 5 chaque 2.25  
(ou en boîtes de 40 bandes \$7.50 par boîte.)  
Canistres, 15c. Boîtes 3 doz., grandeur, 4 oz., par doz. 1.45  
Canistres, 25c. Boîtes 2 doz., deux, 8 oz., par doz. 2.35

**BORDEN MILK CO., LIMITED,**  
Montréal.

Liste de prix pour l'Est, Fort William inclus.  
Lait Condensé (sucré) **Prix au Détaillant**

Marque Reindeer (4 doz. par cse). \$6.00  
Marque Mayflower (4 doz. par cse) 5.25  
Marque Clover (4 doz. par cse) . . . 4.75  
Lait évaporé (non sucré)  
Marque Reindeer Jersey, Boîte de Famille (4 doz. par caisse) 3.90  
Marque Reindeer Jersey, Boîte moyenne (4 doz. par caisse) 4.50  
Marque Reindeer Jersey, Boîte d'hôtel (2 doz. par caisse) 4.25  
Carque Reindeer Jersey, Gallon (½ douzaine par caisse) 4.75  
Café (avec Lait et Sucre)  
Marque Reindeer (2 doz. par cse) 5.00  
Marque Regal (2 doz. par cse) 4.50  
Marque Reindeer, en jarres en verre (2 doz. par caisse) 6.20  
Cacao (avec Lait et Sucre)  
Marque Reindeer (2 doz. par cse) 4.80  
Limite de fret: 50c par cwt.  
Conditions: Net 30 jours, sans escompte.



**Lait et Crèmes Condensés.**  
St. Charles "Family" 3.90  
St. Charles "Hotel" 4.25  
Lait "Silver Cow" 5.40  
"Purity" 5.25  
"Good Luck" 4.50



**Lait condensé.**  
La cse  
Marque Eagle, 4 doz., chaque 6.00  
Marque Gold Seal, doz., chaque 5.25  
Marque Challenge, 4 doz., chaque 4.75

**Lait évaporé.**  
Marque Peerless "Hotel", 2 doz., chaque 4.25

# L'Ecole Commerciale Pratique Lalime Limitée,

## DE ST-HYACINTHE

Garantit une excellente position aux élèves qualifiés.

L'Ecole Lalime est l'institution par excellence pour les jeunes gens désireux d'obtenir rapidement une bonne position dans les meilleures maisons de commerce du Canada.

Les études comprennent tout ce qui a rapport au cours commercial: comptabilité, français, anglais, clavigraphie, sténographie. etc., aussi télégraphie, administration des gares et classe spéciale de comptabilité des banques.

Chaque cours est donné par des spécialistes distingués dans chaque branche.

## TELEGRAPHIE

Les cours de télégraphie et d'administration des gares sont donnés par un professeur spécialement qualifié.

Ces cours sont absolument modernes et n'ont rien de commun avec l'ancienne méthode longue et défectueuse.

Une bonne position est assurée aux élèves de l'Ecole Lalime dès que leur cours est terminé.

Demandez le prospectus de

# L'Ecole Commerciale Pratique Lalime Limitée, de St-Hyacinthe

Marque Peerless "Boite Haute", 4 doz., chaque	4.50
Marque Peerless "Pour Famille", 4 doz., chaque	3.90
Marque Peerless "Petite Boite", 4 doz., chaque	2.00

**THE CANADA STARCH CO., Ltd.,**

Manufacturière de marques Edwardsburg.

**Sirops de Table.**

**Marque "Crown".**

Quarts (700 livres)	lb.	0.03½
½ quarts (350 livres)	lb.	0.03½
¼ quarts (175 livres)	lb.	0.03½
Seaux de 38½ lbs.	le seau	1.75
Seaux de 25 lbs.	le seau	1.25
Canistres 2 lbs., 2 doz. à la caisse		2.40
Canistres 5 lbs., 1 doz. à la caisse		2.75
Canistres 10 lbs., ½ d. à la caisse		2.65
Canistres 20 lbs., ¼ d. à la caisse		2.60

**Marque "Lily White".**

Canistres 2 lbs., 2 d. à la caisse	2.75
Canistres 5 lbs., 1 d. à la caisse	3.10
Canistres 10 lbs., ½ d. à la caisse	3.00
Canistres 20 lbs., ¼ d. à la caisse	2.95

**Marque "Beaver".**

Sirop de Blé-d'Inde et d'Erable	
Canistres 1 pinte (mesure à vin), 2 doz. à la caisse	1.70

**Empois de buanderie**

No 1 Blanc ou Bleu, cartons 3 lb.	0.06½
No 1 Blanc ou Bleu, cartons 4 lb.	0.06½
No 1 Blanc, barils	0.06
Canada Laundry (cse de 40 lb.)	0.05½
Silver Gloss, btes à coulisse, 6 lb.	0.08
Silver Gloss, canistres de 6 lbs.	0.08
Kegs Silver Gloss, gros cristaux	0.07

Edwardsburg's Silver Gloss, paquets chromos de 1 lb.	0.07½
Benson's Satine, cartons de 1 lb.	0.07½
Canada White Gloss, pqts de 1 lb.	0.06
Benson's Enamel par caisse de 40 lbs.	3.00
Benson's Enamel par caisse de 20 lbs.	1.50

Celluloid. Boîtes contenant 45 cartons, par caisse.	3.60
---	------

Empois de cuisine. (Boîtes de 20 lbs., ¼ c en plus par livre.)

W. T. Benson's & Co., Celebrated prepared Corn.

Boîtes de 40 lbs.	0.07½
Canada Pure Corn Starch (Boîtes de 20 lbs., ¼ c en plus.)	0.05½

**ELIE CHARBONNEAU**

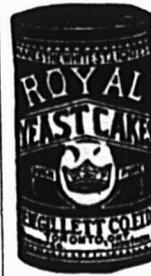
**Marché Bonsecours**

**Montréal**

Bananes, régime	0.00	2.50
Citrons Messine (300c)	0.00	5.50
Navets	0.00	2.00
Carottes	0.00	1.50
Patates	0.00	0.90
Ail, la livre	0.00	0.10
Oranges Navel	0.00	4.50
Oranges Valence	0.00	6.00
Tomates fancy, la caisse	0.00	3.75
Pommes Ben Davis No 2	0.00	5.00
Ananas, 30	0.00	4.00
Ananas, 24	0.00	4.00

**E. W. GILLETT COMPANY LIMITED**

Toronto. Ont.



AVIS.—Les prix octes dans cette liste sont pour marchandises aux points de distribution de gros dans Ontario et Québec, excepté là où des listes spéciales de prix plus élevés sont en vigueur, et ils sont sujets à varier sans avis.

**Levain en Tablettes "Royal."**

Boîtes 36 paquets à 5c . . . la boîte \$1.15  
Lessive en Poudre de



Gillett. La cse

4 doz. à la caisse \$3.50  
3 caisses . . . . 3.40  
5 caisses ou plus 3.35

**Poudre à Pâte "Magic"**  
Ne contient pas d'alun.



	La doz.
6 doz. de 5c. . .	\$0.50
4 doz. de 4 oz. . .	0.75
4 doz. de 6 oz. . .	1.00
4 doz. de 8 oz. . .	1.30
4 doz. de 12 oz. . .	1.80
2 doz. de 12 oz. . .	1.85
4 doz. de 16 oz. . .	2.25
2 doz. de 16 oz. . .	2.30
1 doz. de 2½ lbs. . .	5.00
½ doz. de 5 lbs. . .	9.60
2 doz. de 6 oz. . .	à
1 doz. de 12 oz. . .	la Cse
1 doz. de 16 oz. . .	\$6.00

Vendue en canistres seulement.  
Remise spéciale de 5% accordée sur les commandes de 5 caisses et plus de la Poudre à Pâte "Magic".

# LE NOM DE "FAIRBANK" GARANTIT LE SAVON

## LE SAVON FAIRY



Étalez le SAVON FAIRY bien en vue, en tous temps, car sa publicité intensive et constante relie VOTRE MAGASIN à NOTRE PUBLICITE,

Le morceau de SAVON FAIRY ovale, flottant, à 5 cents, est supérieur à tous ceux que vous pouvez vendre à cinq fois ce prix ; il plaira davantage à vos clients ; il se vendra plus facilement. Les femmes de partout connaissent le savon ; les épiciers de partout en connaissent la vente.

**Avez-vous une petite Fée dans votre demeure?"**

**The N. K. Fairbank Company Limited.**  
**MONTREAL.**

## La grande combinaison pour gagner de l'argent

Que vous soyez à la tête d'un magasin général—d'une épicerie—ou d'une graineterie—le gros de vos affaires est avec les gens de la campagne—les agriculteurs, les laitiers, les éleveurs de bétail.

Ces trois classes emploient beaucoup de

## INTERNATIONAL STOCK FOOD et de Spécialités Internationales.

**Inventeurs et fabricants de la nourriture internationale pour le bétail, de la nourriture pour la volaille, cure pour les coliques, cure pour la maladie des jeunes animaux.**

**Poudres vermifuges, cure pour la fièvre bilieuse, nourriture pour les veaux, absorbant composé, solution antiseptique pour baigner les moutons et le gros bétail, Liniment Dan Patch, huile curative de pin argenté, Onguent pour sabot, Destructeur de poux.**

### ILS EN SAVENT LA VALEUR

Emmagasinez toutes ces spécialités—mettez-les à vos vitrines—servez-vous des crochets, des cartes de magasin et autres accessoires de publicité que nous vous enverrons, et vous verrez quelle ligne supplémentaire à gros profits constituent ces fameux remèdes. Ec izez pour connaître nos prix.

Nous vous fournirons des livres de 80 pages sur le bétail, un abrégé de l'art Vétérinaire, des circulaires explicatives, des enseignes en fer-blanc, etc., le tout rédigé en français, ainsi qu'une grande photographie de Dan Patch, Minor Heir et autres chevaux appartenant à la Compagnie.

INTERNATIONAL STOCK FOOD CO., Limited, TORONTO.



### Son Influence Compte

Donnez-lui toujours un sel de table qui soit sec et fin, qui coule bien de la salière et sans effort.

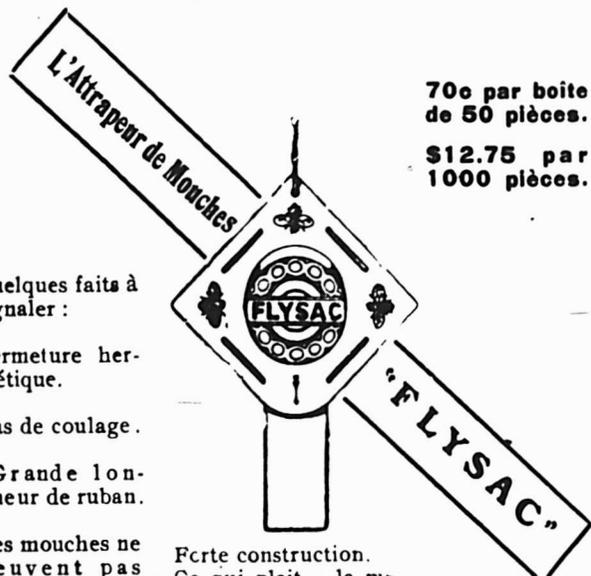
## Le SEL de Table WINDSOR

devient un ami sincère de toute personne parce qu'il est sec et fin, qu'il ne se pétrifie pas dans la salière et qu'il donne aux aliments la saveur exacte qu'il doit leur donner—sans laisser aucune trace d'amertume.

The Canadian Salt Company Limited  
WINDSOR, ONTARIO.

## PROFIT DE 100%

Mais pour peu de temps seulement, car notre approvisionnement diminue rapidement, à cause de la forte demande. Ne tardez pas, mais soyez au nombre des centaines de Marchands qui vont faire de bons profits pendant la Saison des Mouches



70c par boîte  
de 50 pièces.

\$12.75 par  
1000 pièces.

Quelques faits à signaler :

Fermeture hermétique.

Pas de coulage.

Grande longueur de ruban.

Les mouches ne peuvent pas s'échapper.

Forté construction.  
Ce qui plait à la ménagère :  
Une propreté parfaite.

HODGSON, SUMNER & CO., LIMITED

345-351 rue St-Paul, Montréal

Agents exclusifs pour les provinces de Québec, Ontario, Nouveau-Brunswick, Nouvelle-Écosse et Ile du Prince-Édouard

## Pris adroitement et mis en boîtes juste où on les prend

Les fabricants de conserves de Haddies en boîtes marque "Thistle" viennent d'améliorer encore leurs procédés pour la mise en boîtes de leur produit en adoptant une boîte sans joints, hygiénique. Ces boîtes contiennent ½ lb. ou 1 lb. et sont ornées d'étiquettes particulièrement attrayantes.

L'adoption de ces nouvelles boîtes aura pour effet de conserver encore mieux la saveur délicieuse du poisson qu'on vient de prendre et fournira un nouvel argument au marchand pour faciliter ses ventes.

## Les Haddies Marque "THISTLE"

sont soutenus par l'expérience de toute une vie, ils sont absolument exempts de vase ou de toute autre impureté !

Parmi les autres spécialités portant la Marque "Thistle" il y a le Hareng salé et séché, le Hareng à la Sauce Tomato, le Thon, etc., tous de qualité hors ligne.

Travaillez dans votre intérêt et dans celui de vos clients en exposant bien et en recommandant la meilleure marque, la Marque "Thistle".

ARTHUR P. TIPPET & COMPANY,  
MONTREAL Agents TORONTO

**AUX CULTIVATEURS :**

Nous recevons la crème des séparateurs à main.

**MONTREAL DAIRY COMPANY LIMITED**

290 Ave. Papineau  
MONTREAL.

**St. Lawrence Sugar**

Maintenant empaqueté en trois différentes sortes de grain.

**Etiquette Rouge**  
Grain Fin

**Etiquette Bleue**  
Grain Moyen

**Etiquette Verte**  
Gros Grain



**Les Grandes chaleurs**

de l'été chassent des villes à la campagne la plupart des familles aisées et des fonctionnaires assez heureux de pouvoir compter sur un repos de quelques semaines. Par conséquent les populations rurales se doublent et se triplent, apportant ainsi Aux Marchands de la Campagne une occasion d'augmenter considérablement leur chiffre d'affaires.

**L'Eau Purgative RIGA**

est l'article qui attirera le plus de clients au magasin et c'est un actif appréciable pour tous les hommes d'affaires sérieux.

Annoncez l'Eau RIGA pour tous les troubles d'estomac.

**Société des Eaux Purgatives "RIGA"**  
215 Rue Notre-Dame Est, Montréal.  
Tél. Main 6473

**CHARBON**

**Anthracite et Bitumineux.**

Expédié par voie ferrée ou voie d'eau à tous endroits de la Province de Québec.

**GEORGE HALL COAL CO. OF CANADA, LIMITED.**

126 RUE ST-PIERRE, MONTREAL.

L'abstention d'emmagasiner une marchandise supérieure peut entraîner une perte de clientèle pour le marchand

**LES POUDRES NERVINES DE MATHIEU**

sont reconnues partout comme spécifique contre les maux de tête, et recommandées avec assurance par tous les marchands comme étant un remède effectif. Ne perdez pas votre clientèle pour avoir laissé votre stock s'épuiser.

Si vous ne connaissez pas les Poudres Nervines de Mathieu, essayez-les à nos frais au moyen du coupon ci-joint.  
Pour tous les rhumes le Sirop de Goudron et l'huile de foie de morue, de Mathieu est reconnu comme un remède sûr et effectif

Veillez m'envoyer une boîte régulière de Poudres Nervines de Mathieu à l'adresse suivante :

Nom .....

De .....  
(Nom de la maison de commerce).

Rue .....

Ville ou village .....

Province .....

**LA CIE J. L. MATHIEU,**  
Propriétaire.  
Sherbrooke, P. Q.  
MM. L. Chaput, Fils & Cie., Limitée.  
Dépositaires en Gros Montréal, P. Q.



**POUDRES NERVINES De MATHIEU**

Pour tous les Maux de Tête et Névralgies

Une poudre énergique et quelquefois puissante pour combattre :

- Si vous êtes mal à la tête.
- Si vous êtes nerveux.
- Si vous ne dormez pas bien.
- Si vous êtes courbaturé.
- Si vous avez le vertige.
- Si vous souffrez de névralgie.

Ces poudres ont une action puissante sur le système nerveux et produisent la détente.

**Soda "Magie"**  
 No. 1 caisse 60 ppts de 1 lb . . . 2.85  
 5 caisses . . . . . 2.75  
 No. 2 caisse 120 ppts de ½ lb . . . 2.85  
 5 caisses . . . . . 2.75



No 3 caisse  
 30 ppts. de 1 lb. . . } 2.85  
 et 60 ppts. de ½ lb. }  
 5 caisses . . . . . 2.75  
 No. 5 caisse  
 100 ppts de 10 oz. 2.90  
 5 caisses . . . . . 2.80  
 Crème de Tartre de  
 "Gillett"



La doz  
 ½ lb. ppts. (4 doz. dans  
 la caisse) . . . . \$1.00  
 ½ lb. ppts. (4 doz. dans  
 la caisse) . . . . 2.00

La cas  
 4 doz. ppts., ½ lb. . . . . { assor- } \$8.00  
 2 doz. ppts., ½ lb. . . . . { tis. }  
 ½ lb. canistres rondes, avec couver-  
 cles fermant à vis (4 doz. dans la  
 caisse) . . . . . 2.20  
 1 lb. canistres rondes, avec couver-  
 cles fermant à vis (3 doz. dans la  
 caisse) . . . . . 4.10

La lb.  
 5 lb. canistres carrées (½ doz. dans  
 la caisse) . . . . . 0.33  
 10 lb. boîtes en bois . . . . . 0.30½  
 25 lb. seaux en bois . . . . . 0.30½  
 100 lb. barils . . . . . 0.28½  
 260 lb. barils . . . . . 0.28

**N. K. FAIRBANK COMPANY  
 LIMITED  
 Montréal**



**Prix du Saindoux  
 Composé, Marque  
 BOAR'S HEAD. F.  
 O. B. Montréal.**  
 Tinettes 60 lb. 0.10½  
 Tierces . . . . . 0.10½  
 Seaux en bois, 20 lbs. . . . . 0.11  
 Chaudières, 20 lbs. . . . . 0.10½  
 Caisnes, 3 lbs., 20 à la caisse . . . . . 0.11½  
 Chaudières, 5 lbs., 12 à la caisse . . . . . 0.11½  
 Caisnes, 10 lbs., 6 à la caisse . . . . . 0.11½

**GUNN, LANGLOIS & CIE, Limitée,  
 Montréal**



**Prix du Saindoux  
 Composé, Marque  
 EASIFIRST**  
 Tierces . . . . . 0.10½  
 Tinettes 60 lb. 0.10½  
 Seaux en bois, 20 lbs. . . . . 2.20  
 Chaudières, 20 lbs. . . . . 2.10  
 Caisnes, 3 lbs. . . . . lb. 0.11½  
 Caisnes, 5 lbs. . . . . lb. 0.11½  
 Caisnes, 10 lbs. . . . . lb. 0.11½  
 Pains moulés d'une livre . . . . . 0.12

**IMPERIAL TOBACCO CO. OF CA-  
 NADA, LIMITED.**

**Cigarettes Le 1,000**  
 Athlete . . . . . 8.50  
 Bouquet, boîte 350, par bote . . . . . 2.01  
 Calabash . . . . . 11.00  
 Columbia (tout tabac) . . . . . 11.00  
 Coronet . . . . . 18.50  
 Dardanelles (Turques) bouts unis . . . . . 12.25  
 Dardanelles (Turques) bout liège

ou argent . . . . . 12.50  
 Derby, boîte de 600, la boîte . . . . . 4.00  
 Empire Navy Cut . . . . . 8.00  
 Fatima . . . . . 10.00  
 Guinea Gold . . . . . 8.00  
 Gloria . . . . . 5.75  
 Gold Crest . . . . . 6.00  
 Hassan (Turques) . . . . . 8.50  
 Imperial A. A. . . . . 27.00  
 Imperial A. A. 1 . . . . . 35.00  
 Mecca (Egyptiennes) . . . . . 8.50  
 Mogul (Egyptiennes) bouts unis . . . . . 12.00  
 Mogul (Egyptiennes) bouts en  
 liège . . . . . 12.00  
 Murad (Turques) bouts unis . . . . . 12.00  
 New Light (tout tabac) . . . . . 8.50  
 Niobe (Turques) . . . . . 8.00  
 Old Chum . . . . . 8.00  
 Old Gold . . . . . 6.30  
 Pall Mall (format ordinaire) . . . . . 18.50  
 Pall Mall (format royal) . . . . . 25.00  
 Players' Navy Cut . . . . . 8.20  
 Richmond Straight Cut . . . . . 11.00  
 Sweet Caporal . . . . . 8.50  
 Sweet Sixteen . . . . . 5.75  
 Sub-Rosa (tout tabac) . . . . . 8.50

**Cigarettes importées. Le 1,000**  
 Capstan (douces et medium) . . . . . 12.00  
 Capstan, boîtes de 10 avec porte-  
 cigarettes . . . . . 12.50  
 Soussa (importées du Caire, Egyp-  
 te), extra fine No 25 . . . . . 20.00  
 Extra fine No 30 . . . . . 23.00  
 Khedivial . . . . . 30.00  
 Three Castles, boîtes de ferblanc,  
 50 s. et boîtes de carton 10 s. . . . . 15.00  
 Three Castles, boîtes de fantaisie,  
 Tabac à Cigarettes. . . . . La lb.  
 B. C. No 1, 1/12 s. . . . . 1.02  
 Athlete, 1/12 s. . . . . 1.07  
 Sweet Caporal, 1/13 s. . . . . 1.15  
 Tabacs coupés. . . . . La lb.  
 Old Chum, 10 s. . . . . 0.82

**Saindoux Composé**

**LAING'S**

**Reconnu comme le meilleur  
 sur le marché.**

**Il n'en existe pas qui ait un  
 goût plus fin.**

**Son Prix est raisonnable.**

**MATTHEWS-LAING LIMITED**

**Rue Mill, . . . MONTREAL.**



**Nous annonçons pour vous.**

Les journaux Canadiens-français sont les porte-parole  
 des produits Canadiens-français inventés, manufacturés et  
 vendus par des Canadiens français dans toute la province.

**ANTI-DUST**

La poudre à balayer désinfectante est la propriété  
 de Canadiens-français et est employée par

**CHACUN,  
 PARTOUT.**

Demandez nos prix spéciaux d'ouverture.

Département des nouvelles affaires.

**The Sapho M'fg Co., Limited.  
 MONTRÉAL**

Lord Stanley, Tins ½ lb.	1.11	Stag 5 1/3 morc. à la lb., ½ butts	0.39	8 oz. Golden Star "Double Force"	2.25
Meerschaum, 10 s.	0.81	12 lbs., boîtes 6 lbs.	0.45	16 oz. Golden Star "Double Force"	4.25
Athlete Mixture, Tins ½ et ¼ lb.	1.37	Black Watch 6 s.	0.46	2 oz. Plates. Soluble.	0.75
Old Gold, 12 s.	0.97	Bobs 6 s. et 12 s.	0.46	4 oz. Plates. Soluble.	1.25
Seal of North Carolina, 12 s.	0.97	Currency 12 s.	0.59	8 oz. Plates. Soluble.	2.25
Duke's Mixture (Cut Plug), 1 lb.	0.84	Pay Roll 7½ s.	0.53	16 oz. Plates. Soluble.	4.25
Old Virginia, pqts ½ et 1 lb.	0.80½	Empire Navy Chewing barres 14 oz., boîtes 7 lbs.	0.53	1 oz. London.	0.50
Duke's Mixture (Granulé), 1/10 s. Bags 5 lbs. carton	0.87	Tabacs à fumer en palettes La lb.	0.58	2 oz. London.	0.75
Bull Durham, 1/10 bags, 5 lbs. carton	1.25	Pedro barres, 16 oz., 5 morc. à la lb., boîtes 6 lbs.	0.44	Extraits à la livre de \$1.00 à 3.00	
1/16 bgs, 5 lbs. carton	1.25	Empire 6 s. et 12 s.	0.45	Extraits au gallon de \$6.00 à 24.00	
Old Virginia pqts 1/16 lb.	0.74	Rosebud 6 s.	0.50	Mêmes prix pour extraits de tous fruits.	
Snap, pqts. 1/12 et 1/6 lb.	0.50	Ivy 7 s.	0.45	Moutarde Française. La grosse	
Calabash Mixture, tins ½ et 1 lb.	1.15	Shamrock 6 s.	0.59	Pony Mustard, 2 doz. à la cse	8.40
Calabash Mixture, tins ¼ lb.	1.20	Tabacs hachés. La lb.	0.70	Small Mustard, 2 doz. à la cse	7.80
Calabash Mixture, tins ½ lb.	1.35	Great West (Sac) 8 s.	0.70	Medium Mustard, 2 doz. à la cse	10.80
Capstan Navy Cut (importé) tins ½ lb. Medium et Fort	1.50	Regal, cube cut en boîtes 9 s.	0.78	Large Mustard, 2 doz. à la cse	12.00
Capstan Mixture (importé) tins ½ lb. Medium	1.5	Taxi, Crimp cut, boîtes 10 s.		Tumblers Mustard, 2 doz. à la cse	10.80
Pride of Virginia (importé) tins 1/10 lb.	1.35	<b>HENRI JONAS &amp; CIE,</b> Montréal.		Mugs Mustard, 2 doz. à la cse	13.20
Old English Curve Cut (importé) tins 1/10 lb.	1.35	<b>Extraits Culinaires. La doz.</b>		Nugget Tumblers, 2 doz. à la cs	13.20
Tuxedo (importé) tins 1/10 lb.	1.37	1 oz. Plates. Triple concentré	0.84	Athenian Tumblers, 2 doz. à la cse	13.20
Lucky Strike (importé) tins 1/10	1.35	2 oz. Plates. Triple concentré	1.57	Gold Band Tumblers, 2 d. à la cse	13.80
Rose Leaf (importé, à chiquer), pqts 1 oz.	1.24	2 oz. Carrées. Triple concentré	1.88	No 67 Jars Mustard, 2 doz. à la cse	13.20
Tabacs à chiquer (importés) La lb.	1.22	4 oz. Carrées. Triple concentré	3.34	No 64 Jars Mustard, 1 doz. à la cse	18.00
Piper Hiedsieck	1.22	8 oz. Carrées. Triple concentré	6.25	No 65 Jars Mustard, 1 doz. à la cse	21.00
Tabacs en poudre. La lb.	0.90	16 oz. Carrées. Triple concentré.	12.00	No 66 Jars Mustard, 1 doz. à la cse	24.00
Copenhagen en boîtes 1/12 lb.	0.90	2 oz. Rondes. Quintessences	1.96	No 68 Jars Mustard, 1 doz. à la cse	15.00
Horseshoe	0.90	2½ oz. Rondes. Quintessences	2.19	No 69 Jars Mustard, 1 doz. à la cse	24.00
Rose No 1 de Landry	0.32	5 oz. Rondes. Quintessences	3.75	Molasses Jugs Must., 1 d. à la cse	21.00
Rose No 1 de Houde	0.34	8 oz. Rondes. Quintessences	6.67	Jarres ½ gal. Mustard, 1 d. à la cse	36.00
(Empire Branch)		4 oz. Carrées. Quintessences. Bou-chons émeri	3.75	Jarres ½ gal. Mustard, ½ d. à la cse	54.00
Tabacs à chiquer. La lb.		8 oz. Carrées. Quintessences. Bou-chons émeri	7.50	Vernis à chaussures. La doz.	
Club barres, 5 à la barre, 6 morc. à la lb., boîtes 5 lbs.	0.42	2 oz. Anchor.	1.00	1 doz. à la caisse.	
Moose 11 s.	0.40	4 oz. Anchor.	1.75	Marques Froment.	0.75
Snow Shoe barres, 6½ morc. à la lb.	0.45	8 oz. Anchor.	3.00	Marque Jonas.	0.75
		16 oz. Anchor.	6.00	Vernis Militaire à l'épreuve de l'eau.	2.00
		2 oz. Golden Star "Double Force"	0.75	<b>LABRECQUE &amp; PELLERIN, MANUFACTURIERS, MONTREAL.</b>	
		4 oz. Golden Star "Double Force"	1.25	Catsup King. La doz.	\$1.00
				Catsup King, bdl. 9 doz.	0.95
				Confiture King, 2 lbs. cse 3 doz.	1.50

# “NUGGET”

Pour Nettoyer les

Chaussures Blanches.

Donne un blanc Bien net, en séchant, qui ne s'effrite pas. Le meilleur pour les chaussures de bébés.



Se détaille à 15c et vous laisse une bonne marge de profit.

The “NUGGET” POLISH Co., Limited.

9 Davenport Road,

Toronto, Ont.

## FORT VENDEUR BON BENEFICE

Une haute qualité aboutissant à un prix assez bas. On fait de bonnes affaires avec le Swift's Jewel Compound dans toutes les localités où on l'a fait connaître parce qu'il diminue le coût de l'existence.

Avez-vous votre part de ce commerce profitable ?



# SWIFT'S JEWEL Compound



### Tenez un bon stock

des Soupes Evaporées Edwards' à l'année. Les Soupes Edwards' se vendent bien du fait qu'elles sont si intensivement annoncées — elles se vendent encore et encore du fait qu'elles sont si bonnes.

Il y a déjà une grande vente des Soupes Edwards', et la campagne de publicité intensive de cette année provoquera une plus grande demande que jamais.

## EDWARDS' SOUPS

DESICCATED

Pour plus amples informations quant aux conditions faites au commerce, écrivez à

**WM. H. DUNN**

396 rue St-Paul, MONTREAL

Représentant pour la Province de Québec et les Provinces Maritimes

## REMARQUEZ-LE

Pour bien servir vos clients et garder constamment leur clientèle, vous ne pouvez pas vous passer du Thé "SALADA".

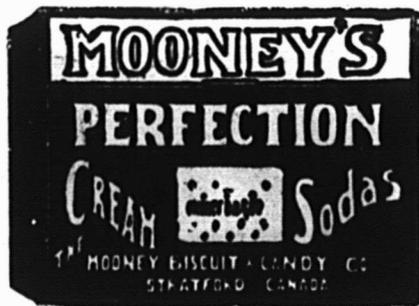
Vous pouvez retirer un plus gros profit du thé en vrac ou en autres paquets parce que ces thés n'ont pas la qualité "SALADA" et par suite ne coûtent rien.

# "SALADA"

n'est vendu qu'en paquets cachetés de plomb. Jamais en vrac.

NOIR, MELANGE, } Commandez-en une caisse AUJOURD'HUI.  
ou VERT NATUREL } Nous payons le fret et garantissons la vente.

Adressez "SALADA" Montréal.



# LES BISCUITS

Qui Edifient un Commerce.

Tout épicier actif et intelligent devrait maintenant faire un effort spécial pour pousser la vente a biscuits

## Soda à la Crème Perfection de Mooney

Il a une occasion de le faire en cette grande saison des réceptions et des "Thés". Il n'y a rien de plus agréable au goût, de plus croustillant et de plus délectable en fait de biscuits. Tous les gourmets le savent

### The Mooney Biscuit AND CANDY CO., LIMITED

Manufactures à  
Montréal, Stratford, Winnipeg, Vancouver.

Succursales à Hamilton, Ottawa, Sydney, C. B., Halifax, N. E., Fort William, Calgary, Vancouver, C. B., St-Jean, T. N.

Etabli en 1892 Re. (ence) :  
Tel. Main 2441 684 rue Adam, Maisonneuve  
Tel. Marché 53 Tel. LaSalle 96

**ELIE CHARBONNEAU**  
MARCHAND DE FRUITS  
Spécialité: Patate de Choux.  
70 71 Marché B nsecours.  
MONTREAL

### La Farine Préparée de Brodie

**Vous Conserve Vos Clients.**  
Toujours digne de confiance, elle est préférée à toutes les autres farines.

**UN BON VENDEUR.**  
Voyez le coupon des épiciers dans chaque paquet.

**Brodie & Harvie, Limited.**  
14 et 16 Rue Bleury,  
Tél. Main 436. MONTREAL.

Confiture, cse 2 doz., 12 onces.	1.00
Confiture, pinte.	2.50
Cautistique, 100 lbs.	chaque. 2.75
Cautistique, 50 lbs.	chaque. 1.50
Lessive, cse 4 doz., douz. 40c,	
caisse.	1.40
Confiture, chaudière No 7	ch. 0.42½
Confiture, seau No 7	chaque. 0.45
Confiture, chaudière No 5,	ch. 0.30
Confiture "King" chaudière No 7,	
chaque.	0.45

**MATTHEWS-LAING, LIMITED,**  
Montréal, Canada.



**Lard en Baril Marque "Anchor"**

Lard pesant, Canada Short Cut, Mess brl. 35/45	29.50
Lard pesant, Canada Short Cut, Mess ½ brl.	15.00
Lard pesant, Canada Short Cut, brl. 45/55	30.00
Lard pesant, Canada Short Cut, ½ brl.	15.25
Lard pesant, Brown Brand, désossé, tout gras, brl. 20/35	29.00
Lard clair, pesant, brl. 20/35.	
Pickled Rolls, brl.	30.00
Lard à fèves, (petits morceaux, mais gras), brl.	23.00
Heavy, clear fat backs 40/50	29.00
Heavy, clear fat backs 60/70	27.00

**Saindoux Composé Raffiné, choix. Marque "Anchor".**

Tierces, 375 lbs.	lb.	0.09½
Boites 50 lbs. net (doublure parchemin)		0.10
Tinettes, 50 lbs. net (Tinette imitée)		0.10½
Seaux de bois, 20 lbs., net \$2.05		0.10½
Seaux de fer-blanc, 20 lbs. \$1.90		0.09½
Caisses 10 lbs. tins, 60 lbs. en caisses, bleu		0.10½
Caisses 5 lbs. tins, 60 lbs. en caisses, bleu		0.10½
Caisses 3 lbs. tins, 60 lbs., en caisses		0.10½
Briques de saindoux, 60 lbs, en caisse		0.11½
Saindoux Marque "Anchor" (garanti pur).		

Tierces, 75 lbs.		0.14½
Boites, 50 lbs., net (doublure parchemin)		0.14½
Tinettes, 50 lbs., net (tinette imitée)		0.14½
Seaux de bois, 20 lbs., net (doublure parchemin)	\$2.95	0.14½
Seaux en fer-blanc, 20 lbs. brut	\$2.85	0.14½
Caisses, 10 lbs., tins, 60 lbs., en caisses rouges		0.15
Caisses, 5 lbs., tins, 60 lbs., en caisses rouges		0.15½
Caisses, 3 lbs., tins, 60 lbs., en caisse		0.15½
Saindoux en carré d'une livre, 60 lbs., en caisse		0.15½
<b>Viandes fumées.</b>		
Jambons: Première qualité.		
Extra gros, 28 à 40 lbs.		0.17
Gros, 20 à 28 lbs.		0.18
Moyens, 15 à 19 lbs.		0.20
Petits, 10 à 13 lbs.		0.20
Jambons désossés, roulés, gros 16 à 25 lbs.		0.20
Jambons désossés, roulés, petits 9 à 12 lbs.		0.22
Bacon, Spécial Rose Brand		0.23

# IMPORTANT

## Les Epiciers détaillants

qui désirent plaire à leurs clients devraient être certains de pouvoir leur fournir les véritables



## Baker's Cocoa and Chocolate

Registered Trade-Mark avec la marque de commerce sur les paquets.

Ce sont des marchandises de premier ordre, les meilleures du monde au point de vue de la pureté et du goût.

Manufacturées uniquement par **WALTER BAKER & CO., Limited.**

Montréal, Can. Dorchester, Mass  
ETABLI EN 1780.

## LACAILLE, GENDREAU & CIE

Successeurs de CHS. LACAILLE & CIE.

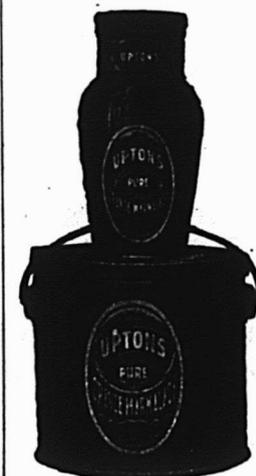
### EPICIER EN GROS

Importateurs de Mélasses, Sirops, Fruits Secs, Thé, Vins, Liqueurs, Sucres, Etc., Etc.

Spécialité de Vins de Messe de Sicile et de Tarragone.

329 Rue St-Paul et 14 Rue St-Dixi  
MONTREAL

## CONFITURES PURES DE UPTON



CONFITURES PURES  
NOUVELLE SAISON,  
DE UPTON  
MAINTENANT PRETES

Absolument pures et de saveur délicate, conservées dans des seaux de 5 lbs. et des jarres en verre de 16 oz., doublés or, scellés hermétiquement.

PURE MARMELADE  
D'ORANGE DE  
UPTON

Bien et favorablement connue de l'épicier et de ses clients dans tout le Canada, où elle est faite et vendue depuis plus de quinze ans.

# COMPTEZ UN PEU CELA

## M. l'Épicier

Combien de boîtes de FEVES AU LARD DE CLARK pouvez-vous vendre par rapport à une boîte d'une autre marque ? Et combien de profit vous pouvez, par suite, faire de plus en tenant les

## Les Fèves au Lard de Clark ?

Se Vendent Sans Effort.

Economisent Votre Temps.

Augmentent Votre Volume d'Affaires

et vous donnent la réputation de toute première importance de ne tenir

**QUE LE MEILLEUR.**

**W. Clark, Montréal**

## Le Prêt Immobilier, Limitée

244 Rue Ste-Catherine Est,  
Montréal.

Phone Bell Est 5779

### BUREAU DE DIRECTION :

Président : M. J.-A.-E. Gauvin, pharmacien ancien échevin ; Vice-Président : M. L.-A. La Vallée, maire de Montréal ; Secrétaire-Trésorier : M. Arthur Gagné, avocat ; Directeurs : M. J. E. Geoffrion, ancien président de la Chambre de Commerce du District de Montréal, membre de la Commission du Havre de Montréal ; M. le Dr J.-O. Goyette, ancien maire de Magog ; M. le Dr P.-P. Renaud, capitaliste ; M. F.-E. Fontaine, directeur-gérant de "The Canadian Advertising Limited" ; Gérant : M. L.-W. Gauvin, ex-inspecteur et surintendant de la Metropolitan Life Ins. Co.

### SI VOUS AVEZ BESOIN DE CAPITAL

pour acheter une propriété ou pour vous bâtir écrivez-vous au "Prêt Immobilier, Limitée," qui vous prêtera ce capital sans intérêt, avec grandes facilités de remboursement.

Les facilités de remboursement des prêts faits à ses membres par le "Prêt Immobilier, Limitée," sont telles qu'elles représentent à peu près l'intérêt que l'on aurait à payer sur un emprunt ordinaire.

REPRESENTANTS DEMANDES.—Le "Prêt Immobilier, Limitée" n'a pas encore d'agence dans tous les Districts et est disposé à entrer en pourparlers avec des représentants bien qualifiés.

Ecrivez ou téléphonez pour avoir la brochure explicative gratuite.

L'art de vendre est visiblement en retard sur l'art de fabriquer; il est donc nécessaire de le perfectionner.

Bacon Anchor Brand, à déjeuner, sans os, choisi	0.20
Bacon Brown Brand, à déjeuner, marque anglaise, sans os, choisi	0.19
Bacon Windsor, dos pelé	0.23
Bacon Windsor, sans os	0.25
Jambons de Laing, choisis, Pique-Nique", 10 à 14 lbs.	0.16
Petit bacon roulé, épicé, désossé, sé, 8 à 12 lbs.	0.17
Bacon choisi, Wiltshire, coté, 50 lbs.	0.20
Cottage Rolls	0.20
<b>Saucisses fumées.</b>	
Bologna (Bondon de Boeuf)	0.08
Bologna (Enveloppe cirée)	0.07½
Brunswick (Beef Middles)	0.08
Frankfurts	0.10
Polish	0.09
Garlic	0.09
Empress (Poulet, jambon et langue)	1.10
<b>Saucisses fraîches.</b>	
Saucisses de porc (tripes de porc)	0.09½
Saucisses de porc (tripes de mouton)	0.10
Petites saucisses de porc (pur porc)	0.16
Saucisses Cambridge (paquets de 1 lb.)	0.10½
Saucisses de fermier	0.10
Chair à saucisses (seaux de 20 lbs.)	0.08½
Boudin blanc	0.07
Boudin noir	0.08

### AGENCES

LAPORTE, MARTIN & CIE, LTEE,  
Montréal.  
Légumes.

### Petits Pois Importés "Soleil"

Extra fins, 100½ boîtes	16.00
Très fin, 100½ boîtes	13.50
Fins, 100½ boîtes	12.50
Mi-fins, 100½ boîtes	11.50
Moyens, No 1, 100½ boîtes	10.50
Moyens, No 2, 100½ boîtes	10.00
Moyens, No 3, 100½ boîtes	9.00

### Petits Pois "Frs. Petit & Cie."

Fins, 100½ boîtes	10.00
Moyens, 100½ boîtes	7.50
Verts, extra fins, 100½ boîtes	14.00
Verts, extra fins, 40 flacons	8.50
Verts, moyens, 100½ boîtes	8.25
Verts, coupés, 100½ boîtes	8.00
Coupés, 100½ boîtes	8.00
Macédoines, No 1 extra, 100½ btes	12.00
Macédoines, No 1 extra, 40 flacons	9.00
Côtes de Céleri, 100½ boîtes	8.00
Côtes de Céleri, 50 boîtes	7.50
Soupes (Pois, Oseilles et Cerfeuil, etc.)	9.50
Oseilles, 100½ boîtes	9.50
Purée de tom. concentrées, 100½ b.	9.00
Purée de tomates, 50 boîtes	9.00
Julienne, 100½ boîtes	8.50
Cerfeuil, 100½ boîtes	9.50

### Asperges.

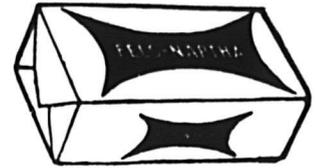
Pointes têtes seulement, 100½ btes	30.00
Branches géantes, 100½ boîtes	28.00
Branches géantes, 50 boîtes	26.50
Branches grosses, 100/ boîtes	26.00
Branches grosses, 50 boîtes	22.00
Branches Extra, 50 boîtes	24.00
Branches Fines, 100½ boîtes	23.50
Branches Fines, 50 boîtes	22.50

### Flageolets.

Moyens, 100½ boîtes	11.00
Sardines.	C/S
Petit Caporal Club ½	12.00
White Bear ½ s.	16.00
White Bear ¼ s.	9.50
Le Pilote ½	14.50
Victoria ¼ s.	8.00
Savons de Castille.	Lb.
Le Soleil 72% d'huile d'Olive.	
morc. de 10 oz., 200 à la caisse	12.00

Il y a une apparence de coquetterie dans les vitrines d'épicerie décorées avec les cartons colorés de rouge et de vert de FELS-NAPHA.

Vous n'avez qu'à les conserver lorsqu'ils sont vides ; ils sont d'une grande utilité pour toutes sortes d'étalages de magasins



## CHOCOLAT "ELITE"

Non Suoré



DES ÉPICIERES  
Pour tous les

## Besoins de la Cuisine

Tablettes de ¼ lb.

Fabriqué par

## JOHN P. MOTT & CO.,

HALIFAX, N. E.

J. A. TAYLOR, Agon, Montréal

## The City Ice Co. Limited

LA PLUS GRANDE COMPAGNIE DE GLACE  
AU CANADA

Ca soité de production :

255,000 tonnes de glace par an.

Stock à Montréal, 200,000 tonnes

Réserve à BELLERIVE 22,000 tonnes.

Bureau principal, 295 rue Craig O.

MONTREAL

morc. de 10 oz., 100 à la caisse	6.50
morc. de 7 oz., 200 à la caisse	7.50
morc. de 1 lb., 50 à la caisse	4.50
morc. de ½ lb., 50 à la caisse	3.75
morc. de 3 lbs., 12 à la caisse	0.09
barres de 11 lb., 25 à la caisse	0.08
La Lune 65% d'huile d'Olive.	Lb.
morc. de ½ lb., 50 à la caisse	3.35
Huile d'Olive "Minerva"	C/S
12 bouteilles, 1 litre	8.00
12 bouteilles, qts.	6.00
24 bouteilles, pts.	6.50
24 bouteilles, ½ pts.	4.25
	Gall.
c/s 2 estagnons, 5 gall.	2.00
c/s 6 estagnons, 2 gall.	2.05
c/s 10 estagnons, 1 gall.	2.10



Il y a une bonne marge de profit à faire sur l'huile. C'est un article de nécessité constante et vous en vendez beaucoup. Quel profit faites-vous ? Vous ne pouvez le savoir à moins d'avoir un **Réservoir à Mesure Automatique Bowser**. Le réservoir vieux genre gaspille l'huile et cela réduit vos profits. Le **Bowser** est muni d'une soupape automatique qui empêche l'écoulement et la perte et **Protège Vos Profits**. Il se paye de lui-même parce qu'il économise en quelques mois. Non seulement il économise l'huile, mais il épargne les autres articles que l'huile affecte. Quand vous avez un **Bowser**, vous n'avez qu'à pendre le bidon du client au robinet et à pomper. Vous n'avez pas les ennuis des mesures huileuses et de l'entonnoir. Lorsque le bidon est plein, le **Calculateur Bowser** vous indique la note à charger, tout comme vos balances calculatrices. Plus d'incertitude ! Renseignez-vous à ce sujet. Demandez notre catalogue et toutes informations. Laissez-nous vous apprendre comment gagner de l'argent avec l'huile.

**S. F. BOWSER & COMPANY, Inc.**

66 68 Avenue Fraser,

TORONTO, Ont.

Etabli en 1885

Bureaux dans toutes les villes et représentants partout.

Fabriqué par des Ouvriers Canadiens et vendu par des Vendeurs Canadiens.

Concessionnaires du brevet et fabricants des pompes à main ou à force motrice artificielle enregistrant d'elles-mêmes leur débit des réservoirs de toutes dimensions, des systèmes d'emmagasiner le pétrole et l'huile, des conduites à enregistrer la consommation, des systèmes pour la filtration et circulation du pétrole, des systèmes de nettoyage à sec, etc.

- c/s 20 estagnons, 1/2 gall. 2.25
- c/s 48 estagnons, 1/2 gall. 2.60
- Petits Pois à sacrifier. C/S
- Questel sur extra fins, 50 btes 12.00
- Cie Cons. Ali., extra fins, 100 1/2 btes 12.50
- Memina, très fins, 100 1/2 btes 11.00

**LAIT CONDENSE ET EVAPORE.**

Borden Milk Co., Ltd. à l'Est de Fort William, Ont.

- Conserve: — Caisse
- Eagle Brand, 4 doz. \$6.00
- Reindeer Brand, 4 doz. 6.00
- Silver Cow Brand, 4 doz. 5.40
- Gold Seal Brand, 4 doz. 5.25
- Mayflower Brand, 4 doz. 5.25
- Purity Brand, 4 doz. 5.25
- Challenge Brand, 4 doz. 4.75
- Cloyer Brand, 4 doz. 4.75
- Evaporé (non sucré): —
- St. Charles Brand, 4 doz. 2.00
- Peerless Brand, petit, 4 doz. 2.00
- St. Charles Brand, famille, 4 doz. 3.90
- Peerless Brand, famille, 4 doz. 3.90
- Jersey Brand, famille, 4 doz. 3.90
- St. Charles Brand, haute, 4 doz. 4.50
- Peerless Brand, haute, 4 doz. 4.50
- Jersey Brand, haute, 4 doz. 4.50
- St. Charles Brand, hôtel, 2 doz. 4.25
- Peerless Brand, hôtel, 2 doz. 4.25
- Jersey Brand, hôtel, 2 doz. 4.25
- St. Charles Brand, gallons, 1/2 doz. 4.75
- "Reindeer" café et lait, 2 doz. 5.00
- "Regal" café et lait, 2 doz. 4.50
- "Reindeer" cacao et lait, 2 doz. 4.80

**JOHN P. MOTT & CO.**

Elite, per doz. 0.00



- Diamond Chocolate 0.24
- Navy Chocolate 0.29

- Cocoa Nibbs 0.35
- Cocoa Shells 0.05
- Confectionery Chocolate 0.18 à 0.30
- Plain Chocolate Liquors 0.18 à 0.35
- Vanilla Stick la gr. 1.00

**SALADA TEA CO.**



**THEES DE CEYLAN**

**"SALADA"**

- |  |              |              |
|--|--------------|--------------|
|  | <b>Coût.</b> | <b>Vend.</b> |
| Etiquette Brune, 1's et 1/2's.               | \$0.25       | \$0.30       |
| Etiquette Verte, 1's et 1/2's.               | 0.27         | 0.35         |
| Etiquette Bleue, 1's, 1/2's, 1/4's et 1/8's. | 0.30         | 0.40         |
| Etiquette Rouge, 1's et 1/2's.               | 0.36         | 0.50         |
| Etiquette Or, au détail                      | 0.44         | 0.60         |
- Noir, mêlé ou vert, de toutes qualités.

**SAVON.**

The GENUINE, empaqueté 100 morceaux par caisse.



Prix pour Ontario et Québec:  
Moins de 5 caisses 5.00  
Cinq caisses ou plus 4.95

**SNAP CO., LTD.,**

Montréal.

Snap Hand

Cleaner

- Cse de 3 do 3.60
- Cse de 6 doz. 7.20
- 30 jours.



**SOCIETE DES EAUX PURGATIVES RIGA.**



Montréal — Tél. Main 6473.

- 1 doz., (en boîte de carton) \$2.00
  - 25 bouteilles, " 4.00
  - 1 caisse, (50 bouteilles) 7.00
  - 2 caisses, (8 bouteilles gratis) 15.00
  - 5 caisses, (30 bouteilles gratis) 37.50
  - 10 caisses, (72 bouteilles gratis) 75.00
  - 25 caisses, (200 bouteilles gratis) 187.50
- Par lot de 1 doz. ou 25 bouteilles: C. O. D.

Par lot de 1 caisse ou plus: 1% 10 jours, net 30 jours, F. O. B., Montréal.

Les conditions ci-haut seront strictement suivies.

**ARTHUR P. TIPPET & CO., Montréal.**

- Lime Juice "Stowers" La cse
- Lime Juice Cordial, 2 doz. pts. 4.00
- Lime Juice Cordial, 1 doz. pts. 3.50
- Double Refi, lime juice 3.50
- Lemon syrup 4.00

**WHITE SWAN SPICES & CEREALS, Limited.**

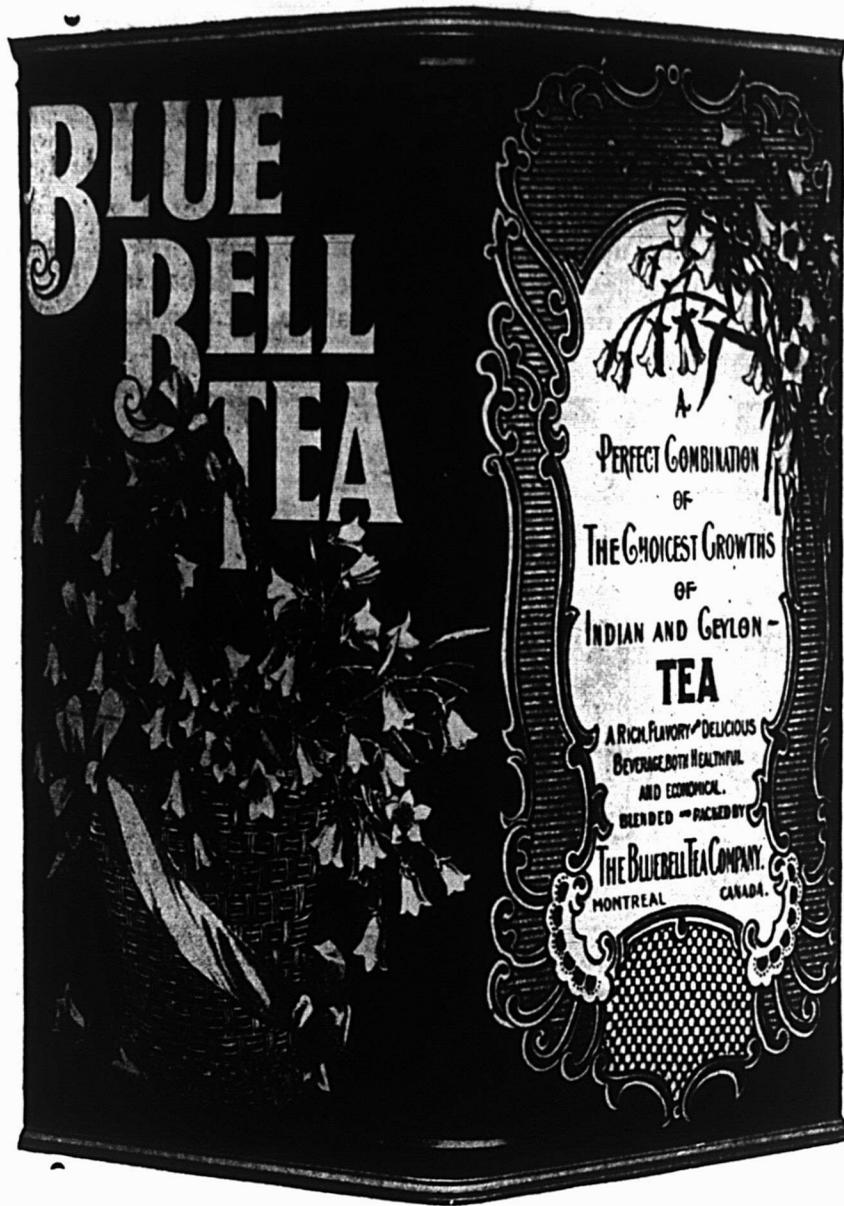
Pains de Levure "White Swan", caisse de 3 doz., 5c le paquet. 1.15

**WILSON'S FLY PADS.**



La boîte \$3.00  
Par trois boîtes 2.85

# Le Thé "Blue Bell"



## BOITE DE

3s et 5s. lbs.

NOIR

MELANGE

VERT

JAPON

Les BOITES ne contiennent QU'UNE SEULE QUALITE, au prix de 30 cts. net par livre.

12 x 5s. par caisse, 60 livres.

20 x 3s. par caisse, 60 livres.

Lisez ce que porte l'étiquette au verso de la boîte, comme ci-dessous.

**Les contenus ne sont Garantis qu'en autant que le Sceau N'est Pas Rompu.**

Employez le Thé "Blue Bell" et vous pratiquerez la meilleure économie domestique ;  
Il est sans Egal pour la Qualité et la Richesse de l'Infusion.

**PURETÉ**

**FORCE**

**SAVEUR**

**AROME**

Le poids est garanti dans nos boîtes de 3 et 5 livres.

— NOTEZ —

Tous les paquets portant cette étiquette contiennent un objet utile à la ménagère.

MONTREAL

**The Blue Ribbon Tea Company, Limited.**

**YEAST ROYAL CAKES**

**POURQUOI EXPERIMENTER**

**Epiciers :** Quand vous commandez des Pains de Levure ayez soin de toujours spécifier la Levure Royal. Si vous négligez cette précaution, vous vous exposez à ce qu'on vous impose une autre marque et vous fassiez faire une dépense inutile en remplissant vos commandes au moyen des imitations médiocres pour lesquelles il n'y a que peu ou pas de demande. L'article d'origine, portant l'étiquette bleue, est celui que désirent les consommateurs. Evitez les imitations connues et représentées comme "tout aussi bonnes".

**ROYAL YEAST CAKES**



BLUE LABEL

Fait un Pain Parfait

**E.W. GILLETT COMPANY LIMITED**

TORONTO, ONT.

WINNIPEG                      MONTREAL



BLUE LABEL

**Le Meilleur Poisson qu'on se puisse procurer**





Un choix attentif des meilleurs poissons pris dans la fameuse baie Pasamaquoddy, leur préparation habile et soignée dans une usine moderne hygiénique ont fait des

**"ALIMENTS MARINS MARQUE BRUNSWICK"**

le mets favori de tous les consommateurs délicats.

Ils ne sont pas surpassés pour la qualité, ont une saveur bien particulière et leur vente laisse au marchand un bon bénéfice.

Tenez-VOUS cette spécialité qui donne satisfaction ? En donnant votre commande, assurez-vous que vous mentionnez bien le nom

**'BRUNSWICK**

**CONNORS BROS. LIMITED**

BLACK'S HARBOUR, N. B.



# LE PRIX COURANT

REVUE HEBDOMADAIRE

Commerce, Finance, Industrie, Assurance, Etc.

EDITEURS

La Compagnie de Publications des Marchands Détailliers du Canada, Limitée,

Téléphone Bell Est 1185.

MONTREAL.

ABONNEMENT: Montréal et Banlieue, \$2.50 }  
Canada et Etats-Unis, 2.00 } PAR AN.  
Union Postale, - Frs. 20.00 }

Bureau de Montréal : 80 rue St-Denis.

Bureau de Toronto : Edifice Crown Life, J. S. Robertson & Co., représentants.

Bureau de Chicago : 215 rue South Market, Emmet C. Boyles, représentant.

Bureau de New-York : 903-904 Tribune Bldg., F. F. Olmsted, représentant.

Il n'est pas accepté d'abonnement pour moins d'une année.  
A moins d'avis contraire par écrit, adressé directement à nos bureaux, 15 jours au moins avant la date d'expiration l'abonnement est continué de plein droit.

Toute année commencée est due en entier.

L'abonnement ne cesse pas tant que les arrérages ne sont pas payés.

Tout chèque pour paiement d'abonnement doit être fait payable "au pair à Montréal."

Chèques, mandats, bons de poste doivent être faits payables à l'ordre de "Le Prix Courant".

Prière d'adresser les lettres, etc., simplement comme suit :

"LE PRIX COURANT", Montréal

Fondé en 1887.

LE PRIX COURANT, Vendredi, 4 Juillet 1913.

Vol. XLVI — No 27.

## LES CANAUX CANADIENS

Il est évident que les plans du gouvernement fédéral relatifs à la construction de nos canaux ne sont pas conformes aux meilleurs intérêts du pays. Ainsi, s'il faut en juger par les confidences officieuses de la presse ministérielle, on ne saurait que conclure que les travaux de creusement et d'élargissement du canal Welland, (d'un intérêt absolument international) passeront avant ceux de la construction du canal de la Baie Georgienne, quoiqu'il soit reconnu que le premier tend plutôt à servir les intérêts des Etats-Unis que ceux du Canada, tandis que le second serait une oeuvre exclusivement d'intérêt national.

Il est indiscutable que le canal Welland servira à donner, à assurer aux Etats-Unis le monopole du commerce du grain de nos provinces du nord-ouest.

Nous avons déjà démontré, dans un article précédent, comment le creusement du canal Welland livrerait passage aux gros transports américains avec leurs cargaisons de 300,000 à 400,000 boisseaux de grains jusqu'au lac Ontario et au port d'Oswego, où il existe déjà un canal conduisant à la rivière Hudson et qui sera creusé à 21 pieds de profondeur avant que le nouveau canal Welland ne soit terminé.

Il y a environ trois ans, le surintendant des travaux publics de New-York recommandait d'abandonner la route Erie depuis Buffalo jusqu'à Syracuse en faveur de celle d'Oswego jusqu'à la rivière Hudson. Il ajoutait que si cette route était acceptée la construction du canal de la Baie Georgienne serait retardée indéfiniment.

En creusant et en élargissant le nouveau canal Welland, le gouvernement d'Ottawa fournira aux Américains les meilleurs moyens possibles pour raccourcir la distance en traversant l'Etat de New-York jusqu'à l'Hudson et de là au havre de New-York, leur assurant ainsi une route supérieure à celle actuelle pour faire une concurrence plus efficace à la route du Saint-Laurent.

Ils ont déjà une plus grande part que les Canadiens dans le trafic du grain et cette part s'augmentera davantage lorsque le canal Welland sera complété, et aura coûté

\$50,000,000 aux Canadiens pour le plus grand bénéfice des Américains.

On se rappelle que, étant ministre des Travaux Publics, l'honorable M. F. D. Monk fit un voyage d'inspection sur les grands lacs. A son retour, voici ce qu'il déclarait avec chaleur :

"A la vérité, de l'Atlantique au Pacifique, le pays est dans une situation de progrès industriel et commercial qui exige une action vigoureuse en autant que les moyens de transport en particulier sont concernés, et une dépense d'argent considérable, sage et judicieuse si nous voulons nous maintenir à la hauteur de la situation."

Parlant des moyens que possède le Canada pour le transport par voie des lacs, M. Monk ajoutait : "Nous avons une appropriation de \$40,000,000 pour divers travaux publics, et, cependant, la progression du pays et son expansion dans toutes les directions sont si considérables, que cette somme semble insuffisante à faire face à tous les besoins urgents."

Aujourd'hui encore nous prenons acte de ces assertions de l'ancien ministre, et nous disons que tant que le canal de la Baie Georgienne ne sera pas construit, le Canada restera dans l'impossibilité de transporter jusqu'à la mer une grande proportion de sa production annuelle des grains et devra compter sur les Etats-Unis pour le transport et la vente de cette proportion,

Pourquoi, alors, le gouvernement continuerait-il à retarder la construction de cette route importante et attendrait-il d'être forcé à agir par la force des circonstances et alors que la plus grande partie du commerce aura passé aux mains des Etats-Unis et qu'il sera plus difficile que jamais de le reprendre.

Citons encore le "Canajohairie Hay Trade Journal" :

"La nouvelle disant que le canal Welland sera creusé à 30 pieds est d'un grand intérêt pour la route au grain Buffalo-New-York, car cette décision a sans doute été prise dans le but de contrôler le trafic du grain entre le Nord-Ouest et la mer. Le creusement du canal ne peut avoir d'au-



## TANGLEFOOT

Attrape 50,000,000,000 de mouches par année—de beaucoup plus que tous les autres moyens ensemble. Le Destructeur de Mouches Hygiénique.— Ne Contient pas de Poison.

tre objet que celui de permettre aux gros vaisseaux de pénétrer dans les grands lacs. Les marchands de grain de Buffalo envisagent ce projet avec calme, car ils savent que l'amélioration du canal Welland est d'une importance secondaire par rapport à ce qui doit être fait pour donner une profondeur uniforme au Saint-Laurent jusqu'à Montréal. Il est reconnu que, actuellement, Montréal enlève du grain à Buffalo à cause de la différence plus favorable des taux; mais dans la saison active, la différence des taux est un petit détail, car l'affluence est assez grande pour alimenter toutes les routes. Celle du Saint-Laurent, quels que soient les taux, sera toujours handicapée par le manque d'affaires propres à y attirer le tonnage océanique. Lorsque New-York ou autres ports océaniques voudront du commerce, ils n'auront qu'à réduire les taux pour l'obtenir, car ils commandent le tonnage pour ce faire. L'élargissement du canal Welland aidera tous les ports situés sur le lac Ontario, mais il ne fera que très peu tant que la route du Saint-Laurent n'aura pas été améliorée."

### L'EMPLOI PRATIQUE DES QUOTIDIENS POUR LA PUBLICITE.

La théorie et la pratique sont trop souvent en désaccord. Il est facile d'écrire des volumes sur certains sujets et très difficile de réduire toute cette quantité de "châteaux en Espagne" à un tout correct solide.

Ceci découle d'un certain nombre d'arguments — pour et contre — qui foisonnent dans la presse d'annonces au sujet de l'emploi des journaux ou des magazines comme médiums de publicité nationale. On se demande pourquoi les directeurs de magazines et ceux des journaux cherchent à se nuire. N'y a-t-il pas un champ assez vaste pour tous?

Le mal vient surtout de ce que chacun d'eux semble s'efforcer d'accaparer toutes les affaires existantes plutôt que d'essayer à provoquer des affaires nouvelles.

Il y a nombre de bonnes raisons pour qu'on emploie à la fois les magazines et les journaux, côte à côte, dans une campagne de publicité nationale. C'est manifestement s'exposer à gaspiller beaucoup d'argent que d'annoncer beaucoup avant que les marchands-détaillants aient les produits sur leurs rayons et soient en mesure de livrer les commandes des consommateurs. Pourtant un peu de publicité est nécessaire pour convaincre le marchand-détaillant de la nécessité d'emmagasiner une certaine quantité de vos produits.

Si l'annonceur est un homme bien connu dans tout le pays, il lui est relativement aisé d'amener les marchands-détaillants à emmagasiner davantage de ses marchandises et de persuader à d'autres qu'ils ont grand intérêt à emmagasiner de ses marchandises. Et alors il peut soit envoyer certains de ses vendeurs ordinaires dans le territoire spécial qui doit être couvert, soit engager dans ce but des vendeurs spéciaux. Ces vendeurs auront pour tâche de travailler à fond dans une zone limitée. Ceci fait, aux dates où les représentants de la maison seront dans la ville, il convient de faire une forte publicité dans les journaux quotidiens de la dite ville. Cette publicité aura deux objets: faire impression sur l'esprit du marchand-détaillant et s'efforcer de susciter la demande du produit par le consommateur.

Si cette publicité est faite d'une manière adroite et au moment propice, il n'est pas rare de voir plusieurs clients entrer dans la boutique du marchand-détaillant et demander leur produit dont l'agent vendeur est justement dans la boutique susdite. Il est facile de se rendre compte de l'excellente impression que cela fait sur l'esprit du détaillant.

Si le manufacturier dispose de moyens suffisants, il peut mettre à profit ce système dans un certain nombre de petites villes à la fois et couvrir le territoire qu'il avait en vue dans une laps de temps beaucoup plus court.

On peut cependant employer ce système de ville en ville, progressivement jusqu'à ce que tout le territoire soit couvert. Il va sans dire que dans certains cas spéciaux ce plan ne donnerait pas les résultats qu'on en attend, mais il n'y a pas de plan qui puisse être appliqué avec succès dans toutes les conditions. On a obtenu des résultats remarquables de cette façon. Mais il y a d'autres points de vue où il y a lieu de se placer pour considérer cette question.

Supposons, par exemple, qu'il s'agisse d'une ville de 50,000 à 75,000 âmes où il y a plusieurs manufacturiers faisant de bonnes affaires, mais dont les marchandises n'ont cependant pas une réputation nationale. Ils manufacturent pour des marchands en gros; ils cachent leur propre identité sous les marques des marchands en gros; ils n'ont pas fait de sérieuse tentative pour imposer leur marque et pour l'annoncer; ils ne sont pas convaincus ou ne se rendent pas compte du pouvoir extraordinaire de la publicité moderne.

Le gérant de publicité du journal quotidien va leur rendre visite. Il explique au manufacturier les principes fondamentaux de la marque de fabrique pour les marchandises et la valeur de la demande du consommateur créée pour le produit portant le nom du fabricant et garanti par sa marque de fabrique.

Mais le manufacturier répond en mettant en avant l'argument qu'il est incapable de dépenser autant d'argent qu'il en faut pour mener une campagne de publicité dans tout le pays. D'où il conclut qu'il ne peut pas annoncer du tout.

C'est là justement que l'attendait le gérant d'annonces du journal. Il fait voir au manufacturier qu'il doit commencer par choisir un nom et une marque de fabrique convenables pour son produit. Puis, comment il peut annoncer juste dans sa localité et dans les environs.

Il est facile pour un manufacturier de devenir le fournisseur des marchands-détaillants de sa propre ville. Et pourtant on constate avec surprise que bien souvent le produit d'une manufacturier est pratiquement inconnu de ses voisins.

L'emploi d'un nom nouveau contribue à exciter l'intérêt. S'en remettre au public, par voie de concours, pour le choix du nom du nouvel article est une méthode qui donne de très bons résultats. Et il en coûte relativement fort peu. Une fois le nom choisi, on peut mener une campagne de publicité bien définie et persistante dans la localité.

Le lecteur comprend facilement comment les journaux quotidiens d'un état et du pays peuvent s'aider. A mesure qu'un annonceur va dans une nouvelle ville, les journaux de cette ville allongent leur liste de publicité nationale. En retour, ils envoient à leurs voisins l'annonceur qu'ils ont, par la même méthode, créé dans leur ville.

### A PROPOS DE LA VOITURE-RECLAME DE BERRY BROTHERS.

Dans le numéro du "Prix Courant", paru le 30 mai dernier, nous parlions de la voiture-réclame de Berry Brothers et un certain nombre de nos lecteurs ont cru qu'il s'agissait d'une voiture spéciale mise en vente par cette grande manufacture de vernis. Il n'en est rien. Cette voiture est fabriquée par les enfants eux-mêmes au moyen des boîtes très solides contenant les divers articles qui ont consacré la réputation universelle de cette maison. C'est un malentendu qu'il était bon de dissiper le plus tôt possible.

### LES CONGES D'ETE.

L'approche des grandes chaleurs rappelle à tout le monde le supplice des jours de travail dans les magasins. Chacun en a fait l'expérience et sait à quel point le système s'affaïsse sous l'influence déprimante des journées chaudes et suffoquantes, et combien il est pénible de faire un travail soutenu dans ces conditions.

Et en dépit de tout, il faut que l'employé reste gai et courtois envers les clients qui, eux-mêmes, sont trop souvent prêts à laisser voir l'influence qu'exerce chez eux l'accablante atmosphère.

Celui qui est forcé de se tenir au comptoir, qu'il soit patron ou employé, est certainement un objet de commisération lorsque viennent les chaleurs torrides de l'été.

Jusqu'ici, on a semblé accepter comme chose toute rationnelle que c'est le lot du marchand et du commis de souffrir toutes ces misères. Pourtant, quand arrive le samedi, voyez donc leurs frères de la majorité des autres établissements commerciaux fermer les portes à midi et se payer un repos qu'ils n'ont pas volé eux non plus. Et pendant ce temps-là, le détaillant et ses commis sont forcés de répondre à un public exigeant.

Pour la plupart des magasins de détail, un congé le samedi n'est pas pratique, parce que ce jour-là, plus que les autres jours, la presse est excessive. C'est le jour de la paye et c'est aussi celui des achats, car il faut bien se pourvoir pour le dimanche. De sorte que le magasin doit rester ouvert du matin jusqu'au soir, quelque chaud qu'il fasse. Mais s'il est impossible de se reposer le samedi des travaux de la semaine, il n'y a pas de raison pour ne pas relâcher un peu les affaires un autre jour, pour l'avantage du patron et des employés. Le repos est tout à fait essentiel, et le service en bénéficiera sensiblement si les commis ont eu l'avantage de se reposer de temps à autre, surtout durant la saison d'été. Ainsi, le marchand qui ne fournit pas à ses employés l'occasion de se récréer, ne fait pas tout son devoir envers eux et ne travaille pas dans son propre intérêt. S'il ne peut pas sacrifier une partie de la journée du samedi, pourquoi ne pas donner congé au milieu de la semaine? Dans certaines villes la fermeture des magasins le mercredi après-midi est aujourd'hui d'institution, tout comme la fermeture de bonne heure chez nous, à certains soirs de la semaine, et il n'y a pas de raison pour que cette pratique ne s'applique pas à Montréal et plus généralement dans notre province. Le public s'accoutume vite à ces choses, et l'expérience vaut certainement la peine d'être tentée.

### L'UTILITE DE LA PUBLICITE.

Au cours d'une très intéressante étude qu'elle publie sur l'organisation et sur la direction d'une usine, l'"Action économique" s'occupe du rôle de la publicité dans les affaires.

Les observations suivantes nous paraissent particulièrement justes:

"Il n'est pas permis de diminuer la publicité pour réduire des frais; car c'est mettre en danger la vente des produits.

"Il y a quarante ans, les principales fabriques de machines n'auraient pas accepté de mettre des annonces dans les journaux. Un courtier qui aurait proposé à ces industriels un traité de publicité aurait été mal reçu. C'est qu'à cette époque, ces maisons n'en avaient pas besoin; il n'existait pas beaucoup de grands établissements et ceux qui existaient étaient tellement connus, qu'il était inutile d'attirer l'attention sur eux au moyen d'annonces payées.

"Mais autres temps, autres moeurs. Des établissements qui avaient les idées trop hautaines et croyaient s'abaisser en insérant la moindre annonce dans les journaux, ont aban-

donné leurs préjugés; ils comprennent qu'ils doivent tenir compte des nouvelles habitudes. A une diminution de la publicité correspond toujours une diminution des demandes et par suite, des commandes, même pour des maisons universellement connues. Il ne faut pas croire qu'il suffit d'avoir auprès des professionnels la réputation d'un fabricant consciencieux et actif pour être débordé de demandes. Car ce ne sont pas les professionnels qui procurent le plus d'affaires. Il faut plutôt attirer l'attention du public, afin qu'il s'adresse à l'usine en cas de besoin. Le public écoute, lit et discute une chose nouvelle et bonne qu'on lui présente; il oublie aujourd'hui ce qui l'intéressait hier encore. Aussi une publicité commencée ne doit-elle jamais, pour rester efficace, être interrompue. A notre époque, où l'on vit rapidement, où une innovation, à peine réalisée, est immédiatement détrônée par une meilleure, il convient de se rappeler constamment à l'attention du public.

"Le budget de publicité est très considérable dans certains établissements. Nombre de grandes usines y consacrent jusqu'à 5 p. c. de leurs recettes annuelles. Cette dépense est une lourde charge; mais elle est inévitable, car le nombre et l'importance des commandes en dépendent."

### ERRATA

Dans la dernière annonce que nous avons publiée dans notre édition du 27 juin pour le compte de la maison Laporte, Martin, Limitée, il s'est glissé une erreur que personne n'a pu contrôler avant publication. Ainsi, à l'item qui se lit: Lager "High Life" de Miller, barils de 10 douzaines, à \$2.50 le baril," c'est \$12.50 le baril que le typographe aurait dû écrire. Nous avons tenu à rectifier cette erreur sans plus tarder, car des lecteurs du "Prix Courant," qui se font un devoir de consulter régulièrement nos annonceurs avaient déjà manifesté leur intention de placer leur commande au prix mentionné dans l'annonce. L'article étant déjà bon marché à \$12.50, on conçoit que la demande à \$2.50 eût été considérable.

### NOS RAPPORTS COMMERCIAUX AVEC LES ETATS-UNIS

D'après un rapport qui vient d'être préparé par la section du commerce étranger et domestique du département du commerce des Etats-Unis, ce pays vient en second lieu comme consommateur des produits du Canada et il occupe la première place comme pourvoyeur des Canadiens.

En 1868, l'année de la confédération, les Etats-Unis ont pris, pour leur part, 47.9 pour cent des exportations du Canada; en 1880, 37.9; en 1890, 47.9; en 1900, 35.7; en 1910, 37.35, et en 1912, 38.23.

Ils ont fourni au Canada, en 1868, 33.77 pour cent de ses importations; 40.33 pour cent, en 1880; 45.99 en 1890; 51.17, en 1900; 58.81, en 1910, et 65.09 en 1912.

Les Etats-Unis absorbent à peu près toutes les exportations de bois et de minéraux du Canada, tandis que l'Angleterre achète surtout le blé et les animaux. Mais le rapport dit que les Etats-Unis achèteront probablement peu de blé dans un avenir prochain, ce qui fera encore diminuer le commerce britannique, qui a décliné continuellement depuis quelques années, à l'avantage du commerce avec les Etats-Unis.

Le Canada achète surtout du charbon des Etats-Unis. Il achète aussi d'eux des produits manufacturés, du coton, des fruits et du cuir.

## SWIFT CANADIAN COMPANY, LIMITED

La nouvelle succursale Place Viger, de cette importante compagnie est déjà entrée de plein pied dans la voie du succès et nous devons l'en féliciter. Aussi, lui était-il relativement facile de gagner la faveur du commerce de la province de Québec du fait que ses produits y étaient déjà favo-

Les oeufs "Brookfield," une spécialité de la maison, sont mis en cartons scellés et sont strictement garantis après avoir passé aux mains des miroirs qui sont au nombre de sept.

Les saindoux de la Swift Canadian Company sont le "Silver Leaf" pour le produit pur et le "Jewel" pour le pro-



**SWIFT CANADIAN Coy. Ltd. — Entrepôt frigorifique où sont conservés le saindoux, le beurre et les fromages dans la nouvelle succursale Place Viger, rue Craig Est.**

ablement connus, ainsi qu'ils le sont par tout le continent et même à l'étranger.

Cette nouvelle succursale assure à Montréal un marché de gros de produits alimentaires parfaitement bien outillé où les commerçants peuvent se procurer les meilleures viandes fraîches ou fumées, volailles et autres produits, et que ce sont de tels produits que les consommateurs trouvent chez leurs fournisseurs.

Outre que la Swift Canadian Company fait une spécialité des viandes de toutes sortes, fraîches, fumées ou en conserve, elle tient à la disposition de la clientèle un stock complet de tous les fromages importés et domestiques, du fameux beurre "Brookfield" et des oeufs "Brookfield." La succursale Place Viger est ainsi outillée que ses machines à couper le beurre peuvent disposer de 4,000 livres par jour.

duit composé, deux marques universellement connues et approuvées par le commerce.

Détail intéressant, le beurre et les fromages domestiques que tient la Compagnie, sont fabriqués pour son propre compte spécialement et dans la province de Québec. Les trois chambres, communiquant aux cinq étages, et qui servent au fumage des viandes, ont une capacité de 150,000 livres par semaine; de sorte que quelle que soit la quantité réclamée par le commerce, on peut être assuré de trouver à la compagnie Swift Canadian des viandes tout à fait fraîches.

On nous dit que la Compagnie est en mesure de faire des prix excessivement avantageux grâce à son système d'exploitation par lequel rien ne va à la perte. Les déchets de graisse provenant de l'abattage sont convertis en un savon de borax, le "Swift", pour le blanchissage et en un superbe

savon de toilette préparé à la glycérine. Les soies de porcs sont retenues par une fabrique de brosses à dents. Comme nous le disait M. Jewell, le gérant local, c'est à peine si la compagnie perd les cris des animaux qu'on égorge aux abattoirs de Toronto.

Ici, à Montréal, la compagnie possède sa propre voie d'évitement dans la grande cour Viger, de sorte que les sujets frais tués qui lui arrivent chaque jour de Toronto ne passent par les mains d'aucune personne, attendu qu'ils sont

déchargés mécaniquement et que, par le même procédé, ils sont distribués chacun dans leur département aux différents étages de l'édifice.

Le commerce aura tout à gagner à entrer en relations avec la Swift Canadian Company, Limited, et trouvera en M. A.-L. Jewell, gérant de la Succursale Place Viger, un parfait gentilhomme toujours prêt à répondre à n'importe quelle demande de renseignements concernant le marché.



**SWIFT CANADIAN Coy. Ltd.**—L'une des grandes chambres réservées au traitement des jambons après le fumage. A remarquer l'excessive propreté qui règne dans ces pièces.

### UN LIVRE PRECIEUX

Nous accusons réception d'un magnifique Livre de Recettes Culinaires que vient de publier la Lake of the Woods Milling Company, Limited.

Au point de vue seul de sa facture le livre mériterait déjà les honneurs de la bibliothèque ; mais sa valeur ne se borne pas là. Il contient plus de deux cents recettes utiles et très pratiques qui devront faire la joie de toutes les ménagères consciencieuses. La reliure du livre est extrêmement solide, et l'impression en est soignée jusqu'au luxe, ce qui lui ouvrira sans nul doute, toutes les bonnes cuisines où il sera d'une aide précieuse.

On peut se procurer le "Five Roses Cook Book" moyennant la somme de dix cents (10c), en s'adressant au Directeur de la publicité, à la Lake of the Woods Milling Company, Limited, Montréal.

Mille remerciements pour l'envoi d'un exemplaire.

### DU FRANÇAIS POUR LES FRANÇAIS

**L'International Stock Food Co.** cherche à faire des affaires en adoptant la bonne méthode.

La population française aime la langue française. C'est non-seulement un langage reconnu par la loi dans la Province de Québec, mais la langue maternelle de la grande majorité de la population. Et la population française a naturellement plus de sympathies pour les maisons qui lui envoient des brochures commerciales rédigées en français.

Il n'est que juste que cela se maintienne. Que penserait un boutiquier de Russie d'un manufacturier d'Angleterre qui enverrait une circulaire aux marchands russes, rédigée en anglais ?

L'International Stock Food Co., Limited, de Toronto, manifeste sa haute estime pour ses clients français en faisant traduire en français son fameux livre de \$3000 sur le

bétail, ses annonces, ses lettres et brochures en général. Ceci implique une forte dépense d'argent, mais aussi cela se traduit par un volume énorme d'affaires, car la population française est loyale envers les maisons qui les approvisionnent bien.

Donc, aussi, la garantie donnée par l'International Stock Food Co., Limited, inspire confiance. Elle offre à n'importe quel moment de rembourser rapidement le prix d'achat de toute préparation fabriquée par elle et qui ne donnera pas entière satisfaction.

Nos lecteurs — et spécialement les propriétaires de magasins généraux — feraient bien de tenir la ligne complète des aliments et remèdes "International," pour le bétail et la volaille, qui leur assurera de très gros profits.

Des renseignements complets en ce qui concerne les prix faits aux marchands en gros peuvent être obtenus en écrivant à l'International Stock Food Co., Limited, Toronto, Ontario.

### IGNORANCE DE L'INDUSTRIE DES CONSERVES

Sous le titre "Conservation Artificielle des Fruits," il a paru dernièrement dans le "Globe", de Toronto un article éditorial dans lequel se trouvaient certaines déclarations indiquant chez leur auteur une grande ignorance de l'industrie des conserves. Les commerçants détaillants savent que les fruits en conserves livrés par les maisons canadiennes, jouissant d'une bonne réputation, sont aussi bons que n'importe quelle maison de n'importe quel pays peut les fournir.

Voici par exemple une déclaration vague contenue dans cet article :

"Les fruits mis en conserves à la maison sont généralement bien supérieurs au produit de la manufacture, car ils sont d'habitude frais, le sucre est abondant et tout est tenu dans une propreté parfaite."

On en conclut tout naturellement que le fruit, aux manufactures de conserves, n'est jamais frais, que le sucre est rare et que la propreté est une exception.

Il est presque certain que l'auteur de cet article n'a pas eu l'intention d'amener le lecteur à tirer ces conclusions qui en découlent cependant. Pourtant s'il l'a eue, cette intention, c'est qu'il est d'une ignorance lamentable au sujet des faits. Les gens qui sont au courant des choses telles qu'elles se passent dans les maisons de conserves, jouissant d'une bonne réputation, savent que le fruit fourni aux manufactures est presque invariablement plus frais que celui que reçoivent les ménagères. La plupart des manufactures de conserves sont situées au milieu des champs et des vergers et on y reçoit le fruit dès qu'il a été cueilli. Les manufacturiers n'acceptent pas les rebuts ; à vrai dire, il arrive souvent que les fruits dont ils ne veulent pas sont colportés de porte en porte et vendus pour faire des conserves à la maison.

Pour montrer combien sont stricts les règlements qu'une grande maison de conserves a adopté à ce sujet, nous citerons l'extrait suivant d'un de ses contrats avec les pépiniéristes :

"Les produits de toute sorte, tant fruits que légumes, doivent être strictement de premier ordre en ce qui concerne la grosseur, la qualité et l'état, pour l'objet requis ; ne pas provenir d'un stock gelé, ou qui a été trop pressé, gâté, trop mûr ou composé de fruits trop petits, mal développés ou verts."

Puis :

"Les baies de toutes espèces, les groseilles rouges et les cassis doivent être frais, cueillis proprement, exempts de sable, de saleté ou de feuilles ; il ne doit pas y avoir de fruits bleus ni de fruits verts, racornis, écrasés ou endom-

magés par une trop forte pression."

En ce qui concerne la propreté, la manufacture moderne est de beaucoup supérieure en moyenne à la cuisine des ménagères. Ceci provient en partie du désir qu'a le manufacturier de se faire une réputation de vendeur de marchandises de première qualité et aussi du fait que le gouvernement fait inspecter rigoureusement ces manufactures. Les fruits en mauvais état ne peuvent pas de nos jours être employés à la fabrication d'un produit destiné à être mis sur le marché. Tous les marchands-détaillants aussi bien que tous les fabricants de conserves le savent fort bien.

On voit aussi dans un autre paragraphe de cet article du "Globe," attribuer la corruption du fruit à la "présence et au développement des bactéries" et l'auteur déclare que le succès du procédé employé pour la mise en conserves dépend de la "complète expulsion des bactéries par la chaleur" et de leur complète exclusion par l'apposition d'un cachet de cire." En réalité, les bacilles se trouvent dans tous les fruits ; ils ne sont pas expulsés par la chaleur, mais bien détruits par elle.

### M. POINCARÉ EN ANGLETERRE

La récente visite du Président de la République Française à Sa Majesté Georges V d'Angleterre, n'a été en définitive qu'une nouvelle affirmation de l'entente cordiale très étroite qui existe entre les deux pays.

Le fait que durant les fêtes officielles qui ont eu lieu en cette occasion, le Roi et le Président se sont fait accompagner de leurs ambassadeurs, a fait dire à la presse de tous les pays que d'importants développements politiques marqueraient cette visite du Président Poincaré. Il n'en a rien été. Nous pouvons donc conclure en toute sécurité que l'entente cordiale établie par le feu roi Edouard VII est plus vivace que jamais et qu'elle assure la paix entre les grandes nations de l'Europe pour un temps indéterminé.

L'Allemagne, dans ces conditions, n'est aucunement à craindre. Quoiqu'il en paraisse à la surface, l'Empereur Guillaume est un admirateur de la France et, si de temps à autre il éprouve le besoin de faire sonner le sabre dans le fourreau, c'est par pure diplomatie et pour tenir en respect la meute des socialistes qui ne voudraient rien moins que le descendre du trône.

L'univers peut dormir tranquille, aussi longtemps que la France et l'Angleterre continueront à s'entendre, et ce n'est vraiment pas la peine de dépenser en armements superflus, l'argent fourni par les peuples qui ne demandent qu'à le voir servir au développement commercial et industriel de leur patrie respective.

### LA COMPAGNIE D'ASSURANCE MUTUELLE DU COMMERCE.

Dans notre édition du 20 juin, sous la rubrique "Nouvelle Raison Sociale", nous disions, sur la foi d'une information émanant d'une agence mercantile, que la Compagnie d'Assurance Mutuelle du Commerce contre l'Incendie avait changé son nom en celui de Compagnie d'Assurance du Commerce contre l'Incendie. Le Bureau d'administration de la Mutuelle nous a depuis donné avis que ce renseignement à son sujet est erroné et qu'elle n'a rien changé à son nom. Nous prenons acte de cette déclaration et nous nous empressons d'en faire part à nos lecteurs, espérant que l'information déjà mentionnée n'a donné lieu à aucun malentendu.

## LA MONTREAL DAIRY GAGNE CONTRE LA VILLE

Le 24 mai dernier, les journaux annonçaient que, par l'entremise du chef du Département de l'Inspection des Aliments, le Dr Hood, la Ville de Montréal avait intenté des poursuites contre certaines compagnies fabricant de la crème à la glace, et, entre autres, la Montreal Dairy Company, Limited.

La cause de la Compagnie a été plaidée par M. T. Rinfret, de la société légale Perron, Taschereau, Rinfret et Genest, devant l'honorable juge Lafontaine, siégeant en Cour du Recorder, le 20 juin, et qui a renvoyé la plainte.

Ainsi que le disait "La Patrie" dans son édition de mardi, il est regrettable que des compagnies qui ont des capitaux considérables engagés dans ce genre de commerce, soient à la merci du caprice ou de l'ignorance des fonctionnaires.

La compagnie "Montreal Dairy, Limited," ayant son entrepôt 290 avenue Papineau, a un outillage des plus modernes et des plus sanitaires, et rien n'est épargné pour mettre les marchandises sur les marchés dans les conditions les plus hygiéniques.

Ces sortes de poursuites et la publicité faite par le chef du Département n'atteignent d'autre but que celui de causer un tort considérable à ces compagnies, sans aucunement faire bénéficier la santé publique, et les autorités de la Ville devraient empêcher le Département d'Inspection des Aliments de faire aucune publicité avant d'avoir obtenu jugement contre les parties pour les offenses commises contre les règlements d'hygiène. Cela éviterait à la Ville une répétition d'actions en dommages, comme dans le cas des oeufs chinois, où la Ville est appelée à payer une somme énorme.

Si le chef du Département d'Inspection des Aliments donnait instructions à ses subalternes d'essayer à instruire les gens sur la meilleure manière d'améliorer leurs produits au lieu de les trainer devant les tribunaux à tort ou à raison, l'hygiène et la santé publique auraient tout à y gagner.

Nous attirons spécialement l'attention des Commissaires sur ces faits, et le Département devrait travailler de concert avec les industriels, pour améliorer si possible la qualité du lait, crème et crème à la glace, etc., au lieu de chercher par tous les moyens à les détruire.

## LA PUBLICITE DE NOS JOURS.

Il est indéniable que, depuis vingt ans, une transformation radicale s'est effectuée dans le régime habituel de la publicité. Il suffit, pour s'en rendre compte, de se reporter aux journaux d'autrefois, le plus souvent modestes feuilles à quatre pages seulement.

Est-ce la mentalité des populations qui s'est améliorée, est-ce la libre concurrence que les feuilles publiques se sont faites entre elles, toujours est-il que, depuis vingt ans, la dimension, le format et la pagination des journaux a suivi une marche ascendante qui les a amenés, aujourd'hui, aux six et huit et même dix pages, et aux formats les plus vastes.

La publicité a suivi, peut-être à contre-cœur, ce mouvement et tel annonceur qui, naguère, se serait contenté de faire paraître, modestement, une annonce de six lignes, est amené à se rendre compte que, de nos jours, ses six lignes sont simplement de la bouillie pour les chats. Personne ne peut les lire.

En même temps que les tirages grossissaient, la dimension des annonces grandissait, et ce n'est que depuis quelques années que l'on peut voir, dans les grands journaux, ces "placards" occupant des quarts, des demi-pages et même des pages entières, auxquels les débuts de la publicité chez nous ne nous avaient pas accoutumés. De plus, la mode est venue

des articles dans le corps des journaux, en première, en seconde, en troisième et en quatrième page, voire en page éditoriale, et l'on est étonné, lorsqu'on considère une page, n'importe laquelle, d'un grand quotidien, de la somme énorme que représente la publicité, pour n'importe quelle page. Ce signe est de notre temps.

Que de fois n'a-t-on pas lu, dans les journaux, précisément, des articles remarquables, par lesquels on cherchait à émouvoir les lecteurs sur le sort du petit commerce? Des syndicats se sont créés pour la défense des intérêts du petit commerce, un député s'est même fait un nom en présentant aux Chambres et aux pouvoirs publics les doléances du petit commerce, et l'on n'en finirait plus si l'on voulait retracer les phases de la lutte que se livre le petit et le grand commerce. Rien n'y a fait. Le petit commerce est toujours la victime dont triomphent les entreprises puissantes, les grosses organisations qui puisent leur puissance dans les ressources inépuisables de l'argent. Grands magasins, grandes épiceries, organisation de vente de toutes sortes d'articles de première nécessité, telles que la chaussure, le vêtement, la chemiserie, etc., tiennent le haut du pavé de toutes les cités, et le petit commerce se retire — contraint et forcé — devant ces colossales entreprises, comme se retire la mer à certaines heures du jour, mais sans espoir de retour.

Eh bien! le même phénomène se déroule dans la publicité.

Aujourd'hui, pour les journaux, le petit annonceur n'existe plus. Il n'y a plus que les gros qui comptent, non seulement pour les journaux, à qui l'offre de quelques lignes à publier de temps en temps est du plus mince intérêt, mais encore pour le public qui, saturé de publicité jusqu'à perdre la mémoire, ne voit plus que les gros placards, que les grandes annonces, que les articles très longs publiés en deuxième ou troisième page du quotidien qu'il honore de sa confiance. Le reste passe inaperçu: on n'a pas le temps de lire.

Nous ne nous insurgons pas contre cette situation. Elle est logique et procède des conditions économiques de notre époque. On pourrait épiloguer pendant longtemps sur cette matière sans arriver à un résultat quelconque. C'est ainsi.

Malheureusement, il en résulte dès maintenant un état extrêmement inquiétant pour les annonceurs modestes: de même que dans l'industrie, dans le commerce, ce sont les entreprises puissantes, les grands magasins qui dévorent les affaires modestes, les petits boutiquiers, les gros annonceurs sont en train de manger les petits, en ce sens qu'ils arriveront à leur rendre la vie impossible. C'est, sous forme spéciale, l'expropriation du petit commerce par le grand.

Ces considérations seraient parfaitement inutiles à développer si je n'indiquais pas sinon le remède radical, tout au moins le palliatif. Toutes les jérémiades ne serviraient de rien qu'à se rendre ridicule. Voici les pensées et les conclusions que nous inspire la situation inquiétante que nous venons d'exposer:

D'abord, nécessité absolue de suivre les gros annonceurs sur le terrain qu'ils ont adopté et qu'ils cherchent à envahir. Renoncer aux insertions régulièrement espacées, mais de petite dimension, et qu'on a la tendance de répartir sur le plus grand nombre de journaux possible. Par ce dernier moyen, on épargne ses efforts et l'on dissémine ses forces. Au contraire, il convient d'adopter, autant que les moyens dont on dispose le permettent, le procédé des annonces puissantes, énergiques et spacieuses. On les répétera moins souvent, mais au moins elles seront vues.

Au lieu de répartir son budget sur un grand nombre de journaux, avec de petites insertions, on restreindra le nombre des journaux à quelques-uns, triés sur le volet et dont on aura soigneusement calculé la circulation et le rendement. Au besoin, si l'on n'a pas de disponibilités suffisantes pour cultiver plusieurs organes, même triés, on en adoptera un seul,

le meilleur pour toucher la clientèle qu'on vise, et on le cultivera d'après les méthodes intensives adoptées par les grandes organisations, de manière à être, dans cette feuille, l'égal du plus puissant.

Enfin il devient de plus en plus nécessaire de soigner particulièrement la rédaction de sa publicité. Un grand nombre de formules encore en usage sont inefficaces. L'ingéniosité, la variété doivent remplacer la banalité. Il faut être lu et vu à tout prix et l'on n'y parviendra qu'en forçant l'attention du lecteur par des annonces très vivantes, très suggestives et nous attirons tout spécialement l'attention des annonceurs sur ce point qui est capital. Il ne faut plus mettre un méchant cliché dans un espace dispendieux. Mieux vaudrait alors s'abstenir.

Quand on lancera une marque de consommation, les frais d'une semblable entreprise étant au-dessus des forces habituelles d'un commerçant moyen, il ne faudra pas songer à vulgariser le nom d'une marque, quelle qu'elle soit, sur toute l'étendue du territoire; on devra, si l'on est sage, limiter son effort à une région, de manière à demeurer dans celle que l'on aura choisie, aussi impressionnant, aussi apparent que les concurrents mieux outillés qui peuvent lancer leur marque sur une grande échelle et se montrer partout.

### COMPAGNIES INCORPOREES

Des lettres-patentes ont été émises par le Lieutenant-Gouverneur de la Province de Québec, incorporant :

"Dupuis et Poirier, Incorporé," pour acquérir par achat ou autrement, détenir ou donner à bail, vendre ou autrement trafiquer des limites à bois, du bois debout, des pouvoirs d'eau et emplacements pour moulins; acheter, acquérir, posséder et exploiter des moulins à scie et à raboter, des moulins à pulpe et à papier, manufacturer des portes, châssis, persiennes, jalousies et ornements de maisons, des meubles de toute sorte, des voitures, chassis et véhicules. Capital-actions, \$99,000, à Montréal.

"Agence Générale d'Assurance, Limitée," pour communiquer, contracter, transiger, faire toutes conventions qu'elle jugera à propos avec toutes compagnies, corporations, associations, sociétés, autorisés à faire des opérations d'assurances sur la vie et contre les accidents, contre le feu, la foudre, le vent, contre les maladies, les bris de glaces, des chaudières à vapeur, les animaux, les automobiles, de garanties ou de cautionnement et en général avec toutes corporations, associations, sociétés assumant toutes sortes de risques autres que les risques maritimes. Capital-actions, \$15,000, à Montréal.

"La Compagnie de Publication du "Bulletin de la Ferme," pour faire le commerce et exercer l'industrie d'imprimeur, de relieur et d'éditeur, et faire tous les ouvrages et opérations s'y rapportant. Capital-actions, \$5,000, à Québec.

### NOUVELLES CHARTES

La "Gazette du Canada" publie les nouvelles chartes accordées sous le sceau du secrétaire d'Etat du Canada. Voici celles qui ont trait aux nouvelles compagnies ayant leur principale place d'affaires dans la province de Québec :

"Rigaud Edgewater Syndicate, Limited," pour acheter, louer ou échanger ou autrement acquérir des terres et édifices etc., construire, maintenir, améliorer, etc., des pouvoirs d'eau, de gaz, réservoirs, etc. Capital-actions \$50,000, à Montréal.

"Clarke's Dairy, Limited," pour acquérir et exploiter les fermes de Patrick Clarke et de Leonard D. Slater, sur la

route Aylmer, comté de Wright, et faire des affaires comme marchands et producteurs de toutes sortes d'articles de la ferme. Capital-actions, \$500,000, à Hull.

"Elswick Townsite, Limited," pour acheter, acquérir, louer, échanger, subdiviser des lots de terrain, rues, allées, squares, etc. Capital-actions, \$250,000 à Montréal.

### LE COMMERCE DU CANADA

Lors de la convention des banquiers tenue récemment à Ottawa M. James J. Hill a fait les remarques suivantes :

"On a l'habitude de penser et de dire que l'Europe est le meilleur client des Etats-Unis; en autant que cela concerne la Grande-Bretagne, c'est une vérité; mais la Puissance du Canada est de beaucoup notre meilleur second client. Nous avons les statistiques couvrant les dix premiers mois de l'année fiscale commencée en juillet dernier. Durant cette période, nos exportations dans le Royaume-Uni ont atteint \$524,000,000; en Allemagne, \$291,000,000; en France, \$131,000,000; au Canada, \$338,000,000, et dans l'Europe entière, \$1,294,000,000. Aucun autre pays que la Grande-Bretagne et l'Allemagne n'approche le Canada au point de vue des achats sur le marché des Etats-Unis. Ses achats dépassent d'un septième ceux de l'Allemagne et représentent 26 pour cent de ceux de tous les pays d'Europe réunis.

Considérés comme ensemble, ces chiffres sont impressionnants.

Des exportations totales du Canada en 1912, les Etats-Unis se sont portés acquéreurs pour plus de 38 pour cent. La plupart des produits miniers exportés par le Canada vont aux Etats-Unis, de même que les produits forestiers et manufacturiers et un tiers du rendement des pêcheries. Ce commerce dans toutes ses branches est destiné à progresser encore plus rapidement d'ici quelques années grâce aux changements de tarif proposés par le gouvernement américain. Cette progression dépassera tout ce dont on a été témoin depuis cinquante ans. Le développement du commerce entre les deux pays voisins n'est pas dû à une question de sentiment ni à aucune condition de favoritisme, mais parce que les intérêts généraux et communs l'exigent dans la plupart des transactions commerciales. Et rien ne peut renverser ni détruire en aucune façon ces conditions que la nature elle-même a créées.

Durant des années, le peuple des Etats-Unis a cru que le commerce sud-américain était son meilleur actif. On l'a chanté sur tous les tons. L'un des principaux arguments à l'appui de la dépense de plusieurs millions de dollars pour le creusement d'un canal sur l'isthme de Panama a été la valeur présumée de ce canal comme facteur commercial avec les républiques du sud. Eh! bien, durant les dix derniers mois de l'année fiscale, si notre commerce avec le Canada s'est chiffré par \$338,000,000, celui avec l'Amérique du Sud toute entière s'est élevé à \$122,000,000, soit un peu plus d'un tiers de ce montant. Ajoutez-y Cuba et le Mexique et vous obtenez un total de \$227,600,000, ce qui représente environ deux tiers du total avec le Canada.

Jetez le filet encore plus loin et prenez les deux continents d'Amérique depuis le cercle Arctique au nord jusqu'au cap Horn au sud; ajoutez-y Cuba et les Indes Occidentales de façon à englober tout entre les deux océans. Durant les dix mois expirés nous avons fait sur tout ce territoire un chiffre d'affaires de \$630,000,000, dont 54 pour cent créditable au Canada.

Il m'a semblé qu'un fait d'une aussi haute valeur pour les deux pays méritait une mention spéciale lorsque nous sommes trouvés réunis pour faire l'inventaire du présent et de l'avenir."

# Epicerie et Provisions

## LA SITUATION.

Il n'y a pas eu de changement de quelque importance depuis huit jours. Le commerce est très actif et le record du mois dernier a dépassé celui du mois correspondant de l'an dernier. On craignait que la récente période de chaleur ferait tort aux affaires, mais il n'en a rien été. Lundi dernier même, une très grande activité a régné dans toutes les maisons de gros. Les expéditions de marchandises et les rentrées d'argent se font d'une manière satisfaisante.

## SUCRES

Nous cotons:

Extra granulé, sac les 100 lbs.	4.30
Extra granulé, ball 5 x 20 100 lbs.	4.40
Extra ground, baril les 100 lbs.	4.70
Extra ground, bte 50 lbs. 100 lbs.	4.90
Extra ground, 1/2 bte 25 lb., 100 lb.	5.10
No 1 Yellow, baril les 100 lbs.	3.95
No 1 Yellow, sac les 100 lbs.	3.90
Powdered, baril 100 lbs.	4.50
Powdered, bte 50 lbs. les 100 lbs.	4.70
Paris Lumps, 1/2 bte 25 lbs. 100 lbs.	5.35
Crystal Diamond, btes 100 lbs.	5.05
Crystal Diamond, 1/2 bte 50 lbs. les 100 lbs.	5.15
Crystal Diamond, 1/2 bte 25 lbs. les 100 lbs.	5.35
Crystal Diamond, Domino, 20 cartons 5 lbs. les 100 lbs.	0.35
Sucres bruts cristallisés, lb.	0.04
Sucres bruts non cristallisés, lb.	0.03 1/2

Ces prix s'entendent au magasin du vendeur à Montréal.

## MELASSES

Très bonne demande.

Barbade, choix, tonne	0.36	0.37	0.39
Barbade, tierce et qrt.	0.39	0.40	0.42
Barbade, demi qrt.	0.41	0.42	0.44
Mélasse, fancy, tonne	0.38	0.39	0.41
Mélasse, fancy, tierce et quart	0.41	0.42	0.44
Mélasse, fancy, demi qrt.	0.43	0.44	0.46

Les prix s'entendent: 1ère colonne, pour territoire ouvert; 2e colonne, pour territoire combiné; 3e colonne, pour Montréal et ses environs.

## LARD AMERICAIN

1ère qualité, le quart	28.50
2ème qualité, le quart	26.50

## SAINDOUX

Bonne demande.

La lb.	
Saindoux pur, en tinette	0.15
Saindoux pur, en seau	3.10
Saindoux pur, cse de 10 lbs.	0.16 1/2
Saindoux pur, cse de 5 lbs.	0.16 1/2
Saindoux pur, cse de 3 lbs.	0.16 1/2

## FARINES ET PATES ALIMENTAIRES

### TAIRES

Pâtes alimentaires

Bonne demande.

Nous cotons:

Arrow root, boîte de 7 lbs.	0.15
Farine Five Roses, qrt.	0.00 6.25
Farine Five Roses, sac	0.00 3.25
Farine Household, qrt.	0.00 6.25
Far. "Regal", qrt.	0.00 6.70
Far. patente hongroise, qrt.	0.00 6.40
Farine à pâtis. Océan, qrt.	0.00 5.85
Far. "Regal", sac	0.00 3.20
Far. d'avoine granulée, sac	0.00 2.50
Far. d'avoine standard, sac	0.00 2.50

Farine d'avoine fine, sac	0.00	2.50
Farine d'avoine roulée, brl.	0.00	4.75
Farine d'avoine roulée, sac	0.00	2.25
Farine de sarrasin, sac	0.00	2.75
Far. de blé-d'Inde, sac	0.00	2.00
Banner, Saxon et Quaker Oats, et Ogilvie, caisse	0.00	4.00
Cream of wheat, cse	0.00	5.75
Fécule de maïs, 1e qrté, lb.	0.07 1/2	0.07 1/2
Fécule de maïs, 2e qrté, lb.	0.05 1/2	0.05 1/2
Fécule de pommes de terre, qrts de 1 lb., doz.	0.00	1.35
Vermicelle, macaroni et spaghetti Canadiens btes de 5 lbs., lb.	0.00	0.27 1/2
En vrac	0.00	0.05 1/2
Paquets de 1 lb.	0.00	0.07
Nouilles aux oeufs: Paquets de 1/2 lb., lb.	0.00	0.07 1/2
Spaghetti, pâtes assorties: alphabets, chiffres, animaux nouilles, coudes, importés en vrac, lb.	0.00	0.07 1/2
En paquets de 1 lb.	0.00	0.08
Tapioca pearl, en sac, la "	0.05 1/2	0.06
Tapioca seed, en sac, la "	0.06	0.07
Tapioca flake "	0.07 1/2	0.08
Sagou "	0.05 1/2	0.06

## FROMAGES CANADIENS

Bonne demande.

Les fromages petits et gros se vendent aux épiciers 14c et 15c la livre.

Poisson salé.

Morue salée, No 1 0.14 1/2 0.15

## VINAIGRE

Nous cotons, prix nets:

Bollman, cruches paillées, 4 gall. imp. cruche	0.00	2.20
Domestique triple, cruches paillées, 4 gal. imp. cruche	0.00	1.25
72 grains, le gall.	0.00	0.12
88 grains, le gall.	0.00	0.15
118 grains (proof), le gall.	0.00	0.19

## THES

Il n'y a pas d'amélioration bien sensible dans la demande qui demeure au-dessous de la moyenne, sauf pour les thés du Japon.

## EPICES PURES, GRAINES ET SEL

Bonne demande courante.

Nous cotons:

Allspice, moulu	lb.	0.15	0.18
Anis	"	0.08	0.09
Canary Seed	"	0.08	0.09
Cannelle, moulue	"	0.20	0.24
Cannelle en mattes	"	0.18	0.22
Clous de girofle moulus	"	0.26	0.33
Chicorée canadienne	"	0.12	0.13
Clous de girofle entiers	"	0.24	0.32
Colza	"	0.06	0.08
Crème de tartre	"	0.22	0.23
Gingembre moulu	"	0.20	0.30
Gingembre en racine	"	0.17	0.20
Graine de lin non moul.	"	0.04	0.05
Graine de lin moulue	"	0.06	0.07
Graine de chanvre	"	0.05 1/2	0.07
Macis moulu	"	0.00	0.90
Mixed spices moulues	"	0.18	0.22
Muscade	"	0.20	0.35
Muscade moulue	"	0.00	0.50
Piments (clous ronds)	"	0.07 1/2	0.10
Poivre blanc rond	"	0.25	0.27
Poivre blanc moulu	"	0.23	0.27
Poivre noir rand	"	0.15	0.17
Poivre noir moulu	"	0.16	0.20
Poivre de Cayenne pur	"	0.21	0.25

Whole pickle spice	"	0.16	0.20
Sel fin en sac			1.35
Sel fin en 1/2 de sac		0.00	0.45
Sel fin, quart, 3 lbs.		0.00	3.25
Sel fin, quart, 5 lbs.		0.00	3.15
Sel fin, quart, 7 lbs.		0.00	3.05
Sel fin, en quart de 280 lbs.			
Ordinary fine		0.00	1.80
Fine		0.00	2.05
Dairy		0.00	2.15
Cheese		0.00	2.45
Gros sel, sac		0.65	0.80

## ORGE

Légumes secs.

Nous cotons:

Orge mondé (pot), sac	0.00	3.10
Orge mondé (pot), baril	0.00	6.50
Fèves de Lima de Cal., lb.	0.06 1/2	0.07
Orge mondé (pearl), sac	0.00	4.85
Fèves blanches, Can., lb.	0.03	0.03 1/2
Fèves jaunes minot	2.00	2.10
Lentilles rouges, par sac, lb.	0.05	0.06
Lentilles vertes, par sac, lb.	0.06	0.07
Pois Verts, No 1	lb.	0.05 0.05 1/2
Pois cassés, le sac	0.04	0.04 1/2
Blé-d'Inde à soupe, cassé, le sac	0.00	2.25

## RIZ

La demande est bonne.

Nous cotons:

Riz importés:

Riz Patna, sacs de 112 lbs., suivant qualité	lb.	0.05 1/2	0.06
Riz Carolina		0.08	0.09
Riz moulu		0.00	0.06
Riz soufflé (puffed) cse de 36 paquets de 2 pintes		0.00	4.25
Riz décortiqués au Canada: Les prix ci-dessous s'entendent f.o.b. Montréal.			
Qualité B, sac 250 lbs.		0.00	3.35
Qualité C, sac 100 lbs.		0.00	3.25
Sparkle		0.00	5.10
India Bright (sac de 100 lbs)		0.00	3.50
Lustre		0.00	3.60
Polished Patna		0.00	4.40
Pearl Patna		0.00	4.60
Imperial Glacé Patna		0.00	4.90
Crystal Japan		0.00	5.10
Snow Japan		0.00	5.30
Ice Drips Japan		0.00	5.45

## FRUITS SECS

Assez bonne demande.

Nous cotons:

Dattes et figues:

Dattes en vrac	1 lb.	0.00	0.05
Dattes en pqts de	1 lb.	0.06 1/2	0.07
Figues sèches en boîtes, 3 couronnes	lb.	0.09 1/2	0.10 1/2
7 couronnes	lb.	0.13 1/2	0.14
5 couronnes	lb.	0.11 1/2	0.12
6 couronnes	lb.	0.13	0.13 1/2
9 couronnes	lb.	0.14 1/2	0.15
16 onces	bte	0.11 1/2	0.12 1/2
10 onces	bte	0.07 1/2	0.08
Raisins de Corinthe.			Lb.
Corinthe Filiatras, en vrac	0.06 1/2	0.07	
Corinthe Filiatras en cartons 1 lb.	0.07 1/2	0.08 1/2	
Raisins de Malaga.			Lb.
Rideau	bte	0.00	2.50
Balmoral	bte	0.00	3.00
Orléans	bte	0.00	4.00
Royal Excelsior	bte	0.00	5.50
Raisins Sultana.			Lb.
En vrac		0.00	0.11
Cartons, 1 lb.			manquent

<b>Raisins de Valence.</b>	Lb.	Pois Can. Early June	0.00	1.30	Sardines can. $\frac{1}{2}$ bte, cse	2.75	3.00		
Valence fine off Stalk, btes de 28 lbs.	0.00	0.00	Pois Sweet Wrinkled	0.00	1.45	Sardines françaises, $\frac{1}{2}$ btes	0.16 $\frac{1}{2}$	0.31	
Valence Selected, btes de 28 lbs.	0.00	0.00	Pois Can. Ext. Fine Sifted	0.00	1.75	Sardines françaises, $\frac{1}{4}$ btes	0.22	0.50	
Valence Layers, 4 cour., btes de 28 lbs.	0.00	0.09 $\frac{1}{2}$	Succotash 2 lbs.	0.00	1.15	Sardines Norvège, $\frac{1}{2}$ bte	7.50	11.00	
<b>Raisins de Californie.</b>	Lb.	Tomates P. S. I., 3 lbs.	0.00	1.60	Sardines Norvège, $\frac{1}{4}$ bte	17.00	18.00		
Epépinés, paq. 1 lb., fancy	0.00	0.08	Tomates P. S. I., 3 lbs. non livrées	0.00	0.00	Sardines Royan à l'huile, $\frac{1}{2}$	0.40	0.42	
Epépinés, paq. 1 lb., choix	0.00	0.07 $\frac{1}{2}$	Tomates, 3 lbs., doz.	1.35	1.4.	Sardines sans arêtes	0.23	0.24	
<b>Noix et Amandes.</b>	Lb.	Tomates, gall.	4.00	4.02 $\frac{1}{2}$	Saumon Labrador 100 lbs.	0.00	8.50		
Amandes Tarragone	0.16	0.17	Truffes, $\frac{1}{2}$ boîte	5.00	5.40	River, 1 lb.	0.00	1.90	
Amandes Valence écalées	0.37	0.39	Ananas importés $1\frac{1}{2}$ lb.	0.00	2.25	Saumon rouge:			
Avelines	0.13	0.14	Ananas entiers (Can.) 3 lb.	0.00	2.30	Horse Shoe et Clover Leaf, boîte basse, $\frac{1}{2}$ lb. doz.	0.00	0.90	
Noix de Grenoble Mayette	0.15	0.16	Ananas tranchés (Can.) 2 lb.	0.00	1.75	Horse Shoe et Clover Leaf, boîte plate, 1 lb. doz.	0.00	2.90	
Noix Marbot	0.13 $\frac{1}{2}$	0.14 $\frac{1}{2}$	Ananas râpés (emp. Can.) 2 lbs.	0.00	1.77 $\frac{1}{2}$	Saumon rouge Sockeye (Rivers' Inlet), bte haute, 1 lb. doz.	(manque)		
Noix de Bordeaux écalées	0.27	0.28	Bluets Standard doz.	0.00	1.25	Saumon rouge du printemps, bte haute, 1 lb. doz.	0.00	2.35	
Noix du Brésil	0.19	0.20	Cerises rouges avec noyau, 2 lbs.	1.55	1.55 $\frac{1}{2}$	Saumon Humpback, 1 lb. doz.	0.00	6.95	
Noix de coco râpées, à la lb.	0.20	0.22	Fraises, sirop épais, 2 lbs.	0.00	2.15	Truite des mers 100 lbs.	0.00	7.00	
Noix Pécan polies	0.17	0.18	Framboises, sirop épais, 2 lbs.	2.12 $\frac{1}{2}$	2.15	<b>HARENGS DU LABRADOR</b>			
Noix Pécan cassées	0.00	0.00	Gadelles rouges, sirop épais, 2 lbs.	0.00	1.97 $\frac{1}{2}$	Quarts	5.25		
Peanuts non rôties, Sun	0.00	0.08 $\frac{1}{2}$	Gadelles noires, sirop épais, 2 lbs.	0.00	2.00	$\frac{1}{2}$ quarts	3.00		
Peanuts non rôties, Bon Ton	0.00	0.09 $\frac{1}{2}$	Groseilles, sirop épais, 2 lbs.	0.00	2.00	<b>FROMAGES IMPORTES</b>			
Peanuts non rôties, Coon	0.00	0.07	Marinades can. 1 gal. gal.	0.00	0.80	Bonne demande.			
Peanuts rôties, Coon	0.08 $\frac{1}{2}$	0.09 $\frac{1}{2}$	Olives, 1 gal. gal.	1.27 $\frac{1}{2}$	1.70	On cote le fromage de Gruyère:			
Peanuts rôties, G.	0.09 $\frac{1}{2}$	0.10 $\frac{1}{2}$	Pêches jaunes 2 lbs.	0.00	1.50	Fromage entier de 26 $\frac{1}{2}$ lbs. ou de 80 lbs., 28c à 30c la livre.			
Peanuts non rôties, G.	0.00	0.08	Pêches 3 lbs.	0.00	2.25	En quantité moindre, 28c la livre.			
Peanuts rôties, Sun	0.10 $\frac{1}{2}$	0.11 $\frac{1}{2}$	Poires (Bartlett) 2 lbs.	1.75	1.77 $\frac{1}{2}$	Le fromage de Roquefort se vend de 32c à 33c la lb. et le Limbourg, 24c la livre.			
Peanuts rôties, Bon Ton	0.11 $\frac{1}{2}$	0.11 $\frac{1}{2}$	Poires 3 lbs.	2.35	2.37 $\frac{1}{2}$	On cote encore:			
Pruneaux 30/40	0.00	0.11	Poires 3 lbs.	0.00	1.10	Gorgonzola	lb.	0.25	
Pruneaux 40/50	0.00	0.09 $\frac{1}{2}$	Pommes 3 lbs.	0.00	1.10	Edam	"	0.24	
Pruneaux 50/60	0.00	0.08 $\frac{1}{2}$	Mûres, sirop épais 2 lbs.	0.00	2.00				
Pruneaux 60/70	0.00	0.07 $\frac{1}{2}$	Pommes Standard gal.	2.52 $\frac{1}{2}$	2.55	<b>PRODUITS CHIMIQUES ET DROGUES</b>			
Pruneaux 70/80	0.00	0.07	Prunes Damson, sirop épais, 2 lbs.	1.10	1.15	Nous cotons:			
Pruneaux 80/90	0.00	0.06 $\frac{1}{2}$	Prunes Lombard, sirop épais, 2 lbs.	0.00	1.02 $\frac{1}{2}$	Acide borique, brls de 336 lbs., lb.	0.10		
Pruneaux 90/100	0.00	0.06	Prunes de Californie, 2 $\frac{1}{2}$ lb.	0.00	2.74	Alun, barils de 336 lbs.	"	0.01 $\frac{1}{2}$	
<b>Fruits évaporés.</b>	Lb.	Prunes Greengage, sirop épais 2 lbs.	0.00	1.30	Alun, barils de 112 lbs.	"	0.02		
Abricots, boîte 25 lbs.	0.00	0.14 $\frac{1}{2}$	Rhubarbe Preserved, 2 lbs.	0.00	1.50	Arcanson, lb.	0.03 $\frac{1}{2}$	0.04 $\frac{1}{2}$	
Nectarines	0.00	0.11	Cerises blanches doz.	0.00	2.25	Blanc de céruse, brls de 336 lbs.	0.55		
Pêches, boîte 25 lbs.	0.00	0.09 $\frac{1}{2}$	Cerises noires doz.	0.00	2.40	Bois de campêche, pqt de $\frac{1}{2}$ lb. 100 lbs.	0.03 $\frac{1}{2}$	0.65	
Poires, boîte 2 $\frac{1}{2}$ lbs.	0.00	0.12 $\frac{1}{2}$	Framboises doz.	0.00	2.40	Borax en cristaux, brls de 336 lbs.	lb.	0.05	0.06
Pommes tranchées, évaporées, btes de 50 lbs.	0.00	0.06 $\frac{1}{2}$	Mûres doz.	0.00	2.40	Boules à mites	"	0.00	0.00
<b>Peitures de fruits.</b>	Lb.	Gadelles rouges doz.	0.00	2.40	Camomille	"	0.00	0.40	
Citron	0.10 $\frac{1}{2}$	0.11	<b>Conserves de poissons</b>			Campêche (Extrait de):			
Citronnelle	0.16 $\frac{1}{2}$	0.17	Très bonne demande.			boîtes de 12 lbs.	"	0.00	0.11
Orange	0.11 $\frac{1}{2}$	0.12	Nous cotons:			btes 24 lbs., pqt 1 lb.	"	0.11	0.12
<b>CONSERVES ALIMENTAIRES</b>			Anchois à l'huile (suivant format) doz.	1.60	4.50	Camphre, la livre	0.00	0.75	
<b>Conserves de Légumes</b>			Caviar $\frac{1}{2}$ lb. doz.	5.15	5.25	Carbonate d'ammoniaque, brls 112 lbs., 4 lbs.	0.15	0.20	
Très bonne demande.			Caviar $\frac{1}{4}$ lb. doz.	10.00	10.25	Cire blanche lb.	0.40	0.45	
Nous cotons:	No 1	No 2	Crabes 1 lb. doz.	3.75	3.00	Couperose, brls 370 lbs.	"	0.01	0.02
Asperges (Pointes), 2 lbs.	2.05	3.00	Crevettes en saumure, 1 lb.	0.00	1.60	Crème de tartre lb.	0.24		
Asperges entières can., 2 lbs.	0.00	2.50	Crevettes sans saumure, 1 lb.	0.00	1.80	Gélatine rouge en feuilles	"	0.60	
Asperges Californie, 2 $\frac{1}{2}$ lbs.	0.00	3.50	Finnan Haddies doz.	1.35	1.40	Gélatine blanche en feuilles	"	0.35	
Épinards 2 lbs.	0.00	1.60	Harengs frais, importés, doz.	1.15	1.20	Gélatine Knox en feuil., doz.	1.25	1.30	
Bettes tranchées, 3 lbs.	0.00	1.32 $\frac{1}{2}$	Harengs marinés, imp.	1.40	1.65	Gomme arabique lb.	0.15	0.16	
Blé d'Inde 2 lbs.	0.00	1.00	Harengs aux Tom., imp.	1.35	1.40	Houblon pressé, lb.	(manque)		
Blé d'Inde en épis, gal.	0.00	4.77 $\frac{1}{2}$	Harengs kippered, imp.	1.45	1.70	Lessive commune doz.	0.35		
Catsup, bte 2 lbs.	doz.	0.00	0.85	Harengs canadiens kippered	0.95	1.00	Lessive commune grosse	3.75	
Catsup au gal.	doz.	0.00	5.00	Harengs canadiens, sauce tomates	0.05	1.00	Paraffine pour cierges, lb.	0.10	0.12
Champignons hôtel, boîte	0.13 $\frac{1}{2}$	0.14 $\frac{1}{2}$	Homards, bte plate, 1 lb.	5.75	5.80	Pâte à terre, sac 100 lbs.,	sac	0.70	
Champignons, 1er choix	0.20	0.21	Homards, bte plate, $\frac{1}{2}$ lb.	3.05	3.10	Poudre insecticide lb.	0.00	0.50	
Champignons, choix, btes	0.17	0.18	Homards, bte h., 1 lb.	5.40	5.50	Résine blanche	"	0.03 $\frac{1}{2}$	0.05
Choux de Bruxelles imp.	0.17	0.18	Huitres (solid meat), 5 oz. doz.	0.00	1.40	Résine G., suiv. quant.	"	0.02 $\frac{1}{2}$	0.04
Choux fleurs 2 lbs.	0.00	1.65	Huitres (solid meat), 10 oz., doz.	0.00	2.00	Salpêtre en cristaux, brls 112 lbs.	lb.	0.05	0.06
Citrouilles 3 lbs.	0.00	0.82 $\frac{1}{2}$	Huitres 1 lb.	0.00	1.50	Sel à Médecine	0.01	0.02	
Citrouilles gal.	2.52 $\frac{1}{2}$	2.55	Huitres 2 lb.	0.00	2.45	Sel d'Epsom sac 224 lb.,	"	0.01 $\frac{1}{2}$	0.03
Épinards gal.	0.00	5.30	Maquereau, tin 1 lb. la doz.	0.00	1.45	Soda à pâte, 112 lbs.	0.00	2.00	
Épinards 2 lbs.	0.00	1.27 $\frac{1}{2}$	Morue No 2 lb.	(manque)		Soda à laver:			
Épinards 3 lbs.	0.00	1.77 $\frac{1}{2}$	Morue grosse en quart lb.	(manque)		Sacs 224 lbs., 100 lbs.	0.75	0.80	
Épinards imp. bte	0.12	0.13	Rovans aux truffes et aux achards bte	0.17	0.18	Soude caustique en mor. lb.	0.00	0.02 $\frac{1}{2}$	
Fèves Golden Wax, 2 lbs.	0.97 $\frac{1}{2}$	1.00				Soufre en bâtons, brls 336 lbs.	lb.	0.01 $\frac{1}{2}$	0.03
Fèves Vertes 2 lbs.	0.97 $\frac{1}{2}$	1.00							
Fèves de Lima 2 lbs.	0.00	1.35							
Haricots importés bte	0.13 $\frac{1}{2}$	0.15							
Haricots verts imp. bte	0.13	0.17							
Macédoine de légumes, bte	0.10	0.16							
Marinades enseau, 5 gal.	0.00	2.25							
Petits pois imp. moyens bte	0.11	0.11 $\frac{1}{2}$							
Petits pois imp. mi-fins bte	0.11	0.12							
Petits pois imp., fins, bte	0.16	0.17							
Petits pois imp. ext. fins, bte	0.17	0.18							
Petits pois imp., surfins, bte	(manquent)								
Pois Can. English Garden	0.00	1.25							

Soufre moulu sacs 112 lb.	1.65	1.70
Fourteaux de lin moulu, sac	1.00	1.70
Vitriol, bris	0.00	0.07
<b>BOUGIES, CIERGES ET HUILES DE SANCTUAIRE</b>		
Nous cotons:		
B. Paraffine en vrac, boîte de 40 lbs.:		
6 à la lb.	0.00	0.07
12 à la lb.	0.00	0.10
B. Paraffine, 6 à la lb.	0.08	0.09
B. Paraffine, 12 à la lb.	0.08	0.09
B. Stéarique, 14 oz. 6 et 12	0.00	0.12
B. Stéarique, 16 oz. 6 et 8	0.14	0.15
Cierges approuvés, lb.	0.00	0.37
Huile de 8 jours, gallon	1.20	1.30

<b>PLATS EN BOIS</b>		
Nous cotons:		
Carrés de 1/2 lb., crate	0.00	0.45
Carrés de 1 lb., crate 500	0.00	0.90
Carrés de 2 lbs., crate 500	0.00	1.02
Carrés de 3 lbs., crate	0.00	0.57
Carrés de 5 lbs., crate	0.00	0.72

<b>CUVETTES EN BOIS</b>		
Nous cotons:		
Cuvette No 0, la doz.	10.50	
Cuvette No 1, la doz.	9.00	
Cuvette No 2, la doz.	7.50	
Cuvette No 3, la doz.	6.50	

<b>BALAIS</b>		
Nous cotons:		
A longs manches	0.00	2.65
Avec manches ordinaires		La doz.
2 cordes	0.00	2.40
3 cordes	0.00	2.50
4 cordes	0.00	2.75
5 cordes	0.00	3.50
Le papier manille, 13 x 17, est coté 20c.		

<b>EPINGLES A LINGE</b>		
Epingles ordinaires:		
Boîtes de 5 grosses, la bte	0.75	
Epingles à ressort:		
Boîtes de 2 grosses, la bte	0.90	

<b>PAPIER D'EMBALLAGE</b>		
Papier Manille en rouleaux	0.03	
Papier brun en rouleaux	0.03	
<b>MECHES, BRULEURS ET VERRES DE LAMPES</b>		

Nous cotons:		
Mèches No 2	lb.	0.22
Mèches No 0	"	0.15
Mèches No 0	"	0.12
Brûleurs No 2	doz.	0.85
Brûleurs No 1	"	0.65
Brûleurs No 0	"	0.65
Brûleurs, dessus verre (A)	"	1.65
Brûleurs, dessus verre (B)	"	1.00
Cheminées (climax) No 2	"	0.60
Cheminées (climax) No 1	"	0.45
Cheminées (climax) No 0	"	0.45
Cheminées (Bonanza) No 2	"	0.95
Cheminées (Bonanza) No 1	"	0.75

<b>SAVON DE CASTILLE</b>		
Le savon de Marseille en seau se vend \$4.25 la caisse et de 9c à 10c la livre, poids net, blanc ou marbré.		
<b>GRAISSE A ROUES</b>		

On cote:		
Graisse Impérial, en lots de grosse	doz.	0.57
Caisse de 4 doz.	"	0.60
Graisse au mica.		
Boîtes de 1 lb. (par 3 doz.)	doz.	0.90
Boîtes de 3 lbs. (par doz.)	doz.	2.25

<b>HUILE D'OLIVE</b>		
Nous cotons:		
Huile Loublon:		
Pintes	0.00	2.25
Chopines	0.00	1.20
1/2 chopines	0.00	0.60
L'huile d'olive Barton et Guestier est cotée:		
Qrts	7.75	8.00

Pts	4.37	4.50
s pts	4.45	4.50
<b>HUILE DE CASTOR</b>		
Nous cotons:		
Bouteilles de 1 oz.	3.00	0.35
Bouteilles de 2 oz.	5.00	0.45
Bouteilles de 3 oz.	0.00	0.55
Bouteilles de 4 oz.	7.25	0.65

<b>HUILE DE FOIE DE MORUE</b>		
Nous cotons: \$1.75 à \$2.00.		
Bouteilles carrées de 10 onces,	\$3.75	
la douzaine; chopines, \$2.40 la douzaine;		
1 chopines, \$1.75 la douzaine.		
<b>HUILE DE COTON</b>		

Nous cotons:		
Au baril	1.15	1.30
<b>HUILE DE RICIN PHARMACEUTIQUE</b>		
Nous cotons au quart, par livre, 9c. le gallon, \$1.25, en estagnon, par livre, 9c à 10c.		

<b>VASELINE</b>		
Nous cotons:		
"Bleu Seal"		
Blanche No 1	grosse	10.00
Blanche No 2	"	19.20
Jaune No 1	"	0.72
Jaune No 2	"	14.40

<b>BALAIS</b>		
D'enfant, 2 cordes	0.00	1.10
D'enfant, 1 corde	0.00	0.85
Manches de faubert (mop), doz.	1.20	
<b>HUILE DE PETROLE</b>		

Nous cotons:		
Pratt's Astral Oil	gol.	0.22
Standard Acme	le gal.	0.17

**GRAINS ET FARINES**  
 Marché de Chicago

Les pluies générales et le temps plus doux dans le Dakota, ainsi que les probabilités pour le Minnesota de se trouver bientôt dans de pareilles conditions, ont eu pour effet de faire baisser les prix ces jours derniers. Le marché a clôturé en baisse de 3/8c à 1/2c jusqu'à 1 1/4c à 1 1/2c, mardi dernier. Le maïs a perdu de 3/4c à 1c de puis samedi; la baisse pour l'avoine s'est chiffrée de 1/8c à 1/4c jusqu'à 3/8c à 1/2c. Le blé a été faible, surtout celui de juillet. La dépression pour le blé de juillet a été déterminée en partie par le rapport d'après lequel des stocks de blé nouveau, achetés dans l'Illinois, l'Indiana et le Missouri vont bientôt arriver. Mais ce qui a le plus contribué à la baisse des prix, ce sont les nouvelles, plus favorables, relatives à l'état de la zone consacrée à la culture du blé de printemps.

**Marché de Montréal.**  
**Grains**

La demande de l'étranger pour le blé de printemps du Manitoba continue à être très limitée; à vrai dire, il n'y a presque pas eu d'offres fermes au marché ces jours-ci, mais il y a eu quelque demande pour l'avoine et la graine de lin et comme les offres étaient à peu près en rapport avec les demandes, il s'est fait un certain nombre d'affaires; mais, somme toute, le marché est assez calme. Transactions assez actives sur l'avoine en lots de wagon, pour compte local et de la campagne; les prix ont été en général soutenus. On a vendu du No 2 de l'Ouest Canadien à 42c; de l'extra No 1 pour fourrage de 41c à 41 1/2c, du No 3 de l'Ouest Canadien et du No 1 pour fourrage de 40c à 40 1/2c le boisseau, ex-magasin. Un lot entier de 36,000 boisseaux de No 3 de l'Ouest Canadien s'est vendu à raison de 38c le boisseau c.i.f.

Nous cotons:		
Avoine C.W. No 2	0.42	0.42

Avoine C.W. No 1 Ext. Feed	0.00	0.42
Avoine C.W. No 3	0.40	0.40
Avoine Qué. et Ont. No 2		manque
Avoine Qué. et Ont. No 3	0.00	0.36
Avoine Qué. et Ont. No 4		manque
Sarrasin (48 lbs.)	0.54	0.55
Blé-d'Inde séché au four	0.00	0.72
Blé-d'Inde jaune No 3	0.00	0.69
(Blé-d'Inde nouveau.)		
Orge moulée	0.55	0.56

**Marché de Montréal**  
**Farines**

Au marché des farines le ton est ferme et il n'y a pas de changement notable dans les prix. La demande locale et de la campagne pour le blé de printemps continue à être bonne; le marché est assez actif; les premières patentes se vendent à \$5.60 et les secondes à \$5.10 par baril, en sacs. La farine de blé d'hiver est rare, les prix tendent à s'élever. Les patentes de choix se vendent à \$5.50 le baril, en barils.

**Issues de blé et avoine roulée.**

Les affaires continuent à être actives. Le ton du marché est ferme; le son se vend à \$18, les shorts à \$20, les middlings à \$23 la tonne, sacs compris.

Le marché est ferme pour l'avoine roulée, mais les affaires sont relativement peu actives; on vend à \$4.55 le baril, en barils, et à \$2.15 le sac. La farine de maïs est calme à \$3.50 le baril, en barils, et à \$1.65 le sac.

Nous cotons:		
<b>Patentes du printemps:</b>		
Roya Household	2 sacs	5.60
<b>Conserves de fruits</b>		
Bonne demande.		
<b>Par doz., groupe No 1 No 2</b>		
Ananas coupés en dés,		
Five Roses	2 sacs	5.60
Glenora	2 sacs	5.10
Harvest Queen	2 sacs	5.10
<b>Fortes a Boulanger:</b>		
Bakers Special	2 sacs	4.90
Manitoba S. B.	2 sacs	4.90
Keetob	2 sacs	4.90
Montcalm	2 sacs	4.90

<b>Patentes d'Hiver:</b>		
Straight rollers	2 sacs	5.00
Clurona (à pâtisserie)	2 sacs	5.80
A do	2 sacs	5.30
Farine de blé-d'Inde blanc pour boulangers, 2 sacs		4.40
Farine de blé-d'Inde pour engrais 2 sacs		4.50
<b>Farine d'avoine:</b>		
Avoine roulée, sac de 90 lbs.		2.32
Avoine roulée, baril		4.90
<b>Issues de blé:</b>		
Son Man., au char, tonne		17.00
Gru. Man., au char, tonne		19.00
Middlings d'Ontario, au char, tonne		27.00
Moulée pure, au char		32.00
Moulée mélangée, au char		30.00

<b>FOIN PRESSE ET FOURRAGE</b>		
<b>Marché de Montréal</b>		
Nous cotons comme suit, au char:		
Foin pressé No 1	12.00	13.00
Foin pressé No 2 extra	11.50	12.00
Foin pressé No 2 bon	9.50	10.00
Foin pressé No 3	8.00	9.00
Foin mélangé de trèfle	8.00	9.00

**Marché anglais**  
**BEURRE**

M.M. Mills & Sparrow nous écrivent de Londres à la date du 20 juin 1913: La demande générale pour le beurre continue à être bonne, particulièrement pour les qualités de choix, dont la valeur a été bien appréciée cette semaine. Le temps continue à être beau; si nous

n'avons pas de pluies d'ici à peu de temps, les pâturages seront dans un état bien peu satisfaisant.

**Australien.** — Il n'y a eu que de petits arrivages cette semaine, mais des quantités considérables reçues la semaine dernière ont été emmagasinées, car il est difficile de placer, en cette saison, tant de beurre de qualité secondaire. Il y a en ce moment très peu de beurre australien de premier choix de sorte que les cotes sont nominales. Il continue à arriver ici trop de beurre d'Australie de qualité secondaire. Les améliorations apportées dans la fabrication de la Margarine depuis un ou deux ans en font un concurrent très sérieux pour le beurre qui a perdu sa saveur.

**Nouvelle-Zélande.** — La saison est terminée et il n'y a pratiquement pas d'approvisionnements de beurre Néo-Zélandais.

Arrivage des colonies cette semaine: par le vapeur "Malwa", 5,000 boîtes de beurre australien.

**Danois.** — Le prix est en hausse de 3 kroners (3 s. 6 d.). Il y a une bonne demande pour ce beurre dans le Midland et le nord de l'Angleterre. Le beurre danois est excellent et est bien plus recherché que les beurres des autres pays.

**Sibérien.** — Le marché est soutenu et inchangé. Les approvisionnements sont plus importants. Comme la majeure partie de ce beurre n'entre pas dans la catégorie, "1er choix", il s'est vendu à un prix peu élevé. La principale difficulté, en ce qui concerne le beurre sibérien, c'est le transport. On dit que la fabrication continue à être importante.

**Irlandais.** — Les prix se sont élevés d'au moins 4/ pendant la semaine et bien que la qualité du beurre de crèmerie soit très bonne, son prix est inférieur encore de nombre de shillings par quintal à celui du beurre danois.

**Français.** — Les approvisionnements ont augmenté considérablement pendant la semaine dernière et on cherche de plus en plus à vendre les beurres de qualité secondaire qu'on offre de 86/ à 92/.

Nous cotons:

**Danois:**  
1ère Qualité 120/0 121/0

**Sibérien:**  
1ère Qualité 98/0 100/0 102/0  
Bon à 2ème Qualité 94/0 96/0  
Confiserie 88/0 92/0

**Français:**  
1ère Qualité 110/0 114/0  
Bon à 2ème Qualité 98/0 104/0  
Confiserie 86/0 92/0

**Irlandais:**  
Crèmerie, salé 108/0 110/0  
Crèmerie, sans sel 110/0 112/0

**Victorien:**  
1ère Qualité, salé 104/0 106/0 jusqu'à 108/0

2ème Qualité, salé 98/0 102/0  
Bon, salé 92/0 96/0  
1ère Qualité, sans sel 106/0 108/0  
Bon à 2ème Qualité, sans sel 98/0 102/0

**Nouvelles-Galles du Sud:**  
1ère Qualité, salé 104/0 106/0  
2ème Qualité, salé 96/0 100/0  
Bon, salé 92/0 94/0  
1ère Qualité, sans sel 106/0 108/0  
2ème Qualité, sans sel 98/0 102/0

**Queensland:**  
1ère Qualité, salé 104/0 106/0  
2ème Qualité, salé 96/0 100/0  
Bon, salé 92/0 94/0  
1ère Qualité, sans sel 104/0 106/0  
2ème Qualité, sans sel 96/0 100/0

Nouvelle-Zélande 112/0 114/0  
**Halle aux Beurres et Fromages de Témiscouata.**

Vente du 30 juin 1913, à l'Islet: A Emond & Coté, 1100 boîtes de beurre à 25 3/4c.

#### FROMAGE.

##### Marché de Montréal

Haut choix, de l'Ouest courant 11 3/4c à 12c  
Haut choix, de l'Ouest octobre 12 1/2c à 12 3/4c  
Haut choix, de l'Ouest septembre 13c à 13 1/4c

##### Prix vendants aux épiciers

Fromage fort, blanc, à la meule au morceau 17c 18c  
Fromage de Gruyère 27c à 28c  
Fromage Oka 23c

##### Marché anglais

#### FROMAGE

MM. Mills & Sparrow nous écrivent de Londres à la date du 20 juin 1913:

La demande continue à s'améliorer et les acheteurs ont plus confiance dans la situation générale.

**Néo-Zélandais.** — Les marchandises à bord des vapeurs "Tongariro" et "Rotorua" sont arrivées en bon état et se sont vendues aux prix ci-dessous.

**Canadien.** — Les prix sont plus fermes et on s'attend à une hausse à la fin de la semaine, de 2/ à 3/ pour les prix c. i. f.

Nous cotons:

**Canadien:**  
Blanc, vieux 63/0 65/0  
Coloré, vieux 61/0 63/0  
Blanc, nouveau 59/0 60/0  
Coloré, nouveau 58/0 59/0

**Néo-Zélandais:**  
Blanc 60/0 61/0 jusqu'à 62/0  
Coloré 58/0 59/0 jusqu'à 60/0

#### LES FROMAGERS DE QUEBEC.

Rapport de la vente de beurre du 27 juin 1913, au Board of Trade, par Aug. Trudel, géant de la Société Coopérative Agricole des Fromagers de Québec:

Quant.	Qual.	Acheteurs.	Prix
442 boîtes	No 1	The Wm. Davies & Co., Ltd.	26c
409 boîtes	No 3	Jas. Alexander, Ltd.	23 3/4c
170 boîtes	Pasteurisé	Lovell & Christmas, Ltd.	26 1/2c

Rapport de la vente de fromage du 26 juin 1913, au Board of Trade, par Aug. Trudel, géant.

Quant.	Qual.	Acheteurs.	Prix
1437 boîtes	No 1	Lovell & Christmas, Ltd.	12 5/8c
1052 boîtes	No 2	G. D. Warrington	12 1/2c
308 boîtes	No 3	Jones, Grant & Lunham, Ltd.	12 5/16c
174 boîtes	No 1	A. W. Grant	12 5/8c
367 boîtes	No 2	Jones Grant & Lunham, Ltd.	12 1/2c
237 boîtes	No 3	Geo. Hodge & Son, Ltd.	12 5/16c

#### OEUFS

Les oeufs sont plus rares à la campagne; les prix restent stationnaires.

##### Marché de Montréal

No 1 24c  
No 2 20c à 21c  
Strictement frais, choisis 27c  
Strictement frais, en boîtes en car-

tons d'une douzaine, la doz., par caisse de 30 douzaines 30c

#### Marché de Montréal

##### BEURRE

Haut choix, de crèmerie, frais, solide 27c  
Choix, de crèmerie, frais, blocs d'une livre 27 1/2c  
Seconds, de crèmerie, solide 26c  
Seconds, de crèmerie, blocs d'une livre 26 1/2c  
Beurre de ferme 23c à 24c  
Beurre de ferme en rouleaux 23c à 24c

##### PEAUX VERTES

Très bonne demande.  
Boeuf inspecté 13.50  
Veau 19.00  
Mouton, chaque 1.25  
Agneau, chaque 0.30 0.35

##### LEGUMES

Céleri, la doz. 0.00 1.00  
Betteraves, le sac 0.00 1.25  
Carottes, la poche 0.00 1.25  
Oignons Egyptiens, crate 0.00 2.50  
Navets, le sac 0.00 2.50  
Panais, la poche 0.00 1.00  
Patates, le sac de 90 lbs. 0.00 0.75  
Persil, la doz. 0.25 0.30  
0.20 0.40 Poireaux, la doz.  
Raifort, la lb. 0.40 0.45  
Salade de Montréal, doz. 0.00 0.50  
Haricots verts, panier 0.35 0.40  
Haricots jaunes, panier 0.35 0.40

##### FRUITS VERTS

Bananes, régime 2.00 2.50  
Jumbo 0.00 2.75  
Citrons Messine (300c) 0.00 6.00  
Oranges Valence No 420 0.00 5.25  
Russette 0.00 4.60  
Spy 0.00 5.50  
Ben-Davis 3.50 4.00

##### Les fruits et légumes.

Renseignements fournis par MM. J. C. Houghton & Co., 1 Temple Court, Liverpool, juin 12, 1913.

Oranges, Valence. — La semaine que nous passons en revue ne comprend qu'une journée importante pour les ventes, les quantités offertes vendredi et lundi derniers ont été extrêmement faibles. Hier, cependant, il n'y avait pas moins de 17,480 caisses sur le marché, arrivées par le "Lugue" et le "Maria"; la condition des fruits était plutôt plus mauvaise qu'auparavant. Les prix étaient un peu plus élevés.

Naples. — Le premier chargement important s'est vendu hier et la demande a été considérable aux précédents prix.

Citrons, Sicile et Naples. — Une partie seulement de la cargaison du "Pontiac" était disponible mercredi, et bien que la demande continue à être bonne, les prix ont fléchi de 2 s. à 3 s. à cause de la forte cargaison du navire et d'autres qui vont arriver tout prochainement.

Pommes. — Le marché est dépourvu de pommes, mais on en attend une arrivée par un vapeur venant de Tasmanie.

Tomates, Valence. — Approvisionnements plus abondants. La demande continue à être active.

Oignons, Valencia Barbosa. — Les résultats sont très décevants pour les expéditeurs. Les oignons d'Egypte continuent à se vendre à peu près aux mêmes prix.

Pommes de terre, Valence. — Un petit chargement s'en est bien vendu, hier. Les bananes des Canaries se vendent très facilement de 7/6 à 11/ le régime.

## Table Alphabétique des Annonces

Assurance Mont-Royal....	33	Crothers W. G., Ltd. ....	5	International Varnish Co.	52	Pink Thos. Ltd.....	47
Baker & Co. (Walter)....	14	Dalton Adding Machine Co.	51	Jonas & Co., Henri Couverture	2	Prêt Immobilier Limitée...	15
Banque de Montréal.....	36	Davis S. & Sons Ltd.....	70	King Frédéric.....	13	Prévoyants du Canada, (Les)	32
Banque d'Hochelega.....	36	Desmarteau Alex.....	35	Lacaille, Gendreau & Cie..	14	Prevost & Bédard.....	34
Banque Nationale.....	36	Dom. Canners Co., Ltd....	3	La Prévoyance.....	33	Quebec Steamship.....	36
Banque Molson.....	36	Dom. Cartridge Co. ....	43	Larkin & Co. P. C.....	13	Rich. & Ont. Nav. Co.....	34
Banque Provinciale.....	36	Dominion Roofing Co.....	46	La Sauvgarde.....	32	Rolland & Fils, J. B.....	34
Bélanger & Bélanger.....	35	Dougall Varnish o.....	50	Leslie & Co., A. C.....	40	Sapho Mfg Co.....	11
Berry Bros.....	42	Douglas J. M. & Co Couvert et	61	Liverpool & London & Globe	32	Seagram, Jos. E. ....	61
Blue Ribbon Tea Co. Ltd..	17	Dover Mfg. Co.....	51	Lufkin Rule Co.....	53	Smart Mfg. Co. (The Jas)..	47
Bowser, S. F. & Co.....	16	Dupré P. W. L. & Cie.....	50	Marion & Marion.....	34	Smith E. D.....	6
British Colonial Fire Ass..	33	Ecole Commerciale Pratique	7	Martin-Senour.....	42	Snap Co.....	55
Brodeur, La Cie.....	59	Esinhart & Evans.....	32	Mathieu (Cie J. L.).....	10	Société des Raux Purgati-	
Brodie & Harvie.....	14	Ewing, S. H. & Sons.....	61	Mathews-Laing Co.....	11	ves Riga.....	10
Canada Cement Co., Ltd....	31	Fairbank N. K.....	8	Maxwell & Sons (David) ..	53	Steel Trough & Machine Co.	40
Canada Starch Co. Ltd....	4	Federal Life Assurance Co.	32	McArthur, A.....	40	St. Lawrence Sugar Co....	10
Canada Life Assurance Co..	33	Fels & Co.....	15	Metropolitan Life Ins. Co..	32	Sun Life of Canada.....	33
Canada Paint.....	39	Fontaine Henri.....	34	McLaren & Co.(D.K.)....	53	Swifts Canadian Co.....	13
Canadian Pacific Ry.....	52	Fortier Joseph.....	34	Molson Bros.....	56	Taylor Forbes Co. Ltd.....	49
Canadian Salt Co.....	9	Gagnon, P.-A.....	34	Montbriand, L. R.....	34	Tippet & Co., A. P.....	9
Canada Wire & Iron Goods	53	Garand, Terroux & Cie....	35	Montreal-Canada Ass. Co..	33	Union Mutual.....	33
Cavers Bros.....	40	Gendron Mfg. Co.....	47	Montreal Dairy Co.....	10	United Shoe Machinery Co.	
Charbonneau Elie.....	14	Genin, Trudeau & Cie.....	66	Mooney Biscuit Mfg. Co..	14	Ltd.....	45
Church & Dwight.....	6	Gillett Co. Ltd., [E. W.]	18	Morrow, Screw, Ltd., The		Upton & Co. (The T.)....	14
Cie d'Assurance Mutuelle		Gonthier & Midgley.....	34	John.....	51	Walker Hiram.....	Couvert
du Commerce.....	33	Grand Trunk Railway....	53	Mott, John P. & Co.....	15	Western Ass. Co.....	32
City Ice Co., Ltd.....	15	Gunn, Langlois & Cie.....	6	National Brewery....	Couvert	Wilks & Burnett.....	34
Clare Bros.....	54	Hall Coal [Geo].....	10	Nova Scotia Steel Co.....	36	Wilson Lawrence A. Co.Ltd	59
Clark, Wm.....	15	Hébert L. H. & Cie.....	47	Nugget Polish Co. Ltd....	12	Wiser J. P. & Sons Ltd....	59
Cliche Limitée.....	35	Hodgson Summer Co.....	9	O'Shea J. P.....	40		
Chapin Stephens.....	40	Hotel New Victoria.....	34				
Connors, Bros.....	18	Houde, B. Co., Ltd.....	70				
Continental Bag & Paper Co.	5	Hutton Jas.....	55				
Cottam Bart.....	34	Imperial Tobacco Co.....	68				
Couillard Auguste.....	34	International Stock Food Co.	9				
Cowan & Britton.....	50						

LES personnes qui achètent le Ciment "Canada" chez vous sont de celles dont la clientèle pour les autres articles est aussi des plus précieuses. Le fermier qui se sert du béton pour les améliorations sur sa ferme, est à n'en pas douter, un homme éclairé, progressif et prospère. Sa clientèle est précieuse. De tels fermiers savent que

## LE CIMENT CANADA

est le meilleur ciment à employer dans les travaux de ferme. En tenant le Ciment "Canada", vous pouvez attirer la clientèle de cette classe très désirable. Non seulement ces personnes achèteront leur ciment de vous, mais aussi beaucoup d'autres articles de nécessité journalière.

### Canada Cement Company Limited

Bureaux des ventes à

MONTREAL, TORONTO, WINNIPEG, CALGARY.

Commandez au bureau le plus proche de chez vous.



**METROPOLITAN**

Life Assurance Co'y

:-: of New-York :-:

(Compagnie à Fonds Social)

Actif.....	\$397,965,341.31
Polices en vigueur au 31 décembre 1912.....	12,837,042.
En 1912, la compagnie a émis au Canada des polices pour.....	32,185,993
Elle a déposé entre les mains du Gouvernement Canadien et de fideli-comis canadiens, exclusivement pour les Canadiens, environ.....	\$16,000,000.

Il y a plus de 522,000 Canadiens assurés dans la METROPOLITAN.

**WESTERN ASSURANCE CO.**

INCORPORÉE EN 1881

ACTIF, au-delà de \$3,284,179.93

Bureau Principal: TORONTO, Ont.

Hon. G. M. A. COX, Président.

W. R. BROCK, Vice-Président.

W. B. MEIKLE, Gérant-Général.

C. C. FOSTER, Secrétaire.

Succursale de Montréal:  
 61 RUE ST-PIERRE.

ROBT. BICKERDIKE, Gérant

**THE FEDERAL LIFE ASSURANCE CO.**

BUREAU-CHEF: HAMILTON CAN.

CHIFFRES D'AFFAIRES 1912

ACTIF AUGMENTÉ DE	\$440,648.30
SURPLUS RÉALISÉ	\$107,050.90
ASSURANCE EN VIGUEUR	\$25,555,267.00

C. L. SWEENEY, Gérant Provincia  
 Montréal, Québec.

Téléphone: Main 553

**ESINHART & EVANS**

Courtiers d'Assurance

Feu, Vie, Accident, Cambriolage,  
 Bris de glaces, Automobiles,  
 Responsabilité des Fonctionnaires.

Agents principaux pour:

The Scottish Union & National Ins. Co.  
 d'Edinbourg.

German American Insurance Co.  
 de New-York.

Bureau: EDIFICE LAKE of the WOODS  
 39 rue St-Sacrement,  
 MONTREAL.

**Assurances**

LE BILL DE L'I. O. F.

(Suite)

Le rapport des actuaires sera complété et prêt à être soumis le 1er juillet et l'on propose qu'une assemblée régulière de la Cour Suprême soit convoquée pour l'automne prochain, pour prendre en considération ce rapport et prendre telle action qui sera jugée nécessaire en face des faits révélés par cette inspection.

Le bill projeté donnerait à la Cour Suprême le pouvoir de tirer parti de la situation d'une manière plus favorable aux membres affectés par le changement qu'elle ne pourrait le faire sous l'empire de la loi actuelle.

C'est ainsi que le Bill autorise la création d'un "Fonds Fraternel" à même l'excédent du revenu de l'intérêt et autres bénéfices provenant de placements, dans le but d'assister les membres qui seront affectés si la Cour Suprême décide d'accepter le Bill.

Cette situation est grandement simplifiée par le fait que l'enquête, en autant qu'elle serait complétée, indique que les membres qui sont entrés dans la Société, sous l'empire des taux adoptés en 1898, contribuent suffisamment pour pourvoir en plein à leurs bénéfices sans faire aucun changement dans leurs contributions.

**L'ASSURANCE EN VIGUEUR AU CANADA.**

Le montant de l'assurance-vie, en vigueur au Canada, a augmenté l'an dernier, d'après les rapports officiels publiés dernièrement, de plus de \$120,000,000. Le total en 1912 a été de \$1,070,265,556; l'année précédente, il avait été de \$950,220,771. Il y a eu augmentation de 162,196 polices en vigueur. Le nombre des nouvelles polices enregistrées l'an dernier a été de 39,352 supérieur à celui qu'on avait constaté en 1911. Le total des primes pendant 1912 a dépassé de \$4,091,998 celui des primes de l'année précédente. Les réclamations auxquelles on a fait droit pendant 1912 se sont élevées au total de \$12,750,310, soit un gain de

ASSUREZ-VOUS

DANS

**LA SAUVEGARDE**

- 1<sup>o</sup> PARCE QUE** Ses Taux sont aussi avantageux que ceux de n'importe quelle compagnie.
- 2<sup>o</sup> PARCE QUE** Ses polices sont plus libérales que celles de n'importe quelle compagnie.
- 3<sup>o</sup> PARCE QUE** Ses garanties sont supérieures à la généralité de celles des autres compagnies.
- 4<sup>o</sup> PARCE QUE** La sagesse et l'expérience de sa direction sont une garantie de succès pour les années futures.
- 5<sup>o</sup> PARCE QUE** Par-dessus tout, elle est une compagnie Canadienne-Française et ses capitaux restent dans la Province de Québec pour le bénéfice des nôtres.

Siège Social: 7 Place d'Armes

MONTREAL



Succursale au Canada, Bureau Chef à Montréal  
 DIRECTEURS

Sir Alexandre Lacoste, M. Chevalier, Ecr., William  
 Tolson Macpherson, Ecr., T. J. Drummond, Ecr.

J. Gardner Thompson, Gérant.  
 J. W. Binnie, Assistant-Gérant.

**Les Prévoyants du Canada**

Assurance Fonds de Pension

CAPITAL AUTORISÉ \$500,000

Achetez des Parts des Prévoyants:

Parce que c'est un placement sans  
 pareil.

Parce que c'est avec la plus petite  
 prime, la plus grosse rente;

Parce que c'est la seule compagnie  
 à "Fonds Social" faisant une spécialité  
 du Fonds de Pension.

Total de l'actif du Fonds de Pension  
 seulement: \$305,126.01.

Bureau à Montréal:

**Chambre 22,  
 Edifice "La Patrie"**

Bureau - Chef,

**85, rue Dalhousie,  
 QUEBEC.**

## Union Mutual Life Insurance Company, de Portland, MAINE

**FRED. E. RICHARDS,**  
Président.

Valeur acceptée de Garanties Canadiennes, détenues par le Gouvernement Fédéral pour la protection des Porteurs de Police, \$1,206,576.

Toutes les polices émises avec Dividendes Annuels sur paiement de la prime annuelle de deuxième année.

Ouverture exceptionnelle pour Agents dans la Province de Québec et l'Est d'Ontario. S'adresser à

**WALTER I. JOSEPH, Gérant.**

151 rue St-Jacques, MONTRÉAL.

\$1,698,631 relativement aux chiffres de 1911.

Ce sont les compagnies canadiennes qui ont obtenu la plus forte part des primes pendant l'année. Sur le total, \$35,711,627, elles ont pris \$23,542,189. La part des compagnies des Etats-Unis a été de \$10,401,389, celle des compagnies de la Grande-Bretagne de \$1,768,046.

### LES PERSPECTIVES DE L'ASSURANCE-VIE.

Il n'est pas dans la nature des choses que la valeur du capital reste longtemps sans subir de modifications. Les taux peu élevés d'intérêts et la haute valeur du capital qui prédominaient, il y a quelques années, ont été remplacés par des taux élevés et des valeurs plus basses. Ce mouvement semble provenir surtout des perturbations politiques destructives, restreignant l'abondance des approvisionnements; et aussi de l'activité intense du développement commercial qui a augmenté l'importance de la demande.

La vitalité d'une compagnie d'assurance-vie est telle qu'elle peut supporter sans chanceler les chocs qui causeraient des dommages à d'autres institutions financières ou les détruiraient.

(A suivre)

## Une Police dans la CANADA LIFE

Devient une source de revenu.

Police No. 35,407 Montant \$5,000

Age d'admission 35.

Vie 20 versements Date, 30 avril 1884

Total des primes payées \$3,140.

Profits payés en espèces durant la période de paiement des primes. . . . \$729.10

Profits payés en espèces en 1905 . . . . . 143.90

Profits payés en espèces en 1910 . . . . . 198.00

\$3,140.00 \$1,071.00

Coût exact jusqu'en 1910 . . . . . 2,069.00

Remarquez que depuis 1905, sans avoir eu à payer d'autres primes, la police a donné un revenu progressif.

**CANADA LIFE ASSURANCE CO**  
Bureau Chef - TORONTO, Ont

## COMPAGNIE MONTREAL-CANADA

D'ASSURANCE CONTRE L'INCENDIE

Fondée en 1859

Téléphone Bell Main 5381

Actif..... \$557,885.95

Réserve..... \$193,071.

Autres Valeurs passives .... 20,68

\$213,759.19

Surplus pour les assurés..... \$344,126.76

Bureau - Chef :

No Rue St-Jacques,  
MONTREAL.

Ferd. Pagé, Gérant Provincial

## L'ASSURANCE MONT-ROYAL

(Compagnie Indépendante (Incendie))

Bureaux : 74 rue Notre-Dame Ouest

Coin St-François-Xavier, MONTREAL.

RÔDOLPHE FORGET, Président.

J. R. CLEMENT, Jr., Gérant-Général

## Sun Life of Canada

Actif ..... \$ 49,605,616.49

Assurances en vigueur.... 182,732,420.00

Ecrivez au Bureau Principal, Montréal, pour vous procurer la brochure intitulée "Prospère et Progressive."

## La Compagnie d'Assurance MUTUELLE DU COMMERCE

Contre l'Incendie

Actif excédant . . . . \$550,000.00

DEPOT AU GOUVERNEMENT en conformité avec la nouvelle Loi des Assurances de Québec, 8 Edouard VII, Chap. 69. Bureau-Chef; 181 rue Orléans, St-Hyacinthe

## Assurez vos Glaces Immédiatement dans La Prevoyance

Capital \$500,000.00

Aussi :—Accidents, Maladies, Vol, Garantie de Fidélité, Garantie de contrats, Responsabilité Patronale.

**ASSURANCE D'AUTOMOBILES**

Bureau Chef

160 rue St-Jacques, Montréal

Tel. Main 1626

# BRITISH COLONIAL FIRE INSURANCE COMPANY

**EDIFICE ROYAL, 2 PLACE D'ARMES, MONTREAL.**

Dépôt au Gouvernement du Canada. Licenciée pour toutes les Provinces. Garantie des Assurés \$507,359.01.

Agents demandés pour les districts non représentés.

Président : Hon. C. E. DUBORD. Directeur et Secrétaire : THEODORE MEUNIER. Gérant : H. W. THOMSON.  
Inspecteurs : B. A. CHARLEBOIS, Boîte Postale 208, Montréal, Qué. GAVIN BROWNE, Jr., 51 rue Yonge, Toronto, Ont. R. T. BROWN, Regina, Sask.

## PATENTES OBTENUES PROMPTEMENT

Dans tous les pays. Pour renseignements de mandez le Guide de l'Inventeur qui sera envoyé gratis.  
MARION & MARION, 354 rue Université, angle de la rue Ste-Catherine, Édifice de la Banque des Marchands.

## NEW VICTORIA HOTEL

H. FONTAINE, PROPRIÉTAIRE  
QUEBEC

L'Hôtel des commis-voyageurs.  
Plan Américain. Taux, à partir de \$2.50.

## JOSEPH FORTIER

Fabricant-Papetier

Atelier de Réglure, Reliure, Typographie, Relief et Gaufrage. Fabrication de Livres de Comptabilité. Formules et fournitures de Bureau.

210 rue Notre-Dame Ouest,  
(Angle de la rue St-Pierre). MONTREAL.

**PAIN POUR OISEAUX** est le "Cottam Seed" fabriqué d'après six brevets. Marchandise de confiance; rien ne peut l'approcher comme valeur et comme popularité. Chez tous les fournisseurs en gros.

## L. R. MONTBRIAND

Architecte et Mesureur,

230 Rue St-André Montréal

## RICH. & ONT. NAV. CO.

"DE NIAGARA A LA MER"

## Excursions de Vacances

Quand vous ferez vos projets de voyage pendant les vacances cette année, n'oubliez pas une excursion à bord d'un de nos magnifiques vapeurs où vous jouirez du confort d'un hôtel de premier ordre.

Excursions à Niagara Falls, les Mille Îles, Québec historique et la superbe Rivière Saguenay.

Hôtels magnifiquement situés, gérés par la compagnie, à Murray Bay et Tadoussac.

Pour imprimés et renseignements complémentaires s'adresser à

H. FOSTER CHAFFEE,

GERANT DES PASSAGERS,

MONTREAL

D. OLIVIER,

AGENT DES BILLETS EN VILLE,

MONTREAL

Les clients apprécient un paquet bien enveloppé. C'est aussi vrai pour le citadin qui rapporte les marchandises chez lui, que pour le fermier qui les met au fond de sa charrette.

## Renseignements Commerciaux

### Dommages.

Fassett. — Fassett Lumber Co., Ltd. Pertes par suite d'incendie, manufacturiers, Montréal; J. B. Baillargeon Ltd., endommagé en partie par le feu.

T. E. Duplessis, malles, etc.; Entreprise Manfg. Co., manufacturiers de couvertures en piqué; J. B. A. Lanctot, gants et corsets; Paul Lemaitre, bijoutier; Musicians International Club (inc.); Royal Embroidery Works; Nap. Sarrazin et Fils, Ltée, bois de charpente, etc.; Bacher and Remdolph, manufacturiers de costumes.

### Cessions.

Gracefield. — Ray et Boyer à J. E. Couture, Hull; entrepreneurs.

Montréal. — Doré, E. E., foin, etc.

Verdun. — Reese, Lewis, épicier.

### Décès.

Howick. — Gebbie, Wm., magasin général.

### Dissolutions de sociétés.

Montréal. — Société Anonyme des Gants Alexandre, Armand Giroux continuant sous la même raison sociale.

Allen Manfg. Co. — Agents de manufactures; Labelle et Boucher, peintres; London et Wasserman; Mlles Ramsay; Orr Adam et Cie; Park Carriage and Automobile Works; St-Amour et Vandellac; Prevost et Bédard, liquidateurs, agents d'immeubles.

Rock Island. — Parsons, R. C., et Fils, D. R. Parsons continuant sous la même raison sociale; opticiens et bijoutiers.

Montréal — Broadway Ladies Tailoring Co.; Buckeye Laundry Co.; Canadian Box Lunch Co.; Cox and Amos, architectes; Main Jobbing and Manufacturing Co.; Montreal Hat Frame Co., nouvel enregistrement.

### Actifs vendus.

Montréal. — Nadeau et Coveny, bijoutiers; Outremont Plumbing Co.

Beauce Junction — National Knitting Co., Ltd., manufacturiers.

### En difficultés.

Montréal. — Eagle Mattress Manfg. and Furniture Co.

### Nouveaux établissements.

Lachine — Dominion General Store; E. I. Miller & Brother.

Montréal — Alexandra Hand Laundry Co.; Club des Quatre Îles; Commercial Cartage Co. (Page & Cogger); Dallaire & Bédard, plombiers; Grande Manufatura di Sigara Italiani Marca Aquila "Societa Sigaroi Italiani, Incorporata," manufacturiers de cigares; Labelle & Goulet, peintres; La Compagnie des Terres Hautes de Laprairie; Léveillé & Guernon, carrossiers; J. A. McCaughan & Son, chaussures; Model Hat Co.; Montreal Flour & Grain Co.; Picard & Courtemanche, agents d'immeubles; Woodbine Park Land Co.; agents d'immeubles.

Pointe aux Trembles. — Coté & Provost, constructeurs de bateaux.

Victoriaville — Standard Bedsted Co., Ltd.

### Actif à vendre.

Bergerville — Fiset, Wilbrod, le 4 juillet

GEO. GONTHIER Expert Comptable et Auditeur  
H. E. MIDGLEY Comptable-Incorporé  
**GONTHIER & MIDGLEY**  
Comptables & Auditeurs  
103 RUE ST-FRS-XAVIER.  
Téléphone Adresse télégraphique  
Main 2701-519 "Gontley"

## LIVRES POUR LES DISTRIBUTIONS DE PRIX 1913

Nous avons l'honneur d'annoncer que nous venons de recevoir un Nouvel Assortiment de Livres pour la Distribution des Prix. Cette dernière importation offre un ensemble complet d'ouvrages capable de répondre aux besoins de toutes les conditions de l'Enfance et de la Jeunesse Chrétienne. Nos séries sont de tout formats, depuis l'in-18 jusqu'au grand in-8, et sont toutes revêtues de la haute approbation des communautés ecclésiastiques.

La Compagnie J. B. Rolland & Fils.

53, Rue St-Sulpice - Montréal.

Maison Fondée en 1870

## AUGUSTE COUILLARD

IMPORTATEUR DE

Ferronnerie et Quincallerie, Verres & Vitres, Peintures, Etc.

Spécialité: Poêles de toutes sortes

Nos. 232 & 239 rue St-Paul

Voutes 12 et 14 St-Amable, MONTREAL

La maison n'a pas de Commis-voyageurs et fait bénéficier ses clients de cette économie. Attention toute spéciale aux commandes par la maille. Messieurs les marchands de la campagne seront toujours servis au plus bas prix du marché.

## P. A. GAGNON

Comptable Licencié

(Chartered Accountant)

Chambre 315, 316, 317

Edifice Banque Québec.

11 Place d'Armes, MONTREAL.

Téléphone Bell Main 4912

Arthur W. Wilks.

Alexander Burnett

## WILKS & BURNETT

Comptables, Auditeurs, Commissaires pour toutes les Provinces.

Règlement d'affaires de Faillites

602 Bâtisse Banque des Marchands

Téléphone Bell Main 5500

MONTREAL

## EUGENE PREVOST RODOLPHE BEDARD PREVOST & BEDARD

Comptables,  
Liquidateurs,  
Auditeurs.

Spécialité: Règlements de différends

Suite 506 Edifice Royal Trust

107 ST-JACQUES

BELL TEL. MAIN 1056

MONTREAL.

**ALEX. DESMARTEAU**

Comptable, Auditeur  
**SPECIALITÉ** : — Liquidation de Faillites,  
 Compromis Effectués.  
**54, 60, RUE NOTRE-DAME EST**  
**MONTREAL.**

TEL. BELL, MAIN 1839

**BELANGER & BELANGER**

Notaires, Comptables et Commissaires  
**TRUST & LOAN BUILDING.**  
 No 30 rue St-Jacques, MONTREAL  
 Argent à Prêter à 4, 5 et 6%

**CARAND, TERROUX & CIE**

BANQUIERS ET COURTIERS  
**48 rue Notre-Dame Ouest**  
**MONTREAL**

**LA CIE P. CLICHE, LTEE,**

Manufacturiers de Balais.  
 Bureau principal et manufacture:  
 Beauce Jonction.  
 Bureau de Montréal: 100B Ave Papineau

	Doz.
Balais Royal, 6 cordes	\$5.50
" Beauce, 5 cordes	4.75
" Roseau, 5 cordes	4.50
" Cliche, 5 cordes	4.25
" Blériot, 4 cordes	3.75
" Chaudière, 5 cordes	3.60
" Econome, 5 cordes	3.45
" Magic, 3 cordes	3.00
" Bon marché, 4 cordes	2.70
" Spécial, 3 cordes	2.30
" Spécial, 3 broches	4.50

Dix cents par douzaine seront chargés ou déduits pour chaque corde additionnelle ou en moins, selon le cas. Fret payé par 6 douzaines. Escompte spécial par 25 douzaines ou plus. Une commande d'essai vous convaincra de nos bas prix si l'on tient compte de la qualité de la marchandise.

let, au bureau de J. P. E. Gagnon, curateur, Québec, épicerie.  
 Montréal — Royer, Lorenzo, à vendre le 8 juillet, épicerie.

**Compromis.**

Low — Stevenson, S., compromis effectué, magasin général.  
 Québec — Mme Thos. Lévesque offrant un compromis à 30c dans la piastre comptant, modes.

**Fonds vendus.**

Scotstown — Godin, M., à A. Barselo, forgeron.

**Changement d'adresse.**

Val Racine — Barselo, A., se transporte à Scotstown, forgeron.

**Demande de cession.**

Pointe aux Trembles — Parent, J. A., constructeur.

**Nouveaux établissements.**

Farnham — Campbell & Dandurand, magasin général.  
 Mégantic — Lake Megantic Park Co., agents d'immeubles.

Montréal — Côte St-Paul Sand Co., matériaux de construction; Dominion Glass Co., Ltd.; Lepage & Archambault, plombiers; Les Galeries Parisiennes, Ltée; Mutual Film Corp. of Canada, Ltd.; New York Continental Jewell Filtration Co.; Noonan & Turcot, agents d'immeubles; Perfectknit Mfg. Co.; Ritz Shoe Co.; Mlles Ramsay; Roussin, Sabourin, Giroux & Séguin, agents d'immeubles; Sherwood Estates, Ltd.; St. Lawrence Dress & Skirt Maker; Sunlight Shoe Co., chaussures en gros; Union White Washing Laundry; Up-to-date Shoe, manufacturiers; Valmore Le & Cie, agents d'immeubles.

Richmond — Beaver Printery.  
 Sherbrooke — Boucher & Brulé, plombiers.  
 Trois-Rivières — Mineau & Bellemare, chaussures.

**ACTES INSCRITS AU BUREAU D'ENREGISTREMENT A TROIS-RIVIERES, DURANT LA SEMAINE TERMINEE LE 28 JUIN 1913.**

**Obligations.**

Achille Spénard à Cie d'Imprimerie et d'Immeubles, Shawinigan Falls.  
 William Sawyer à Cie d'Imprimerie et d'Immeubles, Shawinigan Falls.  
 Donat Blanchette à Laura et Maria Beaudry, Trois-Rivières.  
 Jos. B. Létourneau à Vve Pamphile St-Pierre, Grand'Mère.

**Ventes.**

Shawinigan Water and Power Co. à Oscar Mandeville, Shawinigan Falls.  
 Martel et Dufresne à Fabrique Sainte-Cécile, Trois-Rivières.  
 Xavier Massicotte à Jos. Uld. Girard, Trois-Rivières.  
 Henry Johnson à Pierre Larouche, Trois-Rivières.  
 Anselme Dubé à Omer Lahaie, Trois-Rivières.

**Bail.**

Emile Panneton à A. Laurin et Cie, Trois-Rivières.

**Transports.**

Charles Bourgeois à Vve Joseph Coté, Trois-Rivières.  
 Benj. Leduc à Aldéric Montpetit, Grand'Mère.

**Bordereau d'intérêts.**

Dame U. P. Bureau à F. F. Farmer, Trois-Rivières.

**Testaments.**

Frs. X. Caron et alias à Victor Caron, St-Boniface.

**Jugements.**

Cie du Pacifique vs Emile Piché, Trois-Rivières, \$55.00; Isaac Hersberg vs S. Dugal, Trois-Rivières, \$38.05; The Page Wire Fence Co. vs Y. G. Charette, Ste-Marie-Blandford, \$83.78.

**OCCASIONS D'AFFAIRES**

Nos abonnés qui pourraient intéresser les demandes de représentations, d'agences, de marchandises, etc., publiées dans "Le Prix Courant", n'auront qu'à nous faire connaître le numéro de l'occasion d'affaires qui les intéresse pour que nous leur adressions tous les renseignements

complémentaires qui pourraient leur être utiles.

12-189. Impressions et journaux. — Une maison de Hambourg ayant des relations établies en Extrême-Orient, désire placer des contrats dans des usines canadiennes des provinces de Québec et Maritimes.

12-190. Amiante, graphite et bois de pulpe. — Une maison d'importation de Hambourg est prête à tenir de l'amiante, du graphite et du bois de pulpe. Cotes c. i. f. Hambourg.

12-191. Parquetage en érable. — Une maison de Hambourg, établie depuis longtemps, désire placer des commandes de planchers en érable. Cotes c.i.f. Hambourg.

12-192. Pulpe de tremble. — Une maison de Hambourg désire entrer en relations avec des manufactures canadiennes de pulpe de tremble.

12-193. Matières premières. — Un monsieur allemand ayant de l'expérience commerciale dans son pays et à l'étranger désire représenter des producteurs canadiens de matières premières pouvant convenir aux industries allemandes.

12-194. Vins de Bourgogne. — Une maison française établie depuis longtemps cherche à entrer en rapports avec des agents ou importateurs canadiens.

12-195. Agent. — Un manufacturier français de biscuits est prêt à nommer un représentant au Canada.

12-196. Agent. — Une maison de Marseille désire nommer un agent bien présenté dans le commerce d'épicerie en gros, au Canada, pour la vente des amandes et des noisettes.

12-197. Agent. — Une maison de Paris a besoin d'un agent pour tenir des marchandises de premier ordre, comme robes, chapeaux, corsets, articles de fantaisie.

12-198. Agent. — Une maison française demande un agent au Canada pour la vente des noix écalées ou non.

12-199. Denrées alimentaires. — Une maison française, exportant déjà de fortes quantités de macaroni et de vermicelle aux Etats-Unis, cherche à introduire sa marque au Canada.

12-200. Agent. — Une manufacture française, bien connue, de chocolat aimerait à se mettre en contact avec un agent canadien.

12-201. Farine. — Une maison d'Ecosse cherche à entrer en rapports avec des exportateurs de patentes de blé de printemps du Manitoba.

12-202. Huiles. — Une maison de Glasgow cherche à connaître des cotes d'huiles minérales lubrifiantes.

12-203. Fournitures. — Un marchand d'Edimbourg voudrait s'aboucher avec des exportateurs canadiens.

12-204. Molesquines. — Un marchand d'Edimbourg peut en exporter.

12-205. Huiles et graisses. — Une maison de Glasgow aimerait à entrer en relations avec des exportateurs.

12-206. Huiles. — Une maison de Glasgow demande des cotes. Donner des détails au sujet de la couleur du degré spécifique, de la viscosité, etc.

12-207. Huiles lubrifiantes. — Une maison d'Ecosse demande des prix pour livraison à Glasgow.

12-208. Huiles. — Une maison de Glasgow demande des détails et des cotes.

### BANQUE DE MONTREAL

ONDEE EN 1817 — CONSTITUEE PAR ACTE DU PARLEMENT

Capital tout payé.....	\$16,000,000.00
Fonds de Réserve.....	16,000,000.00
Profits non Partagés.....	802,814.94

Siège social : MONTREAL.

**Bureau des Directeurs.**—Le Très Hon. Lord Strathcona and Mount Royal, G.C.M.G., G.C.V.O., Président Honoraire; R. B. Angus, Président; H. V. Meredith, Vice-Président; E. B. Greenshields, Sir Wm Macdonald, James Ross, Hon. Robert Mackay, Sir Thomas Shaughnessy, K. C. V.O.; David Morrice, C. R. Hosmer, A. Baumgarten, C. B. Gordon, H. R. Drummond, D. Forbes Angus.

H. V. Meredith, Gérant-Général; A. Macnider, Insp. Chef et Surint. des Succursales, C. Sweeny, Surint. des Succ. de la Colombie Anglaise; A. D. Braithwaite, Surint. des Succ. de la Province d'Ontario; F. J. Cockburn, Surint. des Succ. de la Province de Québec; E. P. Winslow, Surint. des Succ. du Nord-Ouest. D. R. Clarke, Surint. des Succ. des Provinces Maritimes et de Terre-Neuve.

**Succursales au Canada.**—Dans toutes les principales cités et villes des provinces suivantes: Ontario, Québec, Nouveau-Brunswick, Ile du Prince-Edouard, Nouvelle-Ecosse, Provinces du Nord-Ouest, Colombie Anglaise.

**Succursales en dehors du Canada.**—Grande-Bretagne, Londres, Angleterre, 47 Threadneedle Street E.C.—Sir Frederic Williams-Taylor, gérant.

Etats-Unis, New-York—R. Y. Hedden W. A. Bog. J. T. Molineux, agts 64 Wall Street Chicago, Spokane.

Terre-Neuve: St. John's, Birchy Cove, Grand Falls.

Mexique. Mexique, D. F.

### LA BANQUE NATIONALE

FONDEE EN 1860.

Capital	\$2,000,000
Réserve	1,400,000

Notre service de billets circulaires pour les voyageurs "Travellers Cheques" a donné satisfaction à tous nos clients; nous invitons le public à se prévaloir des avantages que nous offrons

Notre bureau de Paris,

**RUB BOUDREAU.**

**14 RUE AUBER,**

est très propice aux voyageurs canadiens qui visitent l'Europe.

Nous effectuons les virements de fonds, les collections, les paiements, les crédits commerciaux en Europe, aux Etats-Unis et au Canada, aux plus bas taux.

### LA BANQUE MOLSON

INCORPORÉE EN 1855

Bureau Principal, MONTREAL.

CAPITAL PAYÉ	\$4,700,000
FONDS DE RÉSERVE	4,700,000

**JAMES ELLIOT, Gérant-Général**

**SUCCURSALES DANS LA PROVINCE DE QUEBEC :**

Arthabasha	Rue Sainte-Catherine	Richmond
Bedford	Avenues du Parc	Roberval
Cowansville	et Georges-Emile	Sorel
Chicoutimi	Maisonneuve—	Saint-Césaire
Drummondville	Market and Harbour—	Sainte-Flavie Station
Fraserville et Rivière	Côte des Neiges—	Saint-Ours, Qué.
du Loup Station	Côte St-Paul	Sainte-Thérèse de
Knowlton	Boulevard St-Laurent	Blainville
Lachine Locks	Plat-Henri—	Victoriaville
Montréal-Rue St-	Pierreville	Ville St-Pierre
Jacques	Québec	Waterloo
		Berlin, Ont.

**85 Succursales dans tout le Canada.**

Agences à Londres, Paris, Berlin et dans toutes les principales villes du monde. Emission de Lettres de Crédit pour le commerce et lettres circulaires pour voyageurs.

### NOVA SCOTIA STEEL & COAL CO.

**LIMITED**

MANUFACTURIERS

ACIER en BARRÉS MARCHAND, MACHINERIE à ROUES, TRANSMISSIONS en ACIER COMPRIE POLI, TOLES D'ACIER jusqu'à 48 pcs de large, RAILS en "T" de 12, 18, 28 et 40 lbs à la verge ECLISSÉS, ESSIEUX DE CHARS DE CHEMINS DE FER.

### GROSSES PIECES DE FORCE. UNE SPECIALITE

Mines de Fer, Wabana, Terre-Neuve.—Mins Hauts Fourneaux, Fours à Réverbère à Sydney Mines, N. E.—Laminaires, Forges et Ateliers de Finissage à New Glasgow, N. E.

Bureau Principal : NEW GLASGOW, N. E.

### LA BANQUE PROVINCIALE DU CANADA

Siège Central : 7 & 9 Place d'Armes, Montréal, Can.

Capital autorisé \$2,000,000.00  
Capital payé et surplus au 31 Décembre 1912 \$1,588,866.11

**Conseil d'Administration :** Président : M. H. LAPORTE, de Laporte Martin & Cie. Administrateur Crédit Foncier Franco-Canadien. Vice-Président : M. W. F. CARSLER, de la maison en gros Carsley Sons & Co.; Honorable L. BEAUBIEN, Ex-ministre de l'Agriculture et M. G. M. BOSWORTH, Vice-président "Canadian Pacific Railway Co." M. ALPHONSE RACINE, de la maison A Racine & Cie, marchands en gros, Montréal; M. L. J. O. BEAUCHEMIN, propriétaire de la Librairie Beauchemin Ltée.; TANCREDE BIENVENU, Directeur-gérant; J. W. L. FORGET, Inspecteur; J. R. CHOQUET Assistant-Inspecteur; ALEX. BOYER, Secrétaire.

**Conseurs :** Président : Honorable Sir ALEX. LACOSTE, Ex-Juge en chef de la Cour d'Appel; Docteur E. PERSILLIER LACHAPLLE Administrateur du Crédit Foncier Franco-Canadien; M. CHEVALIER Directeur-Gérant, Crédit Foncier Franco-Canadien.

**60 Succursales** dans les Provinces de Québec, Ontario, Nouveau Brunswick

**Correspondants à l'Étranger :** Etats-Unis : New-York, Boston, Buffalo, Chicago; Angleterre, France, Allemagne, Autriche, Italie.

### QUEBEC STEAMSHIP CO., LIMITED.

**LIGNE DU ST-LAURENT,** Montréal aux ports de la Côte de Gaspé. à Gaspé, Malbaie, Percé, Summerside, Charlottetown et Pictou. SS. "CASCAPEDIA", 1900 TONNES, avec les accommodations les plus modernes pour passagers partira de Montréal jeudi, le 3 17 juillet à 4 hrs p.m., et tous les quinze jours par la suite, et de Québec le jour suivant à midi.

**ALLEZ AUX BERMUDES**

Le Steamer "Bermudian." à double hélice, 10,518 tonnes de déplacement quittera New-York à 11 hrs. a.m. les 9, 19 et 30 juillet, et tous les dix jours dans la suite. Signaux sous-marins, télégraphie sans fil, orchestre.

**Voyage Record, 39 heures 20 minutes.** Le plus rapide, le plus moderne et le seul steamer débarquant ses passagers aux quais aux Bermudes sans transbordement.

**ANTILLES**

Le nouveau steamer "Guiana" et autres steamers, quittent New-York les 12 et 26 juillet, pour St-Thomas, Ste-Croix, St-Christophe, Antigua, la Guadeloupe, la Dominique, la Martinique, Ste-Lucie, la Barbade, Demerara

**DE QUEBEC A NEW-YORK**

Par la fameuse rivière Saguenay en faisant escale à Gaspé, Charlottetown et Haifax Vapeur "Trinidad" 2600 tonnes, quitte Québec à 8 hrs p.m. les 11 et 25 de juillet, le 8 et le 22 d'août.

Pour renseignements complets, s'adresser à W. H. Henry, 286 rue St Jacques; W. H. Clancy, 122 rue St-Jacques; Ths. Cook & Son, 530 rue Ste Catherine-Ouest; Hone & Rivet, 9 Boulevard St-Laurent, ou à J. G. Brock & Co., 221 rue des Commissaires, Montréal, Quebec Steamship Co. Quebec.

### BANQUE D'HOCHELAGA 1874-1913

Capital autorisé \$4,000,000	Capital payé \$4,000,000
Réserve 3,000,000	Total de l'Actif au-delà de \$30,000,000

**DIRECTEURS :** M. J. A. Vaillancourt, Président; Hon. F. L. BÉLIEU, C.R. Vice-Président; A. Turcotte, Hcr., N. H. Lemay, Ecr. Hon. J. M. Wilson Col. C. A. Smart, A. A. Laroque, F. G. Leduc, Gérant; Beaudry Leman Surintendant des Agences; P. A. Lavallée, Assistant-Gérant; Yvon La marre, Inspecteur. Bureau Principal—Montréal

**BUREAUX DE QUARTIERS**

Ave. Mont-Royal (coin St-Denis)	Pointe St-Charles St-Edouard	De Lorimier Quartier Emard
Ave. Mont-Royal (Coin de Lanaudière)	St-Henri St-Viateur	Rue Notre-Dame, Ouest, Longue-Pointe
Rue Ste-Catherine, Est	Quartier Laurier	Aywin, (coin Ontario)
Rue Ste-Catherine, centre	Villeray	Quartier St-Denis
Hochelaga	Verdun (près Montréal)	Quartier Ste-Marie
Longue Pointe	Viauville (près Montréal)	Outremont
Maisonneuve		

**SUCCURSALES**

Berthierville, P. Q.	Maxville, Ont.	St-Hyacinthe, P. Q.
Cartierville, P. Q.	Mont-Laurier, P. Q.	St-Jacques l'Achigan,
Edmonton, Alta	Prince Albert, Alta.	St-Jacques l'Achigan, P. Q.
Fournier, Ont.	Québec, P. Q.	St-Jerome, P. Q.
Hawkesbury, Ont.	St-Roch de Québec, P. Q.	St-Lambert, P. Q.
Joliette, P. Q.	Sorel, P. Q.	St-Pierre Man.
Lachine, P. Q.	Sherbrooke, P. Q.	St-Valérien de
Laprairie, P. Q.	St. Albert, Alta.	Shefford, P. Q.
L'Assomption, P. Q.	Ste-Geneviève de	Trois-Rivières, P. Q.
Longueuil, P. Q.	Pierrefonds, P. Q.	Valleyfield, P. Q.
Louiseville, P. Q.	St-Boniface, Man.	Vankleek Hill, Ont.
		Winnipeg, Man.

Emet des Lettres de Crédit Circulaires pour les Voyageurs, payables dans toutes les parties du monde ouvre des crédits commerciaux; achète des traites sur les pays étrangers; vend des chèques et fait des paiements télégraphiques sur les principales villes du monde.

La publicité bien faite est loyale et honnête, documentée et raisonnée, directe et vivante.

# Finances

## REVUE DE LA SEMAINE.

### Calendrier financier.

Mercredi, 9 juillet. — Assemblée annuelle: Dominion Telegraph Co.

Jeudi, 10. — Dividendes trimestriels payables: Actions — Can. Westinghouse Co.; Trinidad Elec. Co.; Stanfield's, Ltd., com. et priv.

### Le dividende du Montreal Tramways.

La Montreal Tramways Co. vient d'élever le taux de son dividende de 5 pour cent à 10 pour cent, ce qui a eu immédiatement pour effet de faire monter le cours de l'action Tramway and Power, car cette dernière compagnie possède 52 pour cent des actions du Montreal Tramways et en détient indirectement 38 pour cent de plus, ce qui forme un total de 90 pour cent.

### La situation aux Etats-Unis.

MM. Henry Clews et Cie, de New-York, expriment cette semaine l'opinion suivante:

La période critique semble maintenant être passée.

Le point principal autour duquel le marché monétaire continue à pivoter est la demande continue pour du nouveau capital. Une forte pression a été exercée pour retarder ces demandes, par les banquiers étrangers et par ceux du pays. Il en est résulté une diminution marquée aux Etats-Unis; en juin, les demandes de capitaux se montaient à \$200,000,000 contre \$299,000,000 l'an dernier. Un fait significatif est que sur le total des nouvelles émissions de juin, les billets à courte échéance figuraient pour plus de \$150,000,000. La demande de nouveaux capitaux est très urgente, ce qui est démontré par les nouvelles émissions forcées en Europe et à New-York à des taux excessifs d'intérêt. Un certain nombre de nouvelles valeurs importantes et commandant des taux élevés étaient offertes, la semaine dernière. Cette forte pression est significative et doit être considérée comme un signal invitant à la prudence.

A la Bourse de New-York, on constatait une tendance à une grande irrégularité. Il est clair que, bien que le marché soit loin d'être exempt d'obstacles, des efforts sont faits pour remédier à la situation et ont une influence sur les valeurs. Il y a plusieurs mois, toutefois, qu'on n'avait vu une telle divergence d'opinions. Cependant, un certain nombre d'acheteurs commencent à se rendre compte qu'on avait largement tablé sur des circonstances défavorables et que, si une amélioration des conditions se produit, elle aura un effet stimulant sur les valeurs de bourse. On doit reconnaître que les affaires sont bonnes, en général, et qu'en dehors des opérations immobilières, on constate peu de signes d'excès. Les commerçants et les manufacturiers opèrent au jour le jour depuis plusieurs mois. Les approvisionnements de marchandises sont donc très bas. L'hésitation au sujet du tarif est la cause principale de cet état de choses. On suppose que la question du tarif sera réglée en août ou en septembre. Les affaires ont déjà été largement réajustées suivant les nouvelles clauses, beaucoup se vendant sur la base du bas tarif et dès que l'incertitude aura disparu, il y aura affluence de commandes pour ramener les approvisionnements à la normale. Ces commandes seront sans doute partagées entre les manufactures américaines et celles de l'étranger. Selon toutes probabilités, il y a une quantité d'importations qui auront

pour effet de diminuer la balance usuelle du commerce extérieur en automne.

### Les compensations en juin.

Pour la première fois, depuis novembre 1910, la statistique mensuelle de la Chambre des Compensations de Montréal accuse une diminution de nos affaires de banques, comparativement à celles du mois correspondant de l'an dernier. Juin, après une progression ininterrompue de trente mois, se termine sur une diminution des compensations qui se chiffre par \$2,515,638.

Cette diminution cependant n'a que peu d'importance sur le total des compensations du semestre qui se termine par une augmentation de \$107,400,501 sur celui de 1912.

Déjà en mai on avait constaté la tendance à diminuer de nos compensations, cette tendance s'est accusée en juin. La diminution des compensations est attribuable à la tension monétaire qui a mis obstacle aux opérations spéculatives de Bourse. Il est au surplus intéressant de signaler que la diminution des compensations de Toronto est neuf fois plus grande que celle de Montréal, ce qui tend à démontrer que la crise est plus grave dans la capitale d'Ontario que chez nous.

La statistique mensuelle des compensations se lit comme suit.—

	1913	1912
Janvier	\$247,912,102	\$207,216,549
Février	210,727,399	189,650,913
Mars	207,856,733	175,780,541
Avril	238,081,963	222,790,181
Mai	248,446,965	247,675,899
Juin	242,716,771	245,227,409

Total ... .. \$1,395,741,933 \$1,288,341,492

Toronto, 1er.—Les compensations de juin, comme celles de mai, accusent une diminution sur celles du mois correspondant du précédent exercice.

Les compensations du semestre sont cependant supérieures de \$31,000,000 à celles du semestre correspondant du précédent exercice. Les compensations de juin sont de \$18,000,000 inférieures à celles de juin précédent.

La statistique comparative des compensations de juin et du semestre se lisent comme suit:—

Juin 1913	\$ 175,082,536
Juin 1912	192,814,905
Semestre 1913	1,080,151,975
Semestre 1912	1,050,259,947

Les recettes nettes de mai du St-Paul accusent une augmentation de \$588,388. Pour les onze mois écoulés de l'exercice en cours, l'augmentation se chiffre par \$9,188,608. L'exercice s'est clos hier sur la perspective que les recettes équivaldront à 7½ pour cent du capital.

### Les profits du Pacifique ont diminué.

Les profits de cette compagnie pour le mois de mai sont en baisse comme l'indique l'état qu'elle a publié samedi dernier.

Ils sont de \$3,504,029, contre \$3,680,515 en mai 1912. Du 1er juillet au 31 mai, les profits nets sont de \$42,618,119 en 1913, contre \$39,451,640 en 1912. Aussi les profits nets, en mai 1913, sont en perte de \$176,485, tandis que du 1er juillet au 31 mai, il y a une augmentation de \$3,166,479.

## INFORMATIONS FINANCIERES

Actions Ordinaires et Actions Privilégiées	Capital payé	Réserve	Pair des Actions	Taux du dernier Dividende	Dernière cote	
					Au 24 juin	Au 2 juillet
<b>BANQUES</b>						
Banque de Montréal .....	\$15,975,220	\$16,000,000	\$100.00	10%	225	225
Banque de Québec .....	2,500,000	1,250,000	100.00	7%	122	.....
Banque de la Nouvelle-Ecosse .....	3,998,460	7,497,412	100.00	14%	.....	258½
Banque de Toronto .....	4,941,455	5,941,455	100.00	11%	.....	.....
Banque Molson .....	4,700,000	4,700,000	100.00	11%	195	193½
Banque Nationale .....	2,000,000	1,400,000	100.00	8%	134	188
Banque des Marchands du Canada .....	6,547,159	5,400,000	100.00	10%	188	.....
Banque Provinciale .....	1,000,000	500,000	100.00	6%	.....	.....
Banque Union du Canada .....	4,952,190	3,076,095	100.00	8%	.....	136¼
Banque Canadienne du Commerce .....	15,000,000	12,500,000	50.00	10%	202	202
Banque Royale du Canada .....	7,661,060	8,607,166	100.00	12%	215½	215
Banque d'Hochelaga .....	2,885,340	2,650,000	100.00	9%	.....	154
Banque d'Ottawa .....	3,500,000	4,000,000	100.00	12%	.....	.....
Banque Impériale du Canada .....	6,000,000	6,000,000	100.00	12%	.....	.....
Banque Internationale du Canada .....	1,320,439	.....	100.00	.....	.....	.....
<b>CHEMINS DE FER</b>						
Canadian Pacific Railway (Ordinaires) .....	180,000,000	Débitures 146,283,497	100.00	10%	218¼	215
Duluth S.S. & A. Railway (Ordinaires) .....	12,000,000	.....	100.00	.....	.....	.....
do do do (Préférentielles) .....	10,000,000	.....	100.00	.....	.....	.....
Minn. St. Paul & Soo Railway (Ordinaires) .....	20,832,000	.....	100.00	7%	124¼	123
do do do (Préférentielles) .....	10,416,000	.....	100.00	7%	.....	.....
<b>TRAMWAYS ELECTRIQUES</b>						
Detroit United Railway .....	12,500,000	21,887,000	100.00	5%	66½	66
Duluth Superior Traction .....	3,500,000	2,500,000	100.00	5%	.....	.....
Halifax Electric Railway .....	1,400,000	600,000	100.00	7%	.....	.....
Havana Electric Railway (Ordinaires) .....	7,500,000	.....	100.00	.....	.....	.....
do do do (Préférentielles) .....	5,000,000	.....	100.00	6%	.....	.....
Illinois Traction (Ordinaires) .....	9,564,000	.....	100.00	.....	.....	.....
do do (Préférentielles) .....	5,000,600	24,957,813	100.00	6%	84	.....
Mexican Light & Power (Ordinaires) .....	13,585,000	.....	100.00	4%	65	.....
do do do (Préférentielles) .....	2,400,000	.....	100.00	7%	.....	.....
Montreal Street Railway .....	10,000,000	4,420,000	100.00	10%	.....	.....
Porto Rico Railway .....	3,000,000	2,941,500	100.00	.....	.....	.....
Québec Railway, Light & Power .....	9,300,500	8,654,400	100.00	.....	12	11
St. John Railway .....	800,000	.....	100.00	6%	.....	.....
Brazilian .....	10,000,000	6,000,000	100.00	10%	87	85½
Toledo Railway & Light .....	12,000,000	13,257,000	100.00	.....	.....	.....
Toronto Railway .....	8,000,000	3,992,326	100.00	7%	136½	135
Tri-City Railway & Light (Ordinaires) .....	9,000,000	.....	100.00	.....	.....	.....
do do do (Préférentielles) .....	2,825,000	8,068,000	100.00	6%	.....	.....
Twin City Rapid Transit (Ordinaires) .....	20,100,000	19,503,000	100.00	6%	102¼	102½
do do do (Préférentielles) .....	3,000,000	.....	100.00	7%	.....	.....
Winnipeg Electric Street Railway .....	6,000,000	5,578,000	100.00	10%	191	190
<b>VALEURS INDUSTRIELLES</b>						
Canadian Car & Foundry (Ordinaires) .....	3,500,000	.....	100.00	8%	70	65
do do do (Préférentielles) .....	5,000,000	3,500,000	100.00	7%	.....	109
Canada Cement (Ordinaires) .....	13,500,000	.....	100.00	.....	27¾	27¼
do do do (Préférentielles) .....	10,500,000	5,000,000	100.00	7%	89½	90
Canadian Converters .....	1,733,500	474,000	100.00	.....	42	41
Dominion Steel Co. .....	35,000,000	.....	100.00	4%	46½	46½
Dominion Textile Co. (Ordinaires) .....	5,000,000	.....	100.00	6%	80½	79¾
do do (Préférentielles) .....	1,859,030	3,040,275	100.00	7%	100	.....
Lake of the Woods Milling Co. (Ordinaires) .....	2,100,000	.....	100.00	8%	125	127¾
do do do (Préférentielles) .....	1,500,000	1,000,000	100.00	7%	113	.....
Montreal Cottons Ltd (Ordinaires) .....	3,000,000	500,000	100.00	8%	57	57
do do do (Préférentielles) .....	.....	.....	.....	.....	101	98
Nova Scotia Steel & Coal (Ordinaires) .....	6,000,000	.....	100.00	5%	72½	70
do do do (Préférentielles) .....	1,030,000	6,000,000	100.00	8%	.....	.....
Ogilvie Flour Mills Co. (Ordinaires) .....	2,500,000	.....	100.00	8%	112	112
do do do (Préférentielles) .....	2,000,000	457,263	100.00	7%	111	.....
Penmans, Limited (Ordinaires) .....	2,150,600	.....	100.00	4%	52	53½
do do (Préférentielles) .....	1,075,000	2,000,000	5.00	6%	.....	.....
<b>DIVERS</b>						
Bell Telephone Co. .....	12,500,000	3,649,000	100.00	8%	141½	142
Mackay Companies (Ordinaires) .....	50,000	.....	100.00	5%	77½	.....
do do (Préférentielles) .....	50,000,000	.....	100.00	4%	66	65
Montreal Light, Heat & Power .....	17,000,000	10,107,000	100.00	8%	211¾	211
Montreal Telegraph .....	2,000,000	100,000	100.00	8%	.....	.....
Ottawa Light, Heat & Power Co. .....	1,511,500	730,000	100.00	6%	152	150
Richelleu & Ontario Navigation Co. .....	3,132,000	1,123,573	100.00	6%	106¾	107¼
Shawinigan Water & Power Co. .....	7,000,000	5,000,000	100.00	4%	124½	124
<b>MINES</b>						
Crown Reserve .....	1,999,957	.....	1.00	60%	3.48	3.40
International Coal Mining (Ordinaires) .....	500,000	.....	100.00	7%	4	.....
do do do (Préférentielles) .....	219,700	.....	100.00	7%	7	.....



**KING BUG:** WELL BOYS ! I KNEW SOMETHING FEARFUL WAS BOUND TO HAPPEN WHEN I HEARD THE CANADA PAINT COMPANY WERE SHIPPING THEIR PARIS GREEN TO THESE PARTS.

# Maintenant c'est le moment de vérifier votre stock de VERT de PARIS

C'est maintenant la saison où l'on commence à vendre du Vert de Paris. Chaque marchand devrait en tenir un approvisionnement important. Car, quand les clients en ont besoin, ils veulent en avoir tout de suite et ne peuvent attendre. Examinez votre stock et demandez nos prix ; comme manufacturiers de Vert de Paris pur, nous pouvons faire promptement nos livraisons.

## (C.P.) Vert de Paris Pur (Sec)

C'est un vert très foncé, d'une composition très finie de sorte qu'il reste constamment en suspension et n'adhère pas aux bords à ouverture étroite qu'on emploie pour arroser. Ce vert est sur le marché depuis nombre d'années et c'est probablement le Vert le plus généralement connu au Canada.

Par suite de sa bonne qualité, il s'est assuré une place prédominante au marché du Vert de Paris. Les fermiers et tous ceux qui ont besoin d'un produit de ce genre l'achètent régulièrement. Il est conforme à l'étalon établi par le gouvernement Canadien ; à vrai dire, il est supérieur à l'étalon du Gouvernement. Il est livré comme suit :

Paquets de $\frac{1}{2}$ lb. 100 lbs. en caisse	Paquets de 1 lb. 100 lbs. en caisse	Boîtes de 1 lb. 100 lbs. en caisse	Caisses en forme de tambour 25 lbs.	Caisses en forme de tambour 50 lbs.	Caques 250 lbs.	Barils 600 lbs.
--	--	---	---	---	--------------------	--------------------

PRIX ENVOYES SUR DEMANDE.



**PAINTS & VARNISHES  
STAINS, ENAMELS, COLORS**  
a finish for every surface  
THE CANADA PAINT CO. LTD. MONTREAL, TORONTO, WINNIPEG.

Importateurs de  
**Glaces Epaisées**  
VERRE A VITRES,  
VERRE CATHEDRALE  
uni et gravé,  
VERRE BRUT  
(cast)  
Rayé,  
Armé,  
etc.

Manu-  
facturiers  
de  
MIRROIRS,  
VITRES  
PLOMBÉES,  
VITRES ORNE-  
MENTÉES,  
GLACES BISEAUTÉES,  
DESSUS DE MEUBLES, etc.

**J. P. O'SHEA & Cie.**

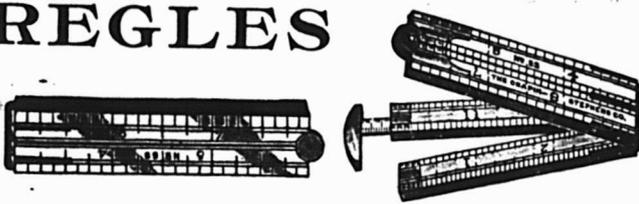
Tel. Bell, EST 430 et 3751  
COIN PERREault & STE - AGATHE,  
MONTREAL, Can.

**Tôles Galvanisées**  
**"Queen's Head"!**  
Le type du genre depuis un demi-siècle.  
Jamais égalées comme qualité.

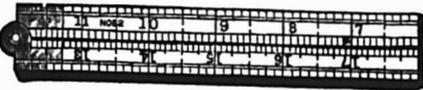
CANADA  
**A. C. LESLIE & CO., LIMITED.**  
MONTREAL

**Feutre et Papier**  
N'IMPORTE QUELLE QUANTITÉ  
Toitures Goudronnées (Roofing) prêtes à poser, 2 et 3 plis  
Papiers de Construction. Feutre à Doubler et à Tapisser  
Produits du Goudron. Papier à Tapisser et à Imprimer  
Papier d'Emballage Brun et Manille.  
Fabricants du Feutre Goudronné  
**"BLACK DIAMOND"**  
**Alex. McArthur & Co., Limited**  
82 RUE MCGILL, MONTREAL  
Manufacture de Feutre pour Toitures: Rues du Havre et Logan  
Moulin papier, Joliette, Qué.

**REGLES**



Plus de 200 Styles.  
La meilleure qualité.

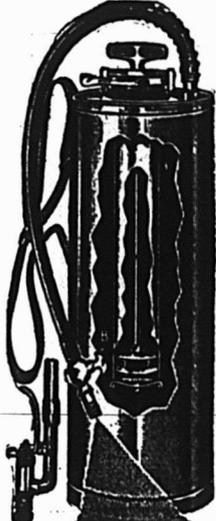


**THE CHAPIN-STEPHENS CO.**  
UNION FACTORY  
PINE MEADOW, CONN., E. U. A.  
SMITH HDWE. CO., LTD. Agts., MONTREAL, CANADA.

**LES MOUCHES A PATATES**  
vont se mettre à l'oeuvre.  
Tout cultivateur de pommes de terre aura besoin  
de notre  
**ARROSOIR**  
A air Comprimé  
**AUTOMATIQUE**  
L'Arrosoir à main le plus commode qu'il y ait  
sur le marché.

Envoyez-nous une carte; nos prix spéciaux pour  
les marchands vous intéresseront.

**CAVERS BROS.**  
Manufacturiers  
GALT - - - Ontario.



**QUELQUE CHOSE DE MIEUX ET DE DIFFÉ-  
RENT EN FAIT DE POMPE POUR MESURER  
AUTOMATIQUEMENT DE LA GAZOLINE.**

Il a fallu des années d'expérience pour  
produire ces pompes et nous sommes  
persuadés qu'elles sont les meilleures au  
Canada.

Nos pompes sont à double action—elles  
pompe lorsque le piston descend comme  
quand il monte; c'est la seule pompe  
qui fonctionne ainsi.

Elles videront un gallon par 4½ tours de  
de manivelle et approvisionneront un  
automobile de gazoline en juste moitié  
moins de temps lorsqu'on se sert de  
toute autre pompe à mesure automatique.

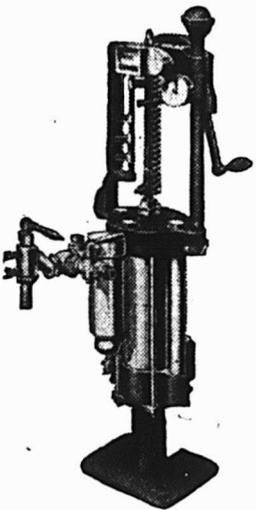
Notre pompe a une course de piston de 8  
pouces tandis que les autres en ont une  
de 13½ pouces, par suite c'est la pompe  
qui fonctionne le plus facilement et le  
plus rapidement de toutes celles qui sont  
sur le marché. On peut démonter toutes  
les valves de cette pompe — vous n'avez  
pas à déplier cette pompe, si quelque  
chose fonctionne mal.

Nos prix pour des installations complètes  
devraient vous intéresser, ce sont  
les plus bas—sur le marché.

Vendues avec garantie.

Notre rep éstantant est parti pour l'Ouest  
au début de ce mois pour établir des  
agences dans quatre provinces de l'Ouest.  
Nous avons aussi besoin de Distributeurs  
pour les Provinces Maritimes. Ecrivez-  
nous.

*Demandez-nous par lettre notre catalogue pour les pompes et réservoirs  
mesurant automatiquement.*



**THE STEEL TROUGH & MACHINE CO.**  
LIMITED.  
TWEED, ONTARIO.

# Ferronnerie, Quincaillerie, Peinture Matériaux de Construction, Etc.

## LES TENDANCES DE NOTRE EPOQUE.

Il n'est pas possible d'avoir une claire compréhension de nos problèmes actuels, qu'ils soient sociaux, politiques ou économiques, si on ne reconnaît pas d'abord que le vieil ordre des choses est maintenant l'apanage du passé et que nous voguons maintenant définitivement vers des aventures nouvelles et surprenantes. Ceux qui se plaisent encore à s'imaginer que les procédés du temps passé seront de nouveau mis un jour en pratique ne rêvent que chimères, billevesées.

C'est également se tromper étrangement que de croire que la tendance prédominante en ce moment est vers la destruction uniquement parce que l'on insiste sur la démolition de certains édifices ruinés par le temps et cela pour construire sur les emplacements qu'ils occupent des "grate-ciel" modernes.

C'est là la caractéristique essentielle de la pensée progressive du jour qu'elle veut construire quelque chose et c'est aussi dans cela que réside ses plus fortes chances de succès.

L'origine du trouble de nos affaires depuis 1907 a été plutôt mentale que matérielle et il faut chercher le remède à cet état de choses dans la même source. En ce qui concerne la masse du public, elle a résolu définitivement la question du choix des marchandises qu'il lui faut et de la manière de les obtenir, et personne quelque peu au courant de l'histoire ne peut garder aucun doute au sujet du résultat. Ceux d'entre nous qui veulent réellement arriver à quelque chose et ne pas perdre du temps à de vagues prophéties feraient mieux de se donner quelque idée des faits qui auraient une influence décisive sur le résultat final.

Au milieu de tout le fras d'arguments opposés et des contre-courants de pensée, une ou deux choses restent bien en évidence, sauf pour ceux qui veulent absolument ne rien voir. Il est tout à fait sûr que chaque industrie doit faire des efforts sans compter sur les autres, prospérer ou mourir. Le privilège et le monopole sont devenus synonymes de condescension et d'avidité.

Nous revenons peu à peu à ces idées et à ces moyens primitifs qui ont rendu célèbres l'indépendance et la bonne foi américaines.

Les combinaisons, commissaires, etc., seront par suite utiles simplement comme sujets de tirades de politiciens ou comme intrigues pour des opéras comiques. Il est également évident que les problèmes d'affaires, sociaux et politiques, sont de la même nature et seront résolus surtout en tenant compte des tendances de la nature humaine. Les gens d'affaires trouveront que le seul remède est de mettre eux-mêmes la main à la pâte au lieu de le faire faire par procuration, comme dans le passé.

Mais la nécessité pressante de l'heure présente, c'est de comprendre mieux et plus impartialement les buts et les projets de ceux qui cherchent à adopter les moyens actuels et les institutions aux exigences modernes et de sympathiser avec eux. Il y a une tendance dans certaines régions des Etats-Unis à prendre une attitude critique au sujet de mouvements que les gens qui critiquent ne connaissent pas et ne comprennent pas. Malheureusement, ceux qui prennent cette attitude font généralement partie de cette classe d'individus qui restent trop chez eux. Une large démocratie et de bonnes affaires sont des termes qui vont devenir de plus en plus synonymes dans la formation mentale de toute affaire commerciale ou industrielle. Personne n'est plus intéressé dans le mouvement par lequel cherche à améliorer l'homme, tel qu'on le rencontre journallement, que le marchand de ferronnerie, car il gagne sa vie surtout en vendant au propriétaire d'une maison et au fermier.

### Prix modérés pour les articles patentés.

La décision rendue récemment publique au sujet du contrôle des prix des articles patentés est d'un grand intérêt pratique. Elle sera étudiée avec le plus grand soin par les manufacturiers et marchands, dont tant envisagent d'un oeil favorable la question de la modération des prix. Il s'agit de savoir si le détenteur d'une patente a le droit de contrôler les prix auxquels l'article patenté doit être vendu au public.

## LA LECTURE DES JOURNAUX COMMERCIAUX.

Il y a quelque temps nous entendions un quincaillier déclarer qu'il n'avait pas grande confiance dans l'utilité de la lecture des journaux commerciaux. Un pareil avis avancé ne se peut soutenir; cependant, il est vrai que trop de gens partagent cet avis et par suite ne retirent pas des publications périodiques tous les avantages qu'ils en devraient retirer.

Les gens qui reçoivent aujourd'hui les plus forts salaires sont ceux qui réfléchissent le plus et dont la conception commerciale est la plus nette. Mais il va sans dire que si ces gens-là ne mettaient pas en pratique leurs idées, ils ne pourraient pas gagner leurs salaires.

On demande de plus en plus dans le commerce de quincaillerie des gens plus instruits, car grâce à leurs connaissances plus approfondies on reconnaît des occasions d'affaires qui ont pour effet d'améliorer les conditions. Il n'est pas rare de voir des propriétaires de magasins de ce genre faire de longs voyages ou envoyer quelques-uns de leurs employés les plus capables à la recherche d'idées nouvelles et d'occasions qui leur permettent d'augmenter les revenus qu'ils retirent de l'exploitation de leur magasin. Il arrive, malheureusement, trop souvent qu'on se contente de jeter un coup d'oeil sur un magazine commercial, on regarde une gravure puis on le jette sur un bureau quelconque en attendant qu'un commis le mette dans le panier aux déchets.

Vous remarquez, dans la plupart des cas, que ceux qui agissent ainsi se demandent toujours avec étonnement pourquoi leurs concurrents s'assurent la meilleure clientèle, pourquoi ils ont les méthodes les plus modernes pour la vente ou les meilleurs étalages aux vitrines.

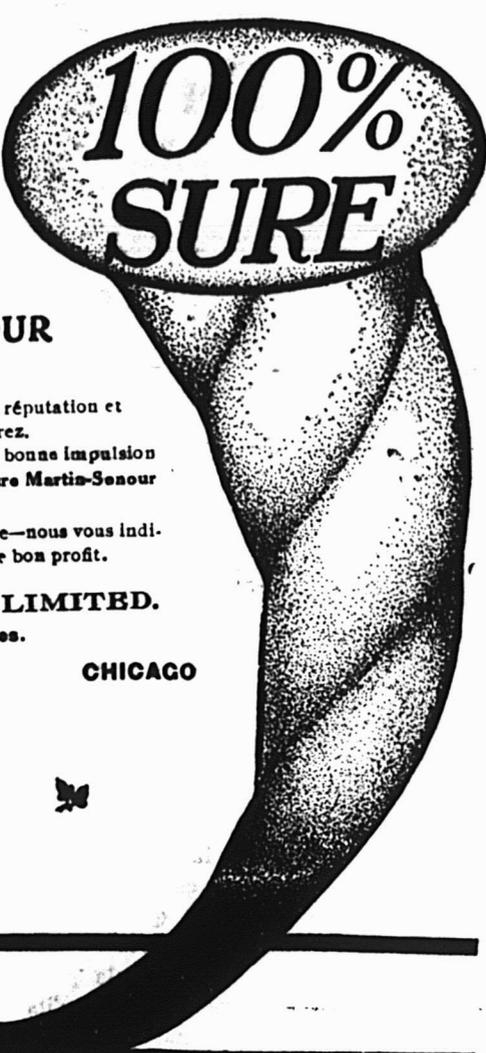
Voici réellement ce qu'il vous faudrait faire: emporter votre revue commerciale à votre domicile, là où vous avez amplement le temps de la lire et de vous assimiler les idées qu'elle met en avant.

Il est facile de constater que les vendeurs qui en usent ainsi sont ceux qui gagnent du terrain sur leurs concurrents et que ce sont eux qui sont le mieux renseignés au sujet des spécialités que les manufacturiers ont à mettre en vente.



**100%  
PURE**

Travaillez pour le profit, Monsieur le Marchand, aussi ardemment qu'il vous plaira—le profit est nécessaire—mais soyez sûr de ne pas sacrifier la qualité pour faire un petit gain supplémentaire; vous pourriez ainsi ruiner votre réputation. Maintenez votre réputation au-dessus de tout reproche en vendant une **bonne peinture** et vous obtiendrez le bon profit qu'une bonne peinture procure toujours.



**100%  
SURE**

### La Peinture MARTIN-SENOUR

**PURE AU 100, %**

est la bonne peinture qui vous rapportera le bon profit. Votre réputation et vos affaires s'amélioreront avec chaque canistre que vous vendrez.

**Morale :** Prenez l'Agence pour les Ventes—puis donnez une bonne impulsion à la vente de la Bonne Peinture et obtenez le bon profit. La Peinture Martin-Senour vous attirera de fortes affaires.

Ecrivez aujourd'hui même—dites que vous désirez avoir l'Agence—nous vous indiquerons comment faire pour l'obtenir et nous vous aiderons à faire le bon profit.

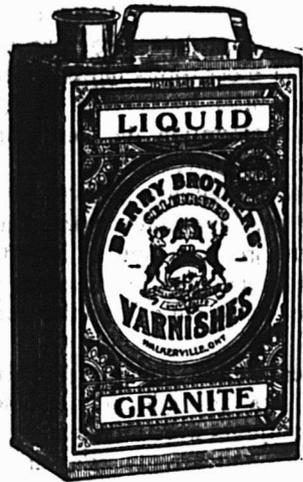
**THE MARTIN-SENOUR Co., LIMITED.**

Les Pionniers de l'Industrie des Peintures Pures.

MONTREAL.

TORONTO.

CHICAGO



## Vous devriez insister pour avoir ce vernis à plancher.

Le fameux "Liquid Granite" de Berry Brothers est l'étalon depuis des générations. Il résiste bien à toutes les plus rudes épreuves de durée et de détérioration.

Il a un bon aspect, une bonne durabilité et est le produit d'une expérience de 55 ans. Ce n'est pas tant le montant que vous payez que ce qu'on vous vend qui détermine la valeur d'un vernis.

Le "Liquid Granite" est un vernis d'une si remarquable souplesse et élasticité que, bien que le bois recouvert de ce vernis puisse se bossuer à la suite d'un coup, le vernis cèdera sans craquer et si on le lave à l'eau savonneuse il n'en sera pas affecté. Si vous achetez le "Liquid Granite" de Berry Brothers, vous **SAVEZ** que vous avez un produit de qualité--pourquoi faire des essais avec quelque chose qu'on **PRÉTEND** être aussi bon?

**1858**

**BERRY BROTHERS**

**1913**

Les plus grands manufacturiers de vernis du monde entier.

WALKERVILLE,

ONTARIO

# (Ferronnerie) Marché de Montréal

## LA SITUATION.

Somme toute, la situation des marchands de gros et importateurs de ferronnerie ne s'est pas modifiée au cours de la dernière huitaine. Les prix restent fermes. Un seul changement notable dans les prix: les vis à bois se vendent meilleur marché. Leur prix a baissé de 7½ pour cent. Les affaires restent très actives et le contentement est général.

Nous cotons:

## PLOMBERIE

### Tuyaux de plomb

Les prix sont de 7.50 moins 10% pour tuyaux en plomb et de 9.00 pour tuyaux de plomb composition moins 10%.

Tuyaux de renvoi en font et acces-

### soires

Les escomptes sur les prix de la liste sont: tuyaux légers, 60%; tuyaux moyens et extra-forts, 65%, et accessoires légers, moyens et extra-forts, 70%.

### Tuyaux en fer

Nous cotons, prix de la liste:

¼	100 pieds	6.00
⅜	100 pieds	6.00
½	100 pieds	8.50
¾	100 pieds	11.50
1	100 pieds	17.00
1¼	100 pieds	23.00
1½	100 pieds	27.50
2	100 pieds	37.00
2½	100 pieds	58.50
3	100 pieds	76.50
4	100 pieds	109.00
3½	100 pieds	92.00

### Tuyaux galvanisés

Nous cotons prix de liste:

¼	100 pieds	6.00
⅜	100 pieds	6.00
½	100 pieds	8.50
¾	100 pieds	11.50

1	100 pieds	17.00
1¼	100 pieds	23.00
1½	100 pieds	27.50
2	100 pieds	37.00
2½	100 pieds	58.50
3	100 pieds	76.50
3½	100 pieds	92.00
4	100 pieds	109.00

Les escomptes sont les suivants:

Tuyaux noirs: ¼ pouce et ½ pouce, 63 p.c.; ¾ pouce, 69 p.c.; 1 à 4 pouces, 72½ p.c.

Tuyaux galvanisés: ¼ à ½ pouce, 48 p.c.; ¾ pouce, 59 p.c.; 1 à 4 pouces, 62½ p.c.

### Tuyaux en acier

2 pouces	100 pieds	9.60
2½ pouces	100 pieds	12.25
3 pouces	100 pieds	13.30
3½ pouces	100 pieds	15.55
4 pouces	100 pieds	19.80

### Fer-blanc Charcoal

Nous cotons: 1 c. 14 x 20 4.65

### Fer-blanc en feuilles

X. Extra par X et par cse 1.00  
suivant qualité.

(Caisse de 112 feuilles, 108 lbs. net)

Au coke — Lydbrook ou égal

IC. 14 x 20. base bte 4.45

(Caisse de 112 feuilles, 108 lbs. net)

Au Charbon—Terne-Dean ou égal

IC. 20 à 28 bte 8.25

(Caisse de 112 feuilles, 216 lbs. net)

(Caisse de 560 lbs.)

XX. 14 x 60. gauge 26 lb. 0.07 0.07½

### Feuilles étamées

72 x 30 gauge 24, 100 lbs. 8.50

72 x 30 gauge 26, 100 lbs. 9.00

### Tôles galvanisées "Canada"

Nous cotons: 52 feuilles, \$4.75; 60 feuilles, \$5.00.

## Tôles noires

### Feuilles:

22 à 24	2.65
26	2.75
28	2.85

### Tôles galvanisées

Nous cotons à la caisse:

	Gorbals	Queens	Fleur de Lis
	Best Best	Comet	Head
28 G	4.50	3.95	4.50
26 G	4.30	3.50	4.30
22 à 24 G	3.85	3.45	3.85
16-20	3.75	3.20	3.75

Les prix de la marque Comet sont plus tôt à la hausse.

### Apollo

10½ oz=28 Anglais	4.35
28 G.=Anglais	4.10
26 G.	3.85
24 G.	3.60
22 G.	3.60
16 à 20 G.	3.45

Moins d'une caisse, 25c de plus par 100 livres.

28 G. Américain équivaut à 26 G. Anglais.

Petite tôle 18 x 24 52 feuilles 4.45  
Petite tôle 18 x 24 60 feuilles 4.70

### Soudure

Les prix sont plus élevés de 1c par lb. Nous cotons: barre demi et demi, garantie, 30½; do., 27½. "Wiping", métal pour plombiers.

## QUINCAILLERIE

### Boulons et noix

Très ferme et à la hausse.

Nous cotons:

Boulons à voitures Norway (\$3.00) 50 et 10 p.c.  
Boulons à voitures carrés (\$2.40) 60 et 10 p.c.  
Boulons à voitures (\$1.00): grandeurs, ½ et moindres, 60 et 10 p.c.; 7/16 et au-dessus, 55c.

# CARTOUCHES CANADIENNES

## FABRIQUEES DANS LA PROVINCE DE QUEBEC

L'intelligence canadienne et le capital canadien fabriquent et vendent les Cartouches Dominion. Voulez-vous réaliser de bons profits? Voulez-vous satisfaire vos clients? Demandez à votre fournisseur en gros les cartouches

ayant le



sur la boîte.

Votre fournisseur en gros le connaît. Vos clients le connaissent et vous devriez le connaître car il représente les meilleures cartouches manufacturées suivant les méthodes les plus perfectionnées.

**DOMINION CARTRIDGE CO., Limited.**

= =

**Montréal, P.Q.**

Dépt. 821.

Boulons à machine, 1 pce et au-dessous 60c.  
 Ball 100 lbs. 11.20  
 Boulons à machine, 7/16 pce et au-dessous, 57½c.  
 Boulons à lisse, 1 et plus petits, 60 et 55 et 10 p.c.  
 Boulons à lisse, 7/16 et plus gros, 50 et 5 p.c.

#### Noix par boîtes de 100 lbs.

Nous cotons:  
 Noix carrés 4c la lb. de la liste  
 Boulons à charrue, 50 et 10 p.c.  
 La broche barbelée est cotée \$2.42½ les 100 livres à Montréal.

#### Crampes à clôtures

Fer poli \$2.60  
 Fer galvanisé 2.80

#### Broches pour poulaillers

½ x 20 x 30" 4.10  
 ½ x 30 x 36" 4.75  
 ½ x 22 x 24" 5.00  
 ½ x 22 x 30" 6.30  
 L'escompte est de 50 p.c. sur la liste.  
 ½ x 20 x 24" 3.40  
 ½ x 22 x 36" 7.50

#### Broche galvanisée, etc.

Nous cotons:  
 No 9 les 100 lbs. 2.30  
 No 12 les 100 lbs. 2.45  
 No 13 les 100 lbs. 2.55  
 Poli brûlé:  
 No 9 à 9 les 100 lbs. 2.35  
 No 10 les 100 lbs. 2.35  
 No 11 les 100 lbs. 2.42  
 No 12 les 100 lbs. 2.60  
 No 13 les 100 lbs. 2.70  
 No 14 les 100 lbs. 2.80  
 No 15 les 100 lbs. 2.85  
 No 16 les 100 lbs. 3.00  
 Brûlé, p. tuyaux 100 lbs. No 18 3.85  
 Brûlé, p. tuyaux 100 lbs. No 19 4.70  
 Extra pour broche huilée, 10c p. 100 lbs.

#### Broche à foin

La demande est faible.  
 Nous cotons net:  
 Marché très ferme.  
 No 13, \$2.40; No 14, \$2.45, et No 15, \$2.55. Broche à foin en acier coupé de longueur, escompte 25 p.c. sur la liste.

#### Plaques d'acier

½ pouce 100 livres 2.40  
 3/16 pouce 100 livres 2.70

#### Zinc en feuilles

Le marché est ferme.  
 Nous cotons: \$8.25 à \$8.50 les 100 lbs.

#### Coudes pour tuyaux

Nous cotons à la doz.: coudes ronds ordinaires 75 feuilles, \$1.10; 60 feuilles, \$1.35, et polis, 60 feuilles, \$1.60.

#### Broche moustiquaire

Fort demande.  
 Nous cotons: broche noire, \$1.55 par rouleau de 100 pieds.

#### Broquettes

Pour boîtes à fraises 75 et 12½ p.c.  
 Pour boîtes à fromage 85 et 10 p.c.  
 A valises 80 et 12½ p.c.  
 A tapis, bleues 80 p.c.  
 A tapis, étamées 80 et 15 p.c.  
 A tapis, en barils 40 p.c.  
 Coupées bleues, en doz. 75 et 12½ p.c.  
 Coupées bleues et ½ p.c.

santeur 60 p.c.  
 Sweeden, coupées, bleues et ornées, en doz. 75 p.c.  
 A chaussures, en doz. 50 p.c.  
 A chaussures, en uqts 1 lb. 60 et 10 p.c.

#### Clous de broche

Nous cotons: \$2.40 prix de base, f.o.b., Montréal.

#### Clous coupés

Nous cotons: prix de base, \$2.60 f. o. b., Montréal.

#### Clous à cheval

Nous cotons par boîte: No 7, \$2.90; No 8, \$2.75; No 9, \$2.60; No 10, \$2.50, avec escompte de 10 p.c.

#### Fers à cheval

Nous cotons f.o.b., à Montréal:  
 Neverslip crampons, ½ le cent 3.80  
 No 2 No 1  
 et plus et plus  
 grand petit  
 Fers ordinaires et pesants, le qrt 3.90 4.15  
 Neverslip crampons 7/16, le cent 2.40  
 Neverslip crampons ½, le cent 2.60  
 Neverslip crampons 9/16, le cent 2.80  
 Neverslip crampons 5/16, le cent 2.00  
 Neverslip crampons ¾, le cent 2.20  
 Fer à neige, le qrt 4.15 4.40  
 New Light Pattern, le qrt 4.35 4.60  
 Fer "Toe Weight" No 1 à 4 6.75  
 Featherweight No 0 à 4 5.75  
 Fers assortis de plus d'une grandeur au baril. 10c à 25c extra par baril.

#### Chaînes en fer

Très ferme.  
 On cote par 100 lbs.:  
 3/16 No 6 10.00  
 3/16 exact 5 8.50  
 3/16 full 5 7.00  
 ½ exact 3 6.50  
 ½ 6.50  
 5/16 4.40  
 ¾ 3.90  
 7/16 3.80  
 1 3.70  
 9/16 3.60  
 1 3.40  
 1 3.30  
 1 3.30  
 1 3.30

#### Vis à bois

Les escomptes à la liste sont de  
 Tête plate, acier 85 10 p.c.  
 Tête ronde, acier 80 10 p.c.  
 Tête plate, cuivre 75 10 p.c.  
 Tête ronde, cuire 70 10 p.c.  
 Tête plate, bronze 70 10 p.c.  
 Tête ronde, bronze 65 10 et 7½ p.c.

#### Fanaux

Nous cotons:  
 Wright No 3 doz. 8.50  
 Ordinaires doz. 4.75  
 Dashboard C. B. doz. 9.00  
 No 2 doz. 7.00  
 Peints, 50c extra par doz.

#### Tordeuses à linge

Nous cotons:  
 Royal Canadian doz. 47.75  
 Colonial doz. 52.75  
 Safety doz. 56.25  
 E. Z. E. doz. 51.75  
 Rapid doz. 46.75  
 Paragon doz. 54.00  
 Bievle doz. 60.50  
 Moins escompte de 20 p.c.

#### Munitions

L'escompte sur les cartouches canadiennes est de 30 et 10 pour cent.

#### Plomb de chasse

Nous cotons net:  
 Ordinaire 100 lbs. 10.00  
 Chilled 100 lbs. 10.40  
 Buck and Seal 100 lbs. 10.80

#### METAUX

##### Antimoine

Le marché est sans changement, \$10.25 à \$10.50.

##### Fonte

Nous cotons:  
 Carron Soft 25.50  
 Clarence No 3 24.50

##### Fer en barre

Plus ferme.  
 Nous cotons:  
 Fer marchand base 100 lbs. 2.15  
 Fer forgé base 100 lbs. 2.30  
 Fer fini base 100 lbs. 2.40  
 Fer pour fers à cheval base 100 lbs. 2.40  
 Feuillard mince 1½ à 2 pcs base 3.20  
 Feuillard épais No 10 base 2.25

##### Acier en barre

Nous cotons net, 30 jours:  
 Acier doux base 100 lbs. 0.00 2.25  
 Acier à rivets base 100 lbs. 2.10 2.25  
 Acier à lisse base 100 lbs. 0.00 2.25  
 Acier à bandage base 100 lbs. 0.00 2.25  
 Acier à machine base 100 lbs. 0.00 2.25  
 Acier à pince base 100 lbs. 0.00 2.95  
 Acier à ressorts base 100 lbs. 2.75 3.10

##### Cuivre en lingots

Le marché est fort.  
 Nous cotons \$18.75 les 100 lbs. Le cuivre en feuilles est coté à 27c la livre.

##### Etain en lingots

Nous cotons: 55c à 55½ les 100 livres. Ce métal se fait de plus en plus rare sur les marchés primaires et les expéditions diminuent.

##### Plomb en lingots

Plus fort.  
 Nous cotons: \$5.50 à \$5.75.

##### Zinc en lingots

La demande est très forte.  
 Nous cotons: \$7.50 à \$7.75 les 100 livres.

#### HUILES, PEINTURES ET VI-

##### TRERIE

##### Huile de lin

Fort demande et prix fermes.  
 Nous cotons au gallon, prix nets: huile bouillie 63c, huile crue 60c.

##### Huile de loup-marin

Nous cotons au gallon:  
 Huile extra raffinée 70c

##### Essence de térébenthine

Nous cotons 65c le gallon par quantité de 5 gallons et 70c le gallon par baril.

QUAND UN ARTICLE PORTE  
CETTE MARQUE,



Vous pouvez avoir  
Confiance en sa Qualité

---

United Shoe Machinery Company of Canada

Montréal, Qué.

# M. LE MARCHAND



Ne laissez pas vos clients compromettre la sécurité de leurs propriétés par l'emploi d'un Matériel à Toitures inférieur qui n'a de recommandable que son bon marché. "WHALE HIDE", voilà ce que devraient être les autres Matériaux à Toitures. Il est strictement de QUALITE. Il n'a sûrement pas de Supérieurs. Il est de beaucoup meilleur marché que ses EGAUX, mais un peu plus cher que ses INFERIEURS.

Nous sommes la seule et unique Compagnie Manufacturière de Matériel à Toitures du Canada capable d'établir un Prix de Vente en Détail du Matériel à Toitures.

**NOS MARCHANDS REALISENT \$1.00 DE PROFIT PAR CARRE.**

Nous ne confions la vente du "WHALE HIDE" qu'à Un Seul Marchand dans chaque ville.

Il nous faut un marchand dans chacune des villes de votre province.

**Dominion Roofing Co., Limited**

**TORONTO, ONT.**

**Wm. GRAY SONS & CAMPBELL, Distributeurs pour la Province de Québec, Montréal, 421 Rue Selby.**

## TOITURE



**Blanc de plomb**

Forte demande.

Blanc de plomb pur	8.25
Blanc de plomb No 1	7.60
Blanc de plomb No 2	7.40
Blanc de plomb No 3	6.95
Blanc de plomb No 4	6.75

**Pitch**

Nous cotons:

Goudron pur, 100 lbs.	0.70	0.80
Goudron liquide, brl	0.00	4.00

**Peintures préparées**

Nous cotons:

Gallon	1.45	1.90
Demi-gallon	1.50	1.95
Quart, le gallon	1.55	1.75
En boîtes de 1 lb.	0.10	0.11

**Verres à Vitres**

Les prix sont très fermes.  
Le marché Belge augmente continuellement ses prix.

Nous cotons: Star, au-dessous de 26 pouces uni: 50 pieds, \$1.85; 100 pieds, \$3.40; 26 à 40, 50 pieds, \$2.00; 100 pieds, \$3.60; 41 à 50, 100 pieds, \$4.00; 51 à 60, 100 pieds, \$4.25; 61 à 70, 100 pieds, \$4.50; 71 à 80, 100 pieds, \$5.00.

Double Diamond, 100 pieds: 0 à 25, \$5.00; 26 à 40, \$5.45; 41 à 50, \$6.25; 51 à 60, \$6.75; 61 à 70, \$7.25; 71 à 80, \$12.50; 81 à 85, \$7.75; 86 à 90, \$8.50; 91 à 95, \$10.00.

**Vert de Paris pur**

Forte demande.

Parils à pétrole	0.00	0.10
Drum de 50 à 100 lbs.	0.00	0.20

Drum de 25 lbs.	0.00	0.20
Boîtes de papier, 1 lb.	0.00	0.22
Boîtes de fer-blanc, 1 lb.	0.00	0.23
Boîtes papier, 1/2 lb.	0.00	0.24
Boîtes fer-blanc, 1/2 lb.	0.00	0.25

**Câbles et cordages**

Best Manilla	base lb.	0.00	0.17
British Manilla	base lb.	0.00	0.13
Sisal	base lb.	0.00	0.12
Lathyrn simple	base lb.	0.00	0.12
Lathyrn double	base lb.	0.00	0.12
Jute	base lb.	0.00	0.11
Coton	base lb.	0.00	0.25
Corde à châssis	base lb.	0.00	0.34

**Papiers de Construction**

Très ferme.

Nous cotons:

Jaune et noir, pesant	0.00	1.80
Jaune ordinaire, le rouleau	0.00	0.35
Noir ordinaire, le rouleau	0.00	0.43
Goudronné, les 100 lbs.	0.00	2.25
Papier à tapis, les 100 lbs.	0.00	2.60
Papier à couv., roul., 2 plis	0.00	0.75
Papier à couv., roul., 3 plis	0.00	0.95
Papier surprise, roul., 15 lbs.	0.00	0.40

**Charnières (couplets) No 840**

1 1/2 pouce	0.67
1 3/4 pouce	0.75
2 pouces	0.81
rils. sur char	2.10
2 1/2 pouces	0.92
2 3/4 pouces	1.07
3 pouces	1.30

**Nos 800 et 838**

1 pouce	0.32
1 1/2 pouce	0.37
1 3/4 pouce	0.48

1 1/2 pouce	0.59
2 pouces	0.67
2 1/2 pouces	0.76
2 3/4 pouces	0.81
2 1/2 pouces	0.95
3 pouces	1.07
3 1/2 pouces	1.49
4 pouces	2.12

Même escompte que pour toutes les charnières d'acier poli.

**FERRAILLES**

La lb.

Cuivree fort et fil de cuivre	0.00	0.11
Cuivre mince et fonds en cuivre	0.00	0.09
Laiton rouge fort	0.00	0.10
Laiton jaune fort	0.00	0.08
Laiton mince	0.00	0.06
Plomb	0.02	0.02
Zinc	0.00	0.03

La tonne

Fer forgé No 1	0.00	12.50
Fer fondu et débris de machines No 1	0.00	16.00
Plagues de poêle	0.00	12.50
Fontes et aciers malléables	0.00	9.00
Pièces d'acier	0.00	5.00

La lb.

Vieilles claques	0.00	0.00
------------------	------	------

**PLATRE**

Plâtre mêlé de sable. f.o.b., au char	5.50
Plâtre dur (Hard Wall). f. o. b., 20 tonnes et plus	10.50
Plâtre pur (Plaster Paris). en barils, sur char,	2.10



## Dans la Classe STANDARD,

Nous faisons une spécialité de toutes sortes d'Outils de Chantier, et nous pouvons exécuter vos commandes avec la plus grande promptitude.

### LES OUTILS DE CHANTIER DE

## “ PINK ”

Sont les outils modèles dans chaque province du Canada, en Nouvelle Zélande, en Australie, etc.; la légèreté, la force et la durabilité se combinent en eux de manière remarquable.

En vente chez les Marchands de Ferronnerie en Gros et en Détail, dans tout le Dominion.

Procurez-vous le Catalogue et la liste des Prix.

**THOS. PINK, Pembroke, Ontario.**

### CHAUDIERE HYGIENIQUE

Pour les déchets.

L'illustration ci-contre montre notre Chaudière Hygiénique Perfectionnée, pour les déchets. Elle est de la même grandeur et a la même forme que le bassin de cabinet le plus perfectionné.

Le couvercle ferme hermétiquement et ne laisse pas s'échapper la moindre senteur. Elle devrait se trouver dans tous les foyers.

CANADA WIRE &  
IRON GOODS CO  
Hamilton, Ont.



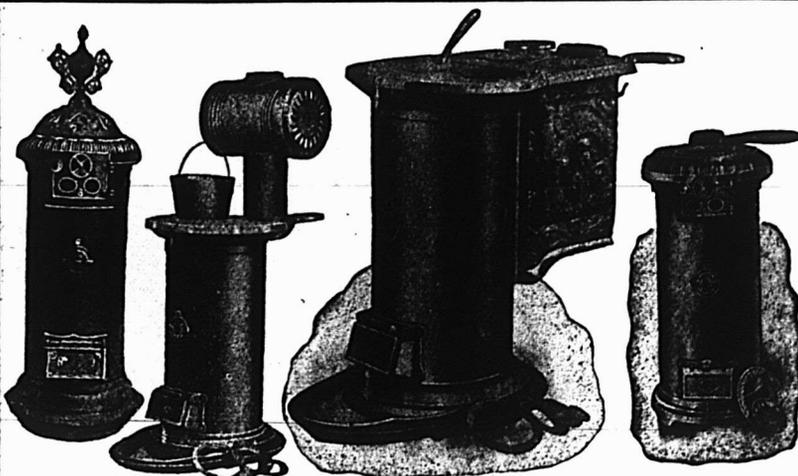
## Courroies Spéciales

Nos Courroies sont recouvertes de notre Ciment Imperméable et peuvent être exposées au froid ou à la chaleur sans danger d'être gâtées.

D. K. McLaren,  
Limited

351, rue St-Jacques,  
MONTREAL.

Tél. Main 4904-4905 et 7248



## Notre ligne de Poêles "Tortue" est complète sous tous les rapports.

La plus récente addition est le No 4 avec un grand fourneau en acier.

Si vous ne tenez pas déjà les poêles, nous espérons que vous admettrez l'opportunité de vous procurer des échantillons de ceux-ci. Il vous sera profitable de les avoir en magasin.

Ecrivez-nous pour les prix et autres informations.

**The Jas. Smart Mfg. Co., Limited,**  
**BROCKVILLE, Ont.**

**Ferronnerie, Quincaillerie, Peintures  
et Vernis, Huiles, Vitres, Matériaux  
de Construction, etc.**

**EN GROS SEULEMENT.**



**N**OS voyageurs sont actuellement en route pour vous visiter ; ils vous offriront les dernières nouveautés de l'année.

**R**ESERVEZ quelques minutes d'examen à leurs échantillons, ce ne sera pas du temps perdu pour vous.

**L**EUR collection d'articles est aussi complète que possible et présente un assortiment des plus variés.

**N**OS prix ont été établis avec soin, vous ne pouvez manquer de les trouver avantageux et nous espérons que vous voudrez bien nous donner la faveur de vos ordres, que nous remplirons à votre entière satisfaction.

---

---

**L. H. HEBERT & CIE., LIMITEE.**

IMPORTATEURS

297 et 299, rue St-Paul, --- MONTREAL.

# LA CONSTRUCTION

Durant la semaine terminée le 28 iuin, la ville a émis 60 permis de construire au coût total de \$439,350 pour les nouvelles constructions, et de \$13,700 pour les réparations.

Les chiffres ci-dessous en indiquent la répartition par quartier et donnent le coût approximatif de chaque construction, moins les détails des permis au-dessous de \$1,000.

Quartier.	Coût.
St-Denis .....	\$ 37,625
St-Henri .....	400
Duvernay .....	2,900
Delorimier .....	16,200
Notre-Dame de Grâces .....	18,000
St-Jacques .....	250
Laurier .....	51,225
Hochelaga .....	111,900
Mont-Royal .....	150
Rosemont .....	11,500
St-Louis .....	1,600
St-Jean-Baptiste .....	8,950
Emard .....	3,100
Ste-Anne .....	1,500
St-Antoine .....	5,000
Bordeaux .....	1,800
St-Georges .....	175,450
Ste-Marie .....	5,500
	<hr/>
	\$453,050

Rue Cartier, quartier Delorimier; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$5,000. Propriétaire, Montebello, Antorie, 2181 Cartier.

Rue Belgrave, quartier Notre-Dame de Grâces; 2 maisons, 4 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$7,000. Propriétaire, Zénon Alarie, 2461 Clark.

Rue Chateaubriand, quartier St-Denis;

1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$2,600. Propriétaire, Eug. Deslauriers, 2318 Chateaubriand.

Rue St-Dominique, quartier Laurier; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$5,000. Propriétaire, Philias Brisson, 2638 St-Laurent.

Avenue du Parc, quartier Laurier; 2 maisons, 12 logements, 3 étages, 2e classe; coût prob., \$30,000. Propriétaire, E. Goldfine & Son, 5 Ontario Ouest.

Rue Boyer, quartier St-Denis; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$2,000. Propriétaire, Michel Lapointe, 2246 Boyer.

Avenue Melrose, quartier Notre-Dame de Grâces; 1 maison, 1 logement, 2 étages, 2e classe; coût prob., \$5,000. Propriétaire, G. L. Robertson, 10 avenue Chestnut.

Rue Bois de Boulogne, quartier Bordeaux; 1 maison, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$1,800. Propriétaire, Francis Hannan, 210 Cartier.

Rue Delaroche, quartier St-Denis; 2 maisons, 3 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$5,000. Propriétaire, H. Vermette, 2697 St-Laurent.

Rue Bordeaux, quartier Delorimier; 1 maison, 5 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$4,000. Propriétaire, H. Jules Laverdure, 1087 Cartier.

Rue Boyer, quartier St-Denis; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$2,500. Propriétaire, Nap. Mitchell, 1182A Huntley.

Sixième Avenue, quartier Rosemont; 1 maison, 3 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$2,300. Propriétaire, Alfred Contant, 352 Sixième Avenue, Rosemont.

Rue Bridge, quartier Ste-Anne; 1 maison, 1 écurie, 1 étage, 3e classe; coût prob., \$1,500. Propriétaire, V. P. Mcahan, 58 Deuxième Avenue, Viauville.

Rue Iberville, quartier Ste-Marie; 1 maison, 3 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$2,500. Propriétaire, Tommy Kay, 815 Iberville.

Rue Chambly, quartier Hochelaga; 1 maison, 5 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$3,000. Propriétaire, J. M. Messier, 58 Duquette.

Rue Oxford, quartier Notre-Dame de Grâces; 2 maisons, 2 logements, 2 étages, 2e classe; coût prob., \$6,000. Propriétaire, Henry Gaffney, 204 St-Jacques.

Rue Clark, quartier Laurier; 2 maisons, 10 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$10,000. Propriétaire, Cyclope Const. Co., 96 Notre-Dame Ouest.

Rue Angus Shop, quartier Hochelaga; 1 maison, 1 hangar pour locomotives, 1 étage, 2e classe; coût prob., \$66,000. Propriétaire, C. P. R., Montréal.

Rue Angus Shop, quartier Hochelaga; 1 maison, 1 usine à gaz, 1 étage, 2e classe; coût prob., \$21,000. Propriétaire, C. P. R., Montréal.

Rue du Havre, quartier Hochelaga; 1 maison, 1 usine à gaz, 1 étage, 2e classe; coût prob., \$17,000. Propriétaire, Montreal Light, Heat & Power, Montréal.

Rue Sanguinet, quartier St-Denis; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$2,000. Propriétaire, A. O'Byrne, 2960 St-Hubert.

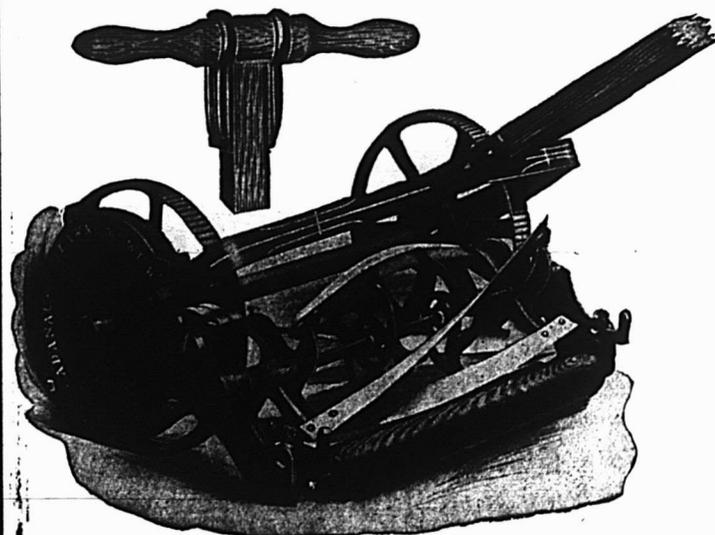
Rue Delaroche, quartier St-Denis; 1 maison, 3 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$2,800. Propriétaire, J. B. Gauthier, 1850 Delaroche.

Rue Breboeuf, quartier Duvernay; 1 maison, 1 écurie, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$2,500. Propriétaire, Louis Gauthier, 86 Breboeuf.

Rue Hutchison, quartier Laurier; 1 maison, 3 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$6,000. Propriétaire, Geo. Lebel, 2681 Hutchison.

Rue Latour, quartier St-Antoine; 1 maison, 1 entrepôt, 3 étages, 2e classe;

## FAUCHEUSES DE QUALITE RECONNUE POUR PELOUSES



Le **Adanao** est le plus récent membre de la Famille "T. F.", c'est le résultat logique de quarante années de fabrication de faucheuses pour pelouses. Il est fabriqué avec la meilleure fonte d'Acier—par les ouvriers les plus expérimentés et c'est décidément une machine fonctionnant facilement.

C'est une faucheuse très en faveur auprès des jardiniers et elle convient particulièrement pour les parcs et les pelouses où l'on joue.

Voyez si le nom **Taylor-Forbes** est sur chaque faucheuse pour pelouse que vous achetez.

Si votre fournisseur en gros ne tient pas le **Adanao** en magasin, écrivez-nous directement pour avoir notre liste de prix.

**Taylor-Forbes Company,**  
LIMITED

246 RUE CRAIG OUEST, MONTRÉAL.

**TAYLOR-FORBES COMPANY, Ltd.**

Bureau-chef et usines. - GUELPH, Ont.

Nous ne perdons jamais un client une fois qu'il a commencé à faire affaires avec nous

## POURQUOI ?

Parceque nous sommes en mesure de lui donner satisfaction sous tous les rapports. Nos marchandises sont strictement les **MEILLEURES** qui soient sur le marché et nos prix sont les mêmes que chez les manufacturiers d'articles inférieurs. Ainsi donc, achetez les meilleurs.

**Cowan & Britton Limited.**

GANANOQUE, Ont.

Couplets, Pentures, Articles de Ferronnerie pour Constructions.

# DOUGALL

Créez-vous une bonne et forte clientèle pour les Vernis.

Le Vernis Dougall dure le plus longtemps—il en faut moins pour faire l'ouvrage—et il donne le meilleur fini qu'un vernis puisse donner.

Il est de bonne politique de tenir le Vernis DOUGALL au lieu d'un produit de qualité ordinaire. Lisez notre volume de 60 pages vous donnant des renseignements sur la peinture—envoyé gratuitement à tous les marchands.

The DOUGALL VARNISH COMPANY  
MONTREAL. LIMITED,  
Associée Murphy Varnish Co. U. S. A.

# VARNISH

## La Carabine "Bayard" à Chien et Détente Automatiques



Décharge puissante. Ligne élégante. Simplicité de mécanique. Pièces interchangeable. Traverse trois pouces de sapin. Pèse 4 livres. Peut être démontée rapidement rien qu'avec un tournevis.

ECRIEZ POUR AVOIR UNE BROCHURE DESCRIPTIVE.

McGILL CUTLERY CO., (REG'D)

P. O. Box 580, Montréal.



## Clôture Ornementale

en fer, de 50c le pied en montant, 100 modèles différents. Barrières d'entrée, sièges de parterre, vases pour fleurs, grillage en broche et en fer pour châssis, balcons, escaliers. Forge générale d'ornementation. Dessins et prix fournis sur demande.

Donnez vos commandes immédiatement afin d'être servis dans le courant du mois de juin.

La Cie. de Fer Ornemental Dupré,

567 Ave. DELORIMIER.

TEL. LASALLE 437

coût prob., \$5,000. Propriétaire, Geo. W. Read & Co., Ltd., 37 St-Antoine.

Boulevard Monk, quartier Emard; 1 maison, 2 magasins, 2 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$3,100. Propriétaire, A. Laurin, 199 De Villiers.

Rue Colonial, quartier St-Jean-Baptiste; 2 maisons, 6 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$6,000. Propriétaire, E. Cohen, 1729 Christophe Colomb.

Rue Dandurand, quartier Rosemont; 1 maison, 1 magasin, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$4,500. Propriétaire, Arthur Clairmont, 516 Huitième avenue, Rosemont.

Rue Mont-Royal, quartier St-Denis; 1 maison, 1 magasin, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$9,000. Propriétaire, O. Gratton, 323 Stuart, Outremont.

Rue University, quartier St-Georges; 1 maison, 1 logement, 4 étages, 2e classe; coût prob., \$175,000. Propriétaire, Theological Wesleyan, 754 University.

Rue Joliette, quartier Hochelaga; 1 maison, 5 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$4,000. Propriétaire, H. Meunier, 621 Mentana.

Rue Chabot, quartier Delorimier; 3 maisons, 9 logements, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$7,000. Propriétaire, Albert Brouillet, 196 Marquette.

Rue Sanguinet, quartier St-Louis; 1 garage, 1½ étage, 2e classe; coût prob., \$1,200. Propriétaire, Mme E. Goudron, Berthierville.

Rue Poupart, quartier St-Denis; 2 maisons, 8 logements, 3 étages, 3e clas-

se; coût prob., \$7,000. Propriétaire, J. P. A. Bélanger, 2105 Poupart.

Rue Marquette, quartier St-Denis; 1 maison, 1 logement, 1 étage, 3e classe; coût prob., \$1,300. Propriétaire, Léon Aronoff, 39 Côté.

Sixième Avenue, quartier Rosemont; 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$2,200. Propriétaire, L. Millette, 594 Sixième Avenue, Rosemont.

Rue St-Laurent, quartier St-Jean-Baptiste; rép., 1 maison, 1 magasin, 1 logement, 3 étages, 3e classe; coût prob., \$2,000. Propriétaire, Louis Solomon, 1147 Boulevard St-Laurent.

Rue Champagne, quartier Ste-Marie; rép., 1 maison, 4 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$3,000. Propriétaire, S. J. Granger, 1399 Ste-Catherine Est.

Rue DeLanaudière, quartier St-Denis; rép., 1 maison, 2 logements, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$2,000. Propriétaire, Mme A. Hogue, 529 De Lanaudière.

Rue Masson, quartier Rosemont; rép., 1 maison, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$1,500. Propriétaire, Jos. Ad. Labelle, 1923 Masson.

Dixième Avenue, quartier Rosemont; rép., 1 maison, 1 logement, 2 étages, 3e classe; coût prob., \$1,000. Propriétaire, James Dunk, 489 Dixième Avenue, Rosemont.

Rue Boyer, quartier St-Denis; rép., 1 maison, 1 logement, 1 étage, 3e classe; coût prob., \$1,000. Propriétaire, Chs. McCraw, 2211 Boyer.

## INVENTIONS NOUVELLES.

Dans l'intérêt du public amateur d'inventions nouvelles, nous donnons plus bas une liste de brevets accordés cette semaine par l'entremise de MM. Marion & Marion, sollicitateurs de brevets, Montréal, Canada, et Washington, E.-U.

Tout renseignement à ce sujet sera fourni gratis en s'adressant au bureau d'affaires plus haut mentionné.

## CANADA.

No 148,847 — Morris Brown, Windsor, N.-E. Outil à deux tranchants pour joindre les douves.

No 148,870 — George R. Hudson, Londres, Ang. Machine-compteur à argent.

No 148,884 — Erich Langguth, Neerpelt, Belgique. Séparateur électromagnétique.

No 148,886 — Napoléon Lauzière, Drummondville, Que. Moulin à vent.

No 148,890 — Henry J. Marks, Toowoomba, Australie. Coussinet à ressort pour roue.

## ETATS-UNIS.

No 1,064,085 — MM. A. Plante et G. Stalport, Montréal, Qué. Coffre-fort qu'il est possible de faire disparaître et sa voûte.

Ecrivez pour vous procurer une copie gratis du "Guide de l'Inventeur".

## LA MACHINE A 10 TOUCHES



EST RECONNUE ETRE

SANS RIVALE

POUR LES

Additions,  
Soustractions,  
Divisions  
et Multiplications.

Demandez notre catalogue, ou venez nous voir.

CIE DALTON

12 Edifice Coristine

MONTREAL

Telephone: MAIN 1346

A - BEST - O  
FER A REPASSER AUTOMATIQUE, ELECTRIQUE

Le fer qui fonctionne de lui-même

Il se maintient uniformément à n'importe quel degré de chaleur entre 200 et 600 degrés Fahrenheit.

Fabriqué au Canada par la

TAYLOR-FORBES COMPANY, Limited.  
GUELPH, Ont.The Dover Mfg Co.  
CANAL DOVER, Ohio, E.U.A.Les Meilleures Foreuses Tordues, Les Meilleures Vis et Noix  
sont celles de

"MORROW"

Voyez si le nom est gravé sur les foreuses. Usines à Ingersoll, Ont. N'acceptez pas d'articles inférieurs. Insistez pour avoir des articles "MORROW".

Il n'y a personne dans le monde civili-

sé actuel qui n'ait subi et ne subisse l'ac-

tion de la publicité.

# LE PACIFIQUE CANADIEN

LES TRAINS PAR-  
TENT DE MONT-  
REAL :

## De la Gare Windsor pour :

BOSTON, LOWELL, \*9.00 a.m., \*8.00 p.m.  
KENNEBUCK, OLD ORCHARD et PORTLAND,  
†9.00 a.m. \*9.15 p.m.  
TORONTO, CHICAGO, \*9.05 a.m., \*10.00 p.m. et  
\*11.00 p.m., pour TORONTO-NORD.  
OTTAWA, †8.05 a.m., †8.40 a.m., †9.15 a.m., \*9.45  
a.m. †4.00 p.m., †7.45 p.m., \*9.45 p.m., \*10.30 p.m.  
SHERBROOKE et LENNOXVILLE, \*8.25 a.m.,  
†15 p.m. †5.30 p.m., \*7.25 p.m.  
HALIFAX et MONCTON, \*7.25 p.m.  
ST-JOHN, N. B., \*7.25 p.m.  
ST-PAUL, MINNEAPOLIS, \*10.30 p.m.  
WINNIPEG, VANCOUVER, \*9.45 a.m. \*9.45 p.m.

## De la Gare Viger pour :

QUEBEC, †9.00 a.m., \*1.30 p.m., \*5.00 p.m., \*11.30 p.m.  
TROIS-RIVIERES, \*9.00 a.m., \*1.30 p.m., \*5.00  
p.m., †5.55 p.m., \*11.30 p.m.  
SHAWINIGAN FALLS et GRAND'MERE, \*9.00  
a.m., †1.30 p.m. \*5.00 p.m.  
JOLIETTE, †8.15 a.m., \*9.00 a.m., †1.40 p.m. †5.20  
p.m.  
SAINT-GABRIEL, \*9.00 a.m., †1.40 p.m. †5.20 p.m.  
OTTAWA, \*8.00 a.m., \*5.45 p.m.  
SAINTE-AGATHE, \*8.10 a.m., \*9.15 a.m.,  
‡9.30 a.m. †1.00 p.m. †1.15 p.m. †2.15 p.m. †4.00  
p.m. †4.50 p.m. †5.10 p.m.  
NOMININGUE, \*9.15 p.m., †1.00 p.m. †4.50 p.m.  
(\* Quotidien. (†) Quotidien, excepté dimanche. (§)   
Dimanche seulement. (i) Samedi seulement.  
(h) Samedi et Dimanche seulement. (k) Vendredi  
seulement.

BUREAU DES BILLETS :

**141-143 rue Saint-Jacques**  
BIFICE DOMINION EXPRESS



## La ligne qui donne

## une bonne réputation

Les détaillants avisés de toutes les parties de la Puissance trouvent satisfaction et profit à tenir

### LES VERNIS ET SPECIALITES DE VERNIS INTERNATIONAL

C'est la marque que depuis plus de quarante ans a arboré le drapeau dans tous les pays du monde — ces vernis ont l'approbation des marchands, architectes, peintres et décorateurs les plus judicieux et les plus en vue. Chaque bidon est garanti contenir une bonne mesure impériale.

# INTERNATIONAL VARNISH CO.

TORONTO - WINNIPEG

Manufacture canadienne des Vernis de première qualité.  
NEW YORK CHICAGO LONDRES  
BERLIN BRUXELLES MELBOURNE

La plus grande usine du monde et la première qui ait  
établi des étalons définitifs de qualité.

## Ventes par les Shérifs

DU 5 AU 12 JUILLET.

### District d'Arthabaska.

Cyrille Boutin vs Paul St-Hilaire et Jérémie St-Hilaire.

1° Un certain lopin de terre faisant partie d'un lot de terre connu et désigné sur les plan et livre de renvoi officiels du cadastre pour la paroisse de St-Paul de Chester sous le No 108.

2° Tous les droits et prétentions que le défendeur a sur un autre lopin de terre faisant partie du même numéro du dit cadastre, avec bâtisses y érigées.

Vente à la porte de l'église paroissiale de St-Paul de Chester, le 8 juillet 1913, à 10 hrs. a.m.

### District de Chicoutimi.

La Banque Nationale, de Roberval, vs Dame Marié Potvin.

1° La moitié indivise de l'immeuble connu et désigné au cadastre officiel pour le 4ième rang du canton de Jonquières, sous les Nos 22A-26 et 21A-66, avec bâtisses et dépendances.

2° Tout le lopin de terre connu et désigné au cadastre officiel pour le 4ième rang du canton de Jonquières, comme étant le lot 22A-38, avec bâtisses dessus construites et dépendances.

3° Toute la lisière de terrain formant partie du lot connu et désigné au cadastre officiel pour le 4ième rang du même

canton de Jonquières, sous le No 22A-37, sans bâtisse, mais avec dépendances.

Vente à la porte de l'église de Jonquières, le 8 juillet 1913, à 10 hrs. a.m.

Joseph Ouellet, de Jonquières, vs Joseph Tremblay et alias.

Tout le lopin de terre connu et désigné au cadastre officiel du canton de Jonquières, sous le No 22A, du 4ième rang de ce canton, avec bâtisses dessus construites, appartenances et dépendances.

Vente à la porte de l'église de Jonquières, le 8 juillet 1913, à 10 hrs. a.m.

### District de Montréal.

Dame Aline Bouchard vs Franz Sommerfeld.

1° Un lot de terre à Molson Park, dans la cité de Montréal, connu sur le plan officiel de subdivision du lot numéro 207, aux plan et livre de renvoi officiels du village de la côte de la Visitation, sous le No 695.

2° Un lot de terre à Molson Park, dans la cité de Montréal, connu sur le plan officiel de subdivision du lot No 207, aux plan et livre de renvoi officiels du village de la Côte de la Visitation, sous le No 696.

3° Un lot de terre à Molson Park, dans la cité de Montréal, connu sur le plan officiel de subdivision du lot No 207, aux plan et livre de renvoi officiels du village de la Côte de la Visitation, sous No 694, avec les bâtisses sus-érigées, portant le numéro civique 615, de la rue Frontenac.

Vente au bureau du shérif, le 10 juillet 1913, à 10 hrs. a.m.

### District d'Ottawa.

Xavier Verdon vs Pierre Delorme.  
Lots Nos 11, 12, 13 et 14 dans le 8ième rang du canton de Rigon, dans le comté de Labelle et district d'Ottawa, avec les bâtisses sus-érigées et améliorations faites.

Pour être vendus à la porte de l'église paroissiale de la paroisse de St-Casimir de Ripon, le 8ième jour de juillet, à 2 hrs. a.m.

Amédée Marc Laurin vs Alfred Dequire dit Larose, à savoir:

Un lot de terre ou emplacement portant le No 23 de la ré-subdivision du lot No 25, de la subdivision du lot No 12, dans le 2ième rang, des plan et livre de renvoi officiels du canton de Buckingham, dans le district d'Ottawa, avec toutes les bâtisses sus-érigées.

Vente au bureau d'enregistrement, dans le village de Papineauville, le 8 juillet 1913, à 10 hrs. a.m.

### District de Rimouski.

Arthur Castonguay vs Philippe Minville.

Un terrain en le village de Matane, étant partie du No 182 au cadastre officiel de la paroisse de St-Jérôme de Matane, avec bâtisses sus-construites.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Jérôme de Matane, le 10 juillet 1913, à 1 h. p.m.



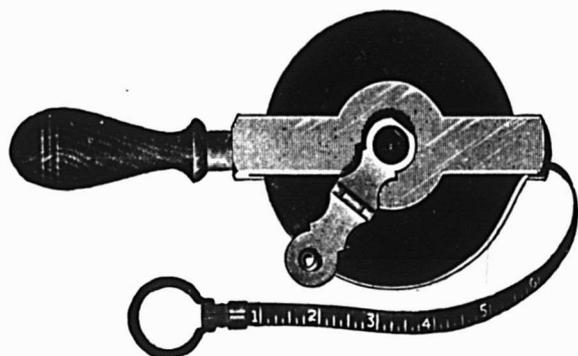
## La Laveuse "Blue Belle" de Maxwell

Est une laveuse qui travaille remarquablement vite et facilement, à mouvement alternatif. Lorsque la cuve fonctionne dans un sens, la table à friction tourne dans le sens opposé. Cette double action qu'on ne trouve que dans les machines "BLUE BELLE", économise beaucoup de temps. Les ressorts à réaction double et les coussinets sur billes contribuent à en rendre l'actionnement facile. La cuve a le grain du chêne et le cadre en acier-cornière est fini à l'aluminium.

DEMANDEZ NOTRE CATALOGUE DE LAVEUSES

DAVID MAXWELL & SONS, St. Mary's, Ont.

AGENCE A MONTREAL 446-448 Rue St. Paul.



La progression du Dominion ouvre un marché plus vaste et nos marchandises sont les mieux établies dans leur ligne. C'est une bonne raison pour tenir les

REGLES ET GALLONS DE MESURE

# LUFKIN

On les demandera. Ils donneront satisfaction. Ils sont faits au Canada. Ils annonceront tout votre stock.

CATALOGUE SUR DEMANDE.

**THE LUFKIN RULE CO. OF CANADA, LTD.**  
WINDSOR, ONT.

**TORONTO**  
**Gendron**  
**CANADA**  
TRADE MARK  
REG.

MANUFACTURIERS DE

Véhicules pour Enfants. Meubles en osier. Accessoires pour chambres de toilette, Et chaises pour invalides.



Exigez toujours la Marque de Commerce "GENDRON."  
DEMANDEZ LE CATALOGUE DESIRE.

**THE GENDRON MFG. CO., Ltd.**  
TORONTO, Canada.

**GRAND TRUNK RAILWAY SYSTEM**

QUATRE TRAINS  
EXPRESS  
PAR JOUR

### Montréal et Toronto.

9.00 a.m., 9.40 a.m., 7.30 p.m., 10.30 p.m.

Wagons Buffets, Salons et de Lecture sur trains de jour, et Dortoirs Pullman éclairés à l'électricité sur trains de nuit.

LA SEULE ROUTE A DOUBLE VOIE

### L' "International Limited"

LE MEILLEUR CONVOI DU CANADA.

Quitte Montréal pour Toronto et Chicago à 9.00 a.m., tous les jours.

QUIPEMENT DE PREMIERE CLASSE

### Montréal et Ottawa.

Quitte Montréal à 8.16 a.m., et à 9.30 a.m.  
Arrive à Ottawa à 11.30 a.m., et à 12.15 p.m.  
Quitte Montréal à 3.55 p.m., et à 8.00 p.m.  
Arrive à Ottawa à 7.10 p.m., et à 11.15 p.m.

Trains à 9.30 a.m., et à 3.55 p.m., tous les jours dimanche excepté ; à 8.16 a.m., et 8.00 p.m., tous les jours.

Wagons Salons et Buffets sur tous les convois. Wagon Salon-Buffer-Observatoire Pullman sur les convois de 3.55 p.m., et de 8.00 p.m.

BUREAUX DES BILLETS EN VILLE :  
122 rue St-Jacques. Tél. Main 6905, ou gare Bonaventure

**District de Roberval.**

Arthur Déchéne vs les biens immeubles de Conrad Gagnon.

La juste moitié du lot de terre connu et désigné sous le No 8 du 3ième rang Est, canton Labarre.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de Notre-Dame d'Hébertville, le 9 juillet 1913, à 3 hrs. a.m.

Arthur Garon, de St-Jérôme vs les biens meubles et immeubles de Joseph Larouche, à savoir:

1° Le lot de terre connu et désigné sous le numéro 25A, du cadastre pour le 7ième rang du canton Signai, avec les bâtisses dessus construites, circonstances et dépendances.

2° Aussi la juste moitié Est du lot de terre connu et désigné sous le No 26 du

cadastre pour le 6ième rang du canton Signai.

Vente du premier lot à la porte de l'église de la paroisse de St-Joseph d'Alma, le 9 juillet 1913, à 1 h. p.m.

**District de St-François.**

Aimé Chagnon, Xavier Chagnon et Eugène Guilmette vs Louis Côté.

Partie du lot No 499 aux plan et livre de renvoi du cadastre officiel de Windsor.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de St-Claude, dans le comté de Richmond, le 8 juillet 1913, à 1 h. p.m.

**District de Trois-Rivières.**

Cameron Adams vs Théodore Gro-

leau.

1° Un lot de terre situé en la paroisse de Ste-Thècle, connu et désigné sous le No 117 sur les plan et livre de renvoi officiels pour la paroisse de Ste-Thècle, rang A.

2° Une terre située en la paroisse de Ste-Thècle, dans le rang B Sud, connue et désignée comme faisant partie du lot numéro soixante et quinze des plan et livre de renvoi officiels du susdit cadastre, avec bâtisses dessus construites, circonstances et dépendances.

3° Un terrain connu et désigné comme faisant partie du lot No 75 du susdit cadastre.

Vente à la porte de l'église de la paroisse de Ste-Thècle, le 8 juillet 1913, à 10 hrs. a.m.

**LES TRIBUNAUX****COUR SUPERIEURE.****ACTIONS.****Défendeurs.**

Défendeurs.	Demandeurs.	Montants.
Bordeaux Lime & Builders Supply Co., Ltd.	Bordeaux.	
Bédard, J. A. R.	Canton Boyer.	J. A. Aird \$309
Corp. de Beaconsfield	Beaconsfield.	Perron & Cie 480
Chartier, J. O.	Côte St-Paul.	St-Georges, P. W. 9,950
Commission Scolaire de	Emardville.	Hudon, Orsali, Ltée 246
Pickering, T. G.	Ville Emard	Hoffeler Concrete Co., Ltd. 160
	Farnham.	Bonin, M. 551

Denis, Hyacinthe	Maisonneuve.	Weisglass, S. Ltd. 136
Barnes, E. W.	Montréal-Ouest.	Dupuis, J. P. Reg. 500
Atkinson, Rose Helen, épouse de Jeary, Chas. Richard;	Mount Royal Vale.	Jeary Electrical Co., C. R.
		Northern Elect. & Mfg. Co., Ltd. 591
Bouchard, Johnny	Péribonca.	Cie de Laiterie St-Laurent 239
Dallaire, Pierre	Pointe-à-Pic.	Bournival & Co. 575
Bourbonnais, Théophile	St-Clet.	Lortie, A. 700
Dutrisac, Jos.	St-Eustache.	Ethier, Jovide 180
Municipalité Scolaire de Ste-Geneviève	Ste-Geneviève.	Paquin, A., 1ère Classe
Morrisette, Jos.	St-Joseph de Lepage.	Cie Moody & Fils 100



## Vous n'aurez aucun ennui avec la fournaise "HECLA" que vous vendrez.

Que vous installiez les fournaises "HECLA" que vous vendez ou que vos clients s'en occupent eux-mêmes vous n'avez pas à avoir peur que vos clients soient mécontents et vous blâment.

Installer une HECLA est si simple et si facile, surtout quand vous avez en mains les plans que nous sommes toujours prêts à vous préparer gratuitement, qu'il est presque certain que ce travail sera fait comme il faut.

Installée convenablement, l'HECLA vous donnera une chaleur plus hygiénique, plus salubre, par tonne de charbon brûlé, qu'une personne ne peut en obtenir au moyen d'une fournaise à eau chaude, à vapeur ou d'une autre fournaise. Le foyer, encrclé d'acier, HECLA fournit une très bonne chaleur. Les joints en acier fondu rendent impossible la diffusion, dans l'air de la maison, du gaz ou de la poussière ou des cendres. La grande bouilloire circulaire maintient de l'humidité dans l'air, agréable à respirer.

L'HECLA est la fournaise la plus satisfaisante pour vos ventes, car c'est elle qui donnera le plus de satisfaction à vos clients.

### CLARE BROS. & COMPANY, Limited.

PRESTON,

ONTARIO.

Représentant pour la province de Québec : J. E. JAMIESON, Lennoxville, Qué.

Brown, Frank	<b>St-Lambert.</b> Copperthwaite, Arthur	121
Meloche, Arthur	<b>St-Timothée.</b> Archambault, R. J. & M.	108
Meloche, J. Arthur	Cohen, B., & Bros., 1ère Classe	
Papineau, Edouard	<b>Sault-au-Récollet.</b> Labbé & Frère	661
Valois, J. B. A.	<b>Vaudreuil Station.</b> Le Club des Quatre Iles, 1ère Classe	
Dickens, Fred.	<b>Verdun.</b> Hyde, Frcs., & Co.	120

**COUR SUPERIEURE.**

**JUGEMENTS RENDUS.**

Défendeurs.	Demandeurs.	Montants.
Saad, Nemer; Haddad, Jos. H., Montréal.	<b>Boucherville.</b> Thouin, N.	\$170
Martel, Alfred	<b>Fraserville.</b> La Sauvegarde	162
Tremblay, Elzéar	<b>Montmagny.</b> Lamontagne, Ltée	120
Cie Paquet & Jacquièr Ltée	<b>Québec.</b> Shallow, F. D.	129
Barrette, Elzéar	<b>St-Gabriel de Brandon.</b> Grenier, Maria	40
Gauthier, Henri	<b>Ste-Madeleine.</b> Beauharnois Machinery Co., Ltd.	500
Marier, Albert; Lamothe, A. E., Montréal; Lamothe, Amédée, St-Denis Richelieu	<b>St-Roch de l'Achigan.</b> Côté, J. E.	312
Lacas, Damien	<b>Ste-Rose.</b> Nadon, Marguerite	543

**COUR DE CIRCUIT.**

**JUGEMENTS RENDUS.**

Défendeurs.	Demandeurs.	Montants.
Stevens, Tom.	<b>Lachine.</b> Gottheil, B., et al.	\$6
Hébert, Fridolin	<b>Laprairie.</b> Brossard, E.	24

Boyer, Amable	<b>McLean, E. M. (de)</b>	94
Rosenberg, Jos.	<b>L'Epiphanie.</b> Sauvé, J.	20
Létourneau, Philippe	<b>Longueuil.</b> Ouellette, E.	17
Currie, Israël	<b>Maisonneuve.</b> Léonard, P.	25
Gravel, O.	Marsan, G. A.	16
Héritier de feu Dame Vve Hislop, James	Lamontagne, Y.	75
Lizotte, Nap.	Riopelle, M. A.	10
Demers, Arthur	The Aetna Biscuit Co., Ltd.	52
Peters, Chs.	Paul, Walter	19
Seery, John	Desautels, J. E.	36
Bourgeois, Narcisse	Clermont, A.	68
Renaud, J. E.	<b>Montréal-Est.</b> Matthews, Ltd.	41
Champoux, Jos.	<b>Nicolet.</b> Bougie, R.	15
Prevost, Wm.	<b>Ste-Anne de Bellevue.</b> Montreuil, W.	74
Molleur, C. A.	<b>St-Jean, Qué.</b> Dauphinais, A.	28
Châtillon, André, et Déry, Cléophas; St-Laurent, Ouellette, André, et Déry, Cléophas; St-Laurent, Ls., Ste-Flavie	<b>St-Léon.</b> The Wm. Gray & Sons, Campbell, Ltd.	40
Cousineau, Raoul	<b>St-Vincent de Paul.</b> Dubé, J. A. E.	61
Nantel, Nap.	<b>Canton de Campbell.</b> Webster & Sons, Ltd.	62
Grenon, Henri	<b>Valleyfield.</b> Desjardins, J.	18
McAvoy, Henri	<b>Verdun.</b> Brais, A.	5
Reese, Lew	Chevers, C.	53
Blain, Gust.	Harel, H.	54
Maillet, A.	Couvrette, E., et al.	52
Reese, Lewis	Bergeron, A., et al.	52
Reese, Lewis	Matthews Laing, Ltd., et al.	67
Tanguay, A.	<b>Weedon Station.</b> Hébert, J. H., & Cie, Ltée	21

**GELA VOUS RAPPORTERA DE VENDRE**

**SNAP**

Chaque marchand finira par se rendre compte que son véritable intérêt est de vendre **SNAP**—alors pourquoi ne pas entrer en ligne tout de suite? Il y a un bon bénéfice à faire en tenant **SNAP** et les ventes se multiplient rapidement. **SNAP** est le meilleur nettoyeur pour les mains qu'il y ait sur le marché, il enlève effectivement toute saleté, toute graisse et crasse; il laisse la peau unie et douce. Il n'endommage pas les mains les plus délicates.

Tout le monde a besoin de **SNAP**.

**SNAP COMPANY, LIMITED**

**MONTREAL, Qué.**



**JOSEPH RODGERS & SONS, LIMITED**

**Sheffield, Ang.**

Evitez les imitations de notre

**COUTELLERIE,**

en vous assurant que cette **MARQUE EXACTE** se trouve sur chaque lame.



Seuls Agents pour le Canada :

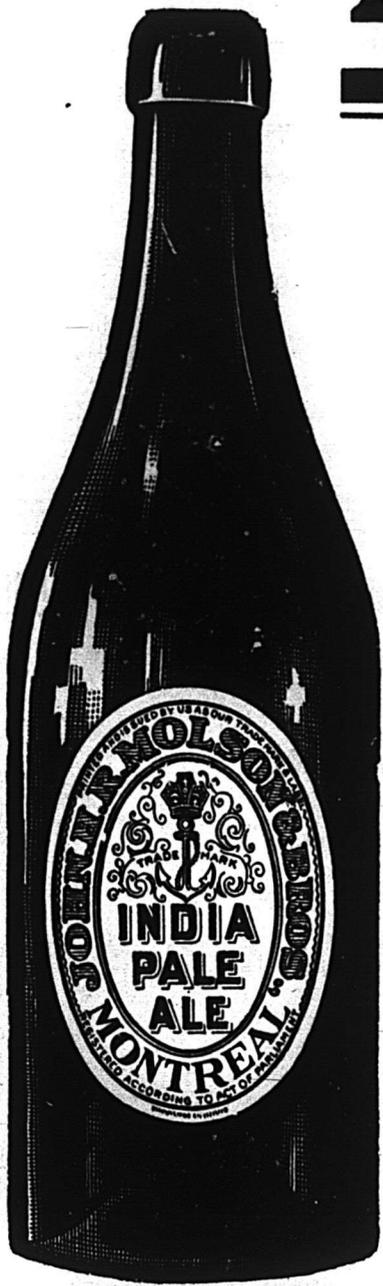
**JAMES HUTTON & CO., Montréal.**

Beaucoup de gens ont réussi en affaires et atteint le sommet par leur aptitude à prendre l'avis et à absorber les idées des autres.

La Bière Populaire

# MOLSON

---



Est celle que veut le Con-  
sommateur; donnez-la lui.

La vente de cette BIÈRE  
excède celle de toutes les  
autres marques réunies.

Brassée à Montréal depuis

**126 ANS.**

# Vins et Liqueurs

## DEVANT LE COMMISSION ROYALE

Les Epiciers Licenciés de Montréal et de Québec soumettent un mémoire des plus intéressants et des plus énergiques.

Nous sommes heureux de pouvoir mettre aujourd'hui sous les yeux de nos lecteurs le texte sténographié des minutes de la dernière séance de la Commission Royale des Licences, qui a eu lieu à Québec mercredi dernier, le 25 juin.

On verra à la lecture de ce document que la position prise par les Epiciers Licenciés ne pouvait être mieux appropriée aux circonstances et que, en face des moyens radicaux employés par les adversaires du commerce des liqueurs alcooliques, elle n'a pu prêter à aucune équivoque. Les arguments avancés par le secrétaire de l'Association des Marchands Détailliers du Canada, Incorporée, sont inattaquables dans leur logique et les Commissaires les ont entendus sans en relever un seul.

Nous n'anticiperons pas sur les conclusions de l'enquête, mais nous croyons pouvoir dire que les Commissaires ont été, en l'occurrence, mis au courant de faits qui sont de nature à faire disparaître tous les doutes qui auraient pu exister dans leur esprit relativement à la valeur des prétentions des adversaires jurés du commerce des liqueurs dans la province de Québec.

Voici d'ailleurs le texte en question:

CANADA  
Province de Québec,  
District de Québec,  
Cité de Québec. } **COMMISSION ROYALE DES LICENCES**  
(siégeant à Québec.)

Présents :—Honorable Juge CARROLL, Président ; Honorable Juge TESSIER, Commissaire ; M. ALFRED BROSANAN, Secrétaire.

Séance tenue à Québec, le 25 Juin, 1913.

PAR L'HONORABLE JUGE CARROLL :

Voulez-vous adresser la parole, M. Beaudry ?

PAR M. J. A. BEAUDRY :

Messieurs les Commissaires :

La Section des Epiciers de Montréal et la Section des Epiciers de Québec de l'Association des Marchands-Détailliers du Canada, Inc., ont délégué leur président respectif, MM. G. A. Archambault, de Montréal, et Frs. Bourret, de Québec, ainsi que quelques-uns de leurs membres, MM. J. D. Boileau, J. A. Doré, Pierre Filion, Jos. Moquin, J. O. Pesant, A. Grenier et plusieurs autres épiciers, afin de vous faire connaître l'opinion des membres de notre Association sur cet épineux sujet : "La loi des Licences de la Province de Québec."

Avant de développer la cause qui nous amène ici, vous nous permettez, nous l'espérons, de vous faire part de quelques observations relatives à l'institution de cette Honorable Commission, ainsi qu'à la procédure qui a été suivie par elle.

Le malaise créé parmi nos membres par l'institution de cette Commission mérite sans doute une explication. Nous devons dire que depuis quelques années, il semble que les membres des gouvernements ont trouvé avantageux pour eux de chercher la solution des problèmes les plus contentieux, au sujet desquels certains groupes de la société se passionnent et même s'énervent assez souvent, en nommant des Commissions Royales. La mission de ces Commissions est d'étudier la question soumise et de présenter à l'administration dont elles relèvent, les rapports qui servent de base à la discussion des projets de loi qui doivent en découler. Ce procédé, d'ailleurs très-légitime et aussi assez pratique, du moins en apparence, semble être le développement naturel de nos Institutions Parlementaires Démocratiques, car il ne faut pas être surpris outre mesure si nos Gouvernements, tout en cherchant à rencontrer les vues de la majorité, cherchent aussi à offrir à la minorité une raison officielle de refus qui soit de nature à atténuer, autant que possible, tout sentiment de mécontentement. Aussi, lorsqu'il se présente une question de l'importance de la Loi des Licences, au sujet de laquelle des opinions aussi variées que nombreuses sont émises, il ne faut pas s'étonner si le Gouvernement actuel de la Province de Québec a songé à prendre avantage de cette tactique.

Cependant, Messieurs les Commissaires, nous ne saurions vous cacher que lorsque la nouvelle de l'institution de cette Commission s'est répandue, elle a créé un profond malaise parmi certains intéressés, nous voulons dire les épiciers licenciés. Ce malaise s'est accru lorsqu'il fut connu qu'il n'avait pas été fait appel à aucun professionnel du commerce des liqueurs pour prendre place dans cette Honorable Commission. Il nous semblait alors, qu'en dépit de la compétence des membres nommés à cette Commission, certaines particularités pouvaient plus facilement échapper à leur attention que s'il se fût trouvé dans leurs rangs un homme du métier. Nous ne doutions pas non plus que les adversaires du Commerce des Liqueurs ne manqueraient pas de saisir l'occasion de signaler à cette Commission certains abus exceptionnels comme étant des occurrences de tous les jours, de peindre chaque grain de sable comme étant une montagne, et pour cette raison aussi, nous étions d'opinion qu'un homme du métier aurait pu plus facilement réduire ces excentricités à leur juste proportion. Nous nous sommes cependant consolés en pensant que l'expérience acquise dans vos professions respectives, et consistant à peser le mérite et la valeur des hommes et des choses, serait une compensation adéquate dans l'appréciation des nombreuses opinions exprimées devant vous. C'est donc avec confiance que nous nous présentons aujourd'hui devant cette Commission, certains d'y recevoir le même bon accueil que celui que vous avez prodigué à ceux qui nous ont précédés.

Quant à la procédure suivie par votre Commission nous regrettons d'avoir à vous dire qu'elle ne saurait recevoir toute notre approbation. Vous avez jusqu'à présent invité les personnes, ayant des griefs, des plaintes ou des suggestions à faire, à venir les exposer volontairement. Ceci signifie que les faits qui ont donné naissance à ces plaintes ou à ces griefs ne sont pas strictement contrôlés, et qu'en conséquence, les suggestions faites peuvent se résumer à une simple expression d'opinion qui, nécessairement, est toujours relative au milieu dans lequel se trouve leur auteur et au point de vue particulier auquel il se place. Nous croyons avoir souffert de cette procédure, ainsi que nous aurons l'occasion de vous le démontrer un peu plus tard. Pour le moment, nous ne voulons pas discuter la valeur de ce procédé, car nul doute que lorsqu'il a été institué, les Honorables Commissaires avaient de bonnes et sages raisons d'agir ainsi; mais les adversaires du commerce des liqueurs, par leurs accusations, ayant changé les circonstances, peut-être même le but que se proposait d'atteindre la Commission, nous soumettons qu'il devient important de changer la procédure. Nous revenons sur ce sujet en temps et lieu.

PAR L'HONORABLE COMMISSAIRE CARROLL :

Croyez-vous que nous ferons un rapport seulement sur les opinions données dans les séances publiques qui ont été jusqu'aujourd'hui tenues ?

PAR M. J. A. BEAUDRY :

Nous osons espérer que vous ferez votre rapport d'après les connaissances pratiques que vous avez, en outre des opinions exprimées. Dans notre mémoire, nous nous efforçons de prendre le sens le plus large de la question et de vous soumettre les opinions que nous avons, suivant la pratique et les connaissances que nous possédons nous-mêmes. Nous comprenons parfaitement que Messieurs les Commissaires ne sont liés en aucune manière; qu'ils sont parfaitement libres de prendre les opinions telles qu'elles seront présentées, pour les étudier selon leur juste valeur.

PAR L'HONORABLE COMMISSAIRE CARROLL :

Nous sommes autorisés à nous enquérir des faits par tous les moyens à notre disposition, et c'est ce que nous avons fait. Nous avons fait des enquêtes et nous avons contrôlé les faits.

PAR M. J. A. BEAUDRY :

Nous en sommes bien aise. Cependant, dans le cours des remarques qui ont été faites devant cette Commission, il a été porté certaines accusations, et nous sommes obligés de demander que les accusations portées contre nous soient prouvées par ceux qui en sont les auteurs.

Les commerçants représentés ici désirent attirer l'attention de Messieurs les Commissaires, et protester énergiquement contre les accusations qui ont été portées devant cette Commission contre les épiciers licenciés.

PAR L'HONORABLE COMMISSAIRE TESSIER :

Qui représentez-vous ? l'épicier-détailleur ?

PAR M. J. A. BEAUDRY :

Nous représentons la Section des Epiciers de Montréal et la Section des Epiciers de Québec de l'Association des Marchands-Détailliers du Canada. Ceci comprend les épiciers licenciés.

PAR L'HONORABLE COMMISSAIRE TESSIER :

Vous n'avez rien à faire avec les restaurateurs et les hôteliers ?

PAR M. J. A. BEAUDRY :

Non, Votre Seigneurie.

PAR L'HONORABLE COMMISSAIRE TESSIER :

Vous séparez votre cause de la leur ?

PAR M. J. A. BEAUDRY :

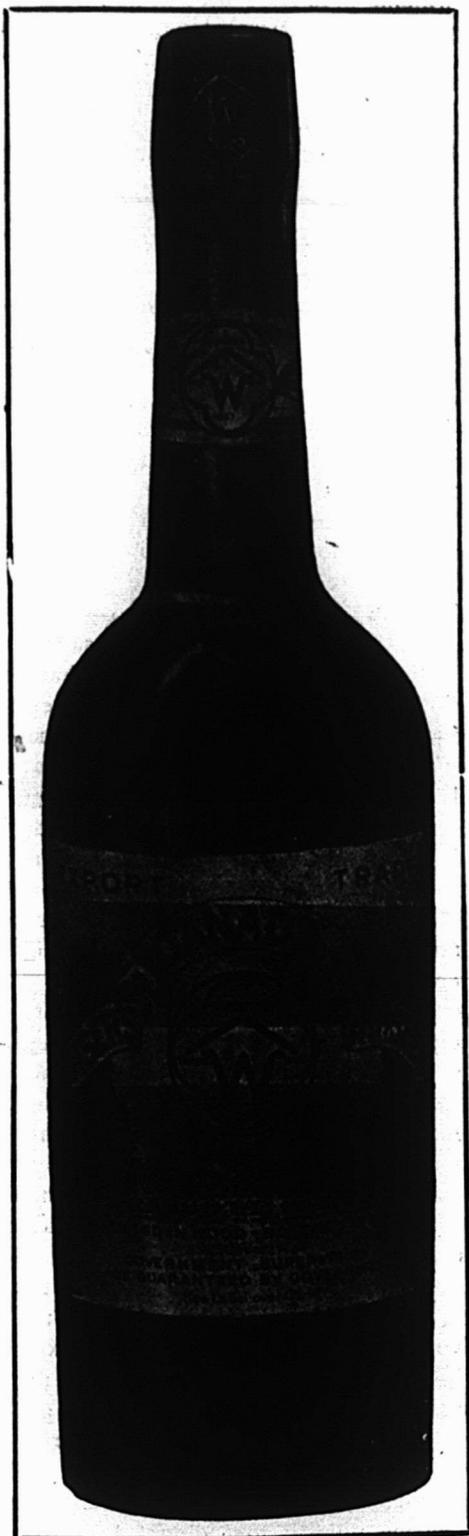
Oui, Votre Seigneurie. Nous concevons que les hôteliers et les autres classes de commercants qui sont intéres-

sés dans cette question ont été très bien représentés, et peuvent facilement se passer des quelques remarques que nous pourrions faire. Nous nous contenterons de nous occuper des épiciers-licenciés de la Province de Québec.

Nous devons dire que notre Association s'est toujours vivement intéressée à tout ce qui touche de près ou de loin à la Loi des Licences de la Province de Québec. Elle a toujours surveillé avec beaucoup de soin tous les amendements proposés d'année en année, tâchant de contribuer à l'adoption de certains articles que nous croyons être dans l'intérêt du public et du commerce, et nous opposant avec énergie à l'adoption d'autres articles que nous croyons pouvoir être une entrave au commerce, sans apporter plus de sécurité au bien du public.

Nous soumettons que la Loi des Licences de la Province de Québec est la question d'actualité qui mérite d'être étudiée avec le plus grand soin. Elle doit surtout être étudiée avec calme et modération, car elle présente tant d'aspects différents, qu'il est facile à chaque groupe entretenant une opinion particulière, suivant le milieu dans lequel il se trouve, de présenter les vues qui lui conviennent, mais qui malheureusement ne saurait trouver dans la pratique les résultats bienfaisants auquel il s'attend. Nous reconnaissons avec plaisir le droit et la liberté à chaque groupe de la société de réclamer et de faire valoir ses opinions quelles qu'elles soient; nous les encourageons même à le faire, mais nous estimons que le devoir incombe à nos législateurs, qui en fin de compte seront appelés à se prononcer sur ce sujet, de donner au public la plus grande protection et la plus grande sécurité au point de vue moral, tout en évitant de placer des entraves inutiles à la liberté du commerce. Au point de vue de la morale et de la tempérance, nous devons dire que nous partageons l'opinion unanime exprimée devant cette Commission, même par les adversaires du commerce des liqueurs. Nous voulons la plus grande protection du public contre tous les abus qui peuvent se produire par l'usage immodéré des liqueurs enivrantes; seulement, nous différons d'opinion sur les moyens à prendre pour arriver à ce résultat. Nous soumettons qu'il n'est pas suffisant d'aligner des mots et des phrases dans les Statuts de cette Province, ou de faire des discours aux coins des rues; nous voulons que chaque mot et chaque phrase que contient la Loi des Licences de la Province de Québec soient tels que chaque personne puisse s'y soumettre sans récrimination, et surtout puisse l'observer sans effort. En d'autres termes, nous voulons une Loi des Licences qui soit simple dans sa forme, facile à comprendre, efficace dans son application, pourvoyant à une surveillance sévère mais équitable de tous ceux exerçant ce commerce, et assurant ainsi au public la plus grande protection possible.

Au point de vue pratique, nous différons totalement d'opinion avec les adversaires du commerce des liqueurs. Ceux-ci semblent vouloir procéder en accumulant les obligations et les entraves devant ceux qui exercent le commerce des liqueurs. Leur tactique est facile à comprendre. En exigeant des épiciers-licenciés ou autres, l'obligation d'obtenir la majorité des signatures des électeurs d'un quartier, l'obligation de placarder l'édifice pour lequel un certificat de licence est requis, et autres obligations absolument inutiles, ils espèrent arriver de cette manière à diminuer les détenteurs de licences dans l'estime de leurs concitoyens, de les humilier à un point tel que ceux qui sont le mieux qualifiés pour tenir honnêtement un magasin de liqueurs en détail, refuseront de se soumettre à de telles humiliations et préféreront abandonner ce commerce plutôt que de les subir. Ceux qui resteront seront ceux dont la mentalité sera telle que ces humiliations ne sauront les affecter, car ils appartiendront à cette classe de personnes qui ne se gênent pas d'enfreindre



Cette Marque Célèbre Mise en  
Plates, Chopines,  $\frac{1}{2}$  Chopines et Flasks "Book"

**EST EN VENTE DANS LE MONDE ENTIER**

C'est la Quintessence même du  
Seigle et du Blé d'Inde mélangés.

FABRIQUEE PAR

**J. P. WISER & SONS, LIMITED**

Prescott Ontario

'NEW-YORK'

"CANADA"

*Lalieu Brodeur*

**Verrerie et Vaisselle,  
Coutellerie.**

**Vaisselle à Bords Doubles, Incas-  
sable et Vitriifiée, de la  
Poterie "RIDGWAY".**

Nous ferons des décors spéciaux, sous émail, en cou-  
leurs, pour convenir à la décoration de toute Salle à Diner.

**Nos Prix sont garantis.**

Nous avons le contrôle, de la vente d'une fabrique de  
verrerie française, qui fait une spécialité de **TUMBLERS**

A nos Magasins de Détail, un Escompte  
sera accordé au Commerce.

**Bureau et Départe-  
ment de Gros,  
88 rue SAINT-PIERRE,  
Montréal.**

M. A. N. BRODEUR, Gérant Général.

**LAWRENCE A. WILSON COMPAGNIE**

— Limitée —

La plus importante Maison de Vins et Liqueurs en  
gros du Canada.

**MAGASINS D'ENTREPÔT:**

48 rue St-Jacques.

**ENTREPÔTS DE DOUANE:**

415 rue Saint-Paul.

**VOUTES D'ENTREPÔT:**

84 ruelle Fortification.

**BUREAUX CHEFS: 87 RUE ST-JACQUES**

Téléph. Bell, Main 2424, 1394, 7400, 2757

**MONTREAL**

les lois de leur pays ou de commettre toute autre action contraire à la morale. Alors les abus éclateront de toutes parts, et il deviendra facile aux adversaires du commerce des liqueurs de soulever la population et de demander la prohibition entière.

La prohibition totale, la suppression complète du commerce des liqueurs est le seul et unique but avoué de la Dominion Alliance, tel qu'inséré dans sa Constitution publiée par le Bureau Chef en 1912.

Voici cette Constitution :

## LA DOMINION ALLIANCE

### Suppression totale du Trafic des Liqueurs

La Dominion Alliance est, d'après son plan et son but, simplement une union ou fédération des différentes sociétés ou agences du Canada qui sont favorables à la suppression du trafic des liqueurs. Elle nomme un Conseil central composé de délégués choisis dans les Succursales Provinciales de l'Alliance et dans les diverses sociétés de tempérance et corps religieux des provinces.

Le Conseil, qui est un corps fédéral, a été très actif quand l'agitation au sujet de la prohibition c'est concentrée au Parlement Fédéral, mais depuis que les tribunaux ont affirmé que les Législatures Provinciales ont des pouvoirs prohibitifs, le travail de l'Alliance s'est effectué surtout par l'intermédiaire des succursales provinciales ou des organisations équivalentes dans les diverses provinces; chacune des succursales établit sa propre Constitution, dresse son propre plan de travail, et dirige comme elle l'entend son action. On ne lui demande que de reconnaître dans le conseil que le trait d'union entre les différentes organisations provinciales favorisant la prohibition et une agence lui aidant à obtenir la législation fédérale désirée.

### Elle réclame la Prohibition.

L'Alliance réclame la prohibition totale. Une grande majorité des partisans de la tempérance ont foi dans cette méthode avancée. C'est dans ce but qu'ils travaillent sans relâche. Dans les rangs de l'Alliance, il y a nombre de gens qui sont en faveur de méthodes moins radicales. La majorité des membres gouverne, et le principal objet poursuivi par l'Alliance, c'est l'établissement de la prohibition.

### Constitution du Conseil de la Dominion Alliance. — Déclaration de principes

1.—Qu'il n'est ni juste ni politique de la part de l'Etat d'accorder une protection légale et sa sanction à tout trafic ou système tendant à augmenter le nombre des crimes, à dissiper les ressources nationales, à corrompre les mœurs et à détruire la santé et la vie des citoyens.

2.—Que le trafic des boissons alcooliques est contraire au véritable intérêt des individus, met le désordre dans la société, nuit à son bien-être et que par conséquent, il devrait être prohibé.

3.—Que l'histoire et les résultats obtenus par toutes les législations passées au sujet du trafic des liqueurs prouvent amplement qu'il est impossible de limiter d'une manière satisfaisante ou de régulariser un système à tendances si essentiellement malfaisantes.

4.—Qu'aucune considération de gain particulier ou de revenu public ne peut justifier le maintien d'un système si complètement mauvais en principe, de politique ruineuse et de résultats désastreux, comme l'est le trafic des liqueurs enivrantes.

5.—Que la prohibition totale du trafic des liqueurs est en parfaite harmonie avec les principes de justice et de liberté, ne restreint pas le commerce légitime et est d'une importance essentielle à l'intégrité et à la stabilité du gouvernement et au bien-être de la population.

6.—Que s'élevant au-dessus des considérations de sectaires et de parti, tous les citoyens devraient s'unir pour obtenir une législation prohibant la fabrication, l'importation et la vente des liqueurs enivrantes, car cette législation aiderait de la manière la plus efficace à faire disparaître le fléau épouvantable de l'intempérance."

Pour des raisons constitutionnelles, ne pouvant demander la prohibition dans cette Province, la Dominion Alliance cherche à créer au commerce des obstacles tels qu'ils produiront évidemment le même résultat. Nous laissons à Messieurs les Commissaires le soin d'apprécier cette tactique des adversaires du commerce des liqueurs. Pour notre part, nous devons dire que nous avons une autre conception des droits et de la liberté de la majorité du peuple. Nous soumettons que, aussi longtemps que l'importation et la fabrication de l'alcool seront permises au Canada; aussi longtemps qu'il y aura une demande pour cet article de la part du public; aussi longtemps il sera nécessaire de pourvoir à un système de distribution de cette marchandise. Ce système de distribution a toujours compris et comprend encore deux catégories bien distinctes: celle des marchands-licenciés et celle des marchands non-licenciés. La catégorie des marchands licenciés légitimes se subdivise dans la Province de Québec entre les hôteliers, restaurateurs licenciés, les clubs et les magasins de détail licenciés. Nous représentons aujourd'hui devant vous les marchands tenant des magasins de détail licenciés, et, nécessairement, nous nous proposons de limiter nos remarques aux articles de la Loi qui affectent cette catégorie.

Au sujet de la catégorie des commerçants non-licenciés l'on nous dit et il a été dit devant cette Commission que leur commerce est considérable. Ne le connaissant pas, nous ne pouvons en parler avec connaissance de cause; mais il nous semble que des mesures énergiques devraient être adoptées pour réduire ce commerce illicite à son minimum. Nous comprenons aussi que quels que soient les amendements apportés à la Loi des Licences, ces personnes ne sauraient en être affectées, attendu que dans leur cas, puisqu'elles pratiquent le commerce hors la loi, elles ne sauraient être atteintes qu'au moyen d'une pénalité. Il serait bon qu'une surveillance plus étroite et en permanence soit exercée à leur sujet, car nous ne serions pas surpris qu'une proportion assez considérable des abus que l'on reproche généralement au commerce de liqueurs ne trouvent leur source dans ces maisons de désordre. Nous ne voulons de mal à personne, mais nous soumettons qu'il y aurait là dans ce commerce illicite, un champ illimité, tout ouvert à l'activité des apôtres de la tempérance; car s'ils trouvent logique de persécuter le commerce légitime, ils doivent considérer comme un devoir sacré la tâche de faire disparaître le commerce illicite, puisque celui-ci est punissable par la Loi.

Quant à la catégorie des commerçants licenciés, en autant que les magasins de détail sont concernés, nous devons dire que leur caractère est tout-à-fait différent. Aucune liqueur n'étant consommée sur les lieux, il leur est presque impossible d'être la cause d'aucun désordre ou d'aucun méfait. Le magasin licencié en détail est simplement un dépôt de liqueurs, tenu en certains endroits pour l'accommodation du public. Une petite quantité de ces marchandises est généralement livrée dans les magasins; la plus grande partie est livrée à domicile. Le fait que dans la Province de Québec l'épicier peut obtenir une licence, donne à ce magasin un caractère particulier qu'il est très important de lui conser-

— — — **VENDEZ LE** — — —

# GIN de BURNETT

"LE LONDON DRY ORIGINAL,"  
ABSOLUMENT LE PLUS FIN !

J. M. DOUGLAS & Co., Seuls Agents au Canada, MONTREAL.

**JOSEPH E. SEAGRAM,** •• DISTILLATEUR DE ••  
Fins Whiskies

WATERLOO, CANADA

"Old Times," "White Wheat," "No 83 Rye," "Star Rye".

MEAGHER BROS. & CO., Limited, Agents, Montréal.

ver, car ce système ajoute à la sécurité du public tant au point de vue de la moralité qu'au point de vue de la tempérance. Ce système, dans la pratique, a pour effet de modérer la vente des liqueurs enivrantes, parce que ce système est non seulement un commerce de vin, mais il en plus un commerce de produits alimentaires. En effet nous pouvons dire que dans la Province de Québec, grâce à ce système particulier, la vente des liqueurs enivrantes est limitée à la demande normale de ce produit. Cette double capacité l'empêche de pousser d'une manière déraisonnable la vente des liqueurs, car, en ce faisant, l'épicier licencié risque de perdre des clients qui ne lui achètent que des épiceries.

En jetant un coup d'oeil sur ce qui se passe dans les autres Provinces, là où la distribution des liqueurs se fait par l'entremise des marchands de vin exclusivement,

(à suivre)

## LA QUESTION DES COGNACS JUGEE EN FRANCE

L'"Epicierie Française" vient de publier sur cette question une étude que nous jugeons bon de reproduire ici, présumant qu'elle intéressera hautement le commerce des vins et liqueurs.

### Encore la question des Cognacs

Nous sommes obligés de revenir sur cette question que nous avons déjà abordée plusieurs fois. Elle est vitale, en effet, pour nos adhérents, si nous en jugeons par le nombre des poursuites, vraiment inquiétant dont ils sont actuellement l'objet pour mettre en vente et vendre sous le nom de

**S. H. EWING & SONS,** IMPORTATEURS et  
MANUFACTURIERS de  
**BOUCHONS**

Coupés à la main et à la machine.

Marchands de Capsules pour bouteilles, de  
Broches d'embouteilleurs, d'Etain en feuilles,  
de Fournitures pour Brasseurs, etc., etc., etc.

Succursale de Toronto: 29 rue Front. Ouest. Bureau Principal: 96 rue King, Montréal

Téléphones: { BELL MAIN 63  
MARCHANDS 522

cognac un produit qui n'a pas droit à cette appellation, soit parce qu'il n'est que de l'eau-de-vie ordinaire, soit encore parce qu'il est un mélange d'alcool d'industrie et de cognac.

Les protestations que nous avons enregistrées sur ce point sont trop nombreuses, et elles nous paraissent trop sincères pour que notre conviction ne soit pas faite: à moins d'y mettre un prix absolument inabordable pour les détaillants chargés de revendre au public, le cognac, exclusivement traité et vendu dans la contrée ayant droit à se servir de cette appellation, n'est point vendu par les commerçants en gros à l'état pur.

Nous n'avons pas à chercher quelles sont les raisons de cet état de choses: nécessité de soutenir la concurrence, impossibilité de vendre le produit à un prix trop élevé sous

ne de voir diminuer la consommation, insuffisance de production... nous nous bornons à constater un fait qui nous semble moralement acquis.

Cette habitude fâcheuse entraîne ceux qui la pratiquent à prendre les moyens qui leur semblent les plus propres à s'exonérer de la responsabilité que leur manière de faire peut entraîner pour eux ; sans les examiner tous, il nous apparaît que celui qui est le plus régulièrement employé consiste à ne vendre le produit qu'en fût, et à mettre à la disposition du détaillant, qui se chargera de l'embouteillage, les étiquettes, bouchons et capsules destinés à le lui faciliter. Le détaillant ne voit à cette manière de faire d'abord que l'avantage que l'on fait luire à ses yeux : celui de lui vendre à prix plus modéré le produit qui lui est livré puisqu'il lui est envoyé en faisant l'économie de la manipulation. Mais son fournisseur n'est nullement guidé par cette considération, lui qui sait que le produit qu'il livre n'est pas un produit absolument pur ; il obéit à cette préoccupation, que nous disions tout à l'heure, d'éviter toute responsabilité éventuelle par le fait que le détaillant s'est livré à l'embouteillage et par conséquent, a manipulé le produit. Si celui-ci est, à la suite d'un prélèvement, dénoncé comme n'ayant pas droit à l'appellation de cognac il aura beau faire entendre toutes les protestations possibles, il aura beau affirmer qu'il a vendu le produit dans l'état même où il lui a été livré, la présomption de falsification s'élèvera contre lui au profit et au bénéfice de son fournisseur parce qu'il a touché au produit qui lui a été livré.

Dans les nombreuses poursuites qui, de ce chef, ont été exercées depuis environ une année, nous avons toujours cherché, comme c'était notre devoir, à faire éclater la sincérité et la bonne foi des protestations des détaillants.

La conséquence de cette attitude a toujours été que le fournisseur était appelé à fournir des explications. Or, invariablement celui-ci se retranchait derrière cette explication : " J'ai fourni le cognac que j'ai vendu, et que j'affirme avoir été un produit pur, en fût ; or, lorsqu'il a été prélevé, il était en bouteilles ; par conséquent c'est mon client qui s'est livré à la manipulation du produit ; qui me dit qu'au cours de cette manipulation il n'a pas coupé le produit que je lui envoyais avec de l'alcool d'industrie, afin de baisser le prix de revient du produit qu'il préparait pour la vente?..."

Voilà qui prouve bien que nous sommes dans le vrai quand nous affirmons que, lorsque le produit est ainsi envoyé en fût par le fournisseur aux détaillants, c'est précisément, pour pouvoir, au cas de mise en cause, se réfugier derrière le fait de la manipulation pour dénier toute responsabilité au sujet de la composition du cognac livré.

L'attitude prise ainsi par certains négociants doit nous dicter notre ligne de conduite à nous détaillants.

Il n'est pas possible que des adhérents continuent ainsi à se faire poursuivre, et quelquefois à se faire condamner ; je dis quelquefois, car fort heureusement la question de leur responsabilité pénale apparaît la plupart du temps comme trop troublante au consciencieux juge d'instruction qui mène l'information contre eux pour que dans le doute il ne rende pas en leur faveur une ordonnance de non lieu. Client et avocat sont bien heureux quand la poursuite se termine ainsi ; mais l'inculpation a cependant duré plusieurs semaines, pesant durant tout ce temps, et de façon lourde, sur les épaules de celui qui en est l'objet, amenant son cortège de tracasseries, de dérangements et de préoccupations.

Il faut à tout prix éviter ces multiples inconvénients ; et, pour cela, il n'est qu'un moyen : c'est que le détaillant se mette lui-même dans l'impossibilité de pouvoir modifier la nature et la composition du produit qui lui est vendu. Il doit imposer à son fournisseur de ne lui livrer le cognac qu'il lui

achète, que tout préparé pour la vente, c'est-à-dire cacheté et étiqueté.

Nos adhérents aperçoivent immédiatement que cette règle qu'ils imposeront à leurs fournisseurs aura nécessairement ce résultat que celui-ci, ne pouvant plus fuir les responsabilités, s'asservira à livrer un produit conforme à son étiquetage. Nous le répétons, c'est là une question vitale. Il faut que le commerce de l'épicerie se plie à cette manière d'agir, sa tranquillité est à ce prix.

Ces conseils, nous les avons déjà donnés il y a trois mois ; mais il faut croire qu'ils ont été lus avec bien peu d'attention par ceux à qui nous les donnons, puisque le nombre des poursuites n'a pas sérieusement diminué ; nous sommes donc bien obligés d'y revenir, et d'imiter cet industriel qui, pour que le public se mette bien dans la tête qu'il doit acheter son produit, a imaginé de faire figurer à la quatrième page des journaux quotidiens cette image amusante d'un homme dans le cerveau duquel on enfonce un coin à grands coups de marteau. Procédant de la même façon, nous répétons à nos adhérents : Pour éviter les poursuites multipliées qui, du chef de la mise en vente sous le nom de cognac, d'un produit qui n'est pas un cognac pur, menacent un trop grand nombre d'entre vous, mettez-vous bien dans la tête que vous n'avez qu'une seule manière de faire, c'est de donner la preuve au commissaire du prélèvement que le produit mis en vente est offert au public dans l'état même où il est sorti des mains du fournisseur, de façon à ce que, si l'analyse révèle l'impureté du produit, ce soit le-dit fournisseur et non pas nos adhérents qui aient des comptes à rendre à la Justice.

#### L'IMPORTANCE DE LA LECTURE D'UN JOURNAL DE COMMERCE.

L'homme d'affaires qui veut — et tous les hommes d'affaires le devraient — rester tout à fait au courant de ce qui se passe dans le milieu commercial dans lequel il se trouve, doit de toute nécessité s'abonner à un journal commercial. De plus, il ne devrait pas le lire de temps à autre, mais d'une manière assidue, systématique, de façon à pouvoir profiter de toutes les occasions pour fixer son attention d'une manière toute spéciale sur les questions traitées dans les colonnes du journal commercial.

Cela est encore plus vrai pour le commerce des vins et liqueurs que pour tout autre. Le commerce des vins et liqueurs est constamment en butte à des attaques de fanatiques, à des hostilités insidieuses et il n'y a pas de rempart plus solide pour le défendre que le journal commercial.

Ce journal sert aussi au détaillant à se tenir au courant des derniers événements commerciaux et les méthodes de tout commerçant dont les affaires sont prospères devraient être des plus modernes.

Chaque détaillant qui met annuellement de côté une petite somme d'argent pour recevoir à son magasin un journal commercial fait là un placement très profitable ; le journal vaut bien des fois le montant de l'abonnement, car sa lecture assure d'excellents résultats en affaires et chaque montant d'abonnement sert à la défense commune contre l'ennemi.

Il fut un temps où les journaux commerciaux n'étaient pas pris au sérieux. Ce temps est bien passé. Chaque profession a plusieurs bonnes publications dévouées à ses intérêts et ces journaux sont bien soutenus.

Tout détaillant qui sait qu'un de ses confrères n'est pas abonné à un journal de commerce devrait lui faire sentir la nécessité de s'abonner et de fournir son appui au journal pour défendre leurs intérêts communs ; il ne faut pas oublier que "l'éternelle vigilance est le prix de la liberté".

## LES VINS VERTS

La verdeur, qui est le caractère dominant des vins de 1912, est causée par un excès des acides fixes apportés par le raisin. Il y a des degrés divers de verdeur dus à l'abondance plus ou moins grande des principes des fruits verts: acides tartrique et malique libres. Tandis que le fruité n'est qu'une pointe de verdeur plutôt agréable qui fait rechercher nombre de vins communs, lorsque la verdeur est un peu exagérée, les vins sont dits acides durs, pointus, raides, réches, acerbes.

Il est parfaitement établi que les acides et les sels acides végétaux du raisin, du moût ou du vin ont une action rafraîchissante très efficace, ces acides se transformant dans l'organisme en carbonates alcalins qui vont alcaliniser le sang; ce sont d'ailleurs les principaux éléments actifs des cures de fruits, des cures de raisins, dont on connaît les effets diurétiques et même laxatifs; ce serait le cas de rappeler l'influence des raisins sur le sort de la bataille de Valmy. Consommer des vins un peu verts revient donc à une cure pour les organismes prédisposés à l'arthritisme, au rhumatisme, pour certaines fièvres, la diathèse urique, etc.

Cependant dans certains vins récoltés trop tôt, l'acidité domine tellement que l'ingestion du vin entraîne des troubles avec brûlures des muqueuses de la bouche, de l'estomac, etc., c'est là une conséquence de l'action corrosive des acides, laquelle dans ce cas n'est pas tempérée par les autres éléments du vin. Il est évident que dans cette action des vins verts, il faut aussi tenir compte de l'habitude, qui fait accoutumer peu à peu à la verdeur, laquelle devient même une qualité, et aussi de l'individualité des estomacs, dont la sensibilité aux acides varie extrêmement.

A ce point de vue, il faut aussi distinguer les diverses acidités que présentent les vins, et lesquelles ont des actions physiologiques bien distinctes; ainsi, la verdeur ne doit pas être confondue avec la piqure, celle-ci étant due à des acides volatils développés par des fermentations bactériennes, vins piqués, aigres, sûrs, échauffés, etc. L'acide carbonique très abondant dans les vins jeunes, augmente aussi leur acidité gustative et peut être pris pour de la verdeur, mais si on a le soin de le chasser soit par l'agitation du vin à l'air, soit encore par son séjour dans la bouche, il est facile de faire la part de cette acidité temporaire.

Il faut encore distinguer dans l'impression gustative de verdeur deux acidités ayant des influences différentes; d'une part, la crème de tartre, d'autre part les acides libres, en particulier l'acide tartrique et l'acide malique, chacun de ces éléments de l'acidité ayant son action propre dans la sapidité du vin; ainsi l'expérience montre que si la saveur acide des acides du vin peut se distinguer en solutions dans l'eau pure par des caractères gustatifs spéciaux, quoique peu définissables, elle ne peut être différenciée dans les vins; cependant, à dose d'acidité équivalente, l'acidité de la crème de tartre est moins intense que celle de l'acide malique et surtout de l'acide tartrique.

La saveur acide de deux vins ayant la même acidité totale n'est donc pas la même si les éléments de cette acidité ne sont pas les mêmes, elle sera plus vive dans le vin qui présentera la plus forte proportion d'acides libres. Cette différence d'intensité de la sapidité des éléments acides du vin explique aussi pourquoi l'action du froid qui précipite uniquement la crème de tartre a un effet atténuant plus sensible à l'analyse qu'à la dégustation.

Il serait sans doute fort intéressant de pouvoir comparer ces intensités de saveur avec la constitution même des corps

dissolus, peut-être trouverait-on une relation entre ces intensités et les constantes physiques que les théories modernes sur la constitution des corps dissolus ont introduites dans la science et dont les applications ont déjà été si fécondes; il semble logique d'admettre que ce soient surtout les corps libres du résidu acide des molécules dissociés qui provoquent la sensation acide.

Peut-être arriverait-on à justifier aussi l'action indiscutable exercée sur la saveur acide par les autres éléments du vin; on sait en effet que l'alcool, la glycérine, les sucres l'atténuent très sensiblement; c'est ce qui a conduit certains praticiens observateurs à masquer les excès d'acidité par l'édulcoration du vin à l'aide de demi-fermentés, moûts renfermant au moins 5° d'alcool dus à la fermentation, édulcoration conforme à la réglementation actuelle. Il faut ajouter qu'avec le temps, l'atténuation de l'acidité est encore augmentée dans ce cas par l'éthérification d'une partie des acides avec les sucres.

Cependant, il est bien évident que si ce procédé donne une atténuation de la saveur acide, il n'en laisse pas moins dans le vin une abondance de corps acides qui peuvent dans certains cas provoquer des troubles digestifs, en particulier sur les estomacs présentant de l'hyperacidité; l'édulcoration n'est donc qu'un palliatif très relatif, sorte de masque qui laisse au moins en grande partie subsister l'action physiologique de l'excès des substances acides.

Le moyen le plus rationnel d'atténuer l'acidité est certainement le coupage quand il est possible; l'addition d'eau ou de sucre sur les moûts ne peut être utilisée légalement même pour les vins destinés exclusivement à la consommation familiale; les procédés chimiques ont donné autrefois des résultats excellents par un emploi judicieux du tartrate neutre de potasse, mais sont-ils licites? la question est indécise et sera probablement tranchée prochainement à la suite de l'étude faite par les services compétents.

### SOYEZ COMME LES AUTRES HOMMES D'AFFAIRES

L'aspiration légitime et honorable de tout détaillant honnête de vins et liqueurs est d'être considéré par ses concitoyens comme les autres hommes d'affaires le sont. C'est son droit de vouloir être considéré ainsi; il est à espérer que personne, ayant un peu de sens commun, ne lui refusera ce droit.

Il y a certaines petites causes qui produisent de grands effets. Ce sont par ces petites choses que le droit au respect de la population peut s'annihiler.

En voici un exemple: Quand une personne d'une autre profession vient chez le détaillant pour percevoir le montant d'un billet, on devrait lui donner son chèque ou le montant de son argent, sans lui proposer de boire ou de fumer, juste de la même façon que lorsque ce détaillant va payer son boucher: on ne lui demande pas d'emporter un pied ou deux de saucisse de Bologne. La transaction entre le détaillant et la personne dont il est le client n'est purement qu'une transaction commerciale. Alors, pourquoi en faire un incident social? Il n'est pas nécessaire du tout d'agir ainsi.

D'un autre côté, si l'autre homme d'affaires est invité à boire ou à fumer, il sent qu'il lui faut rendre cette politesse,

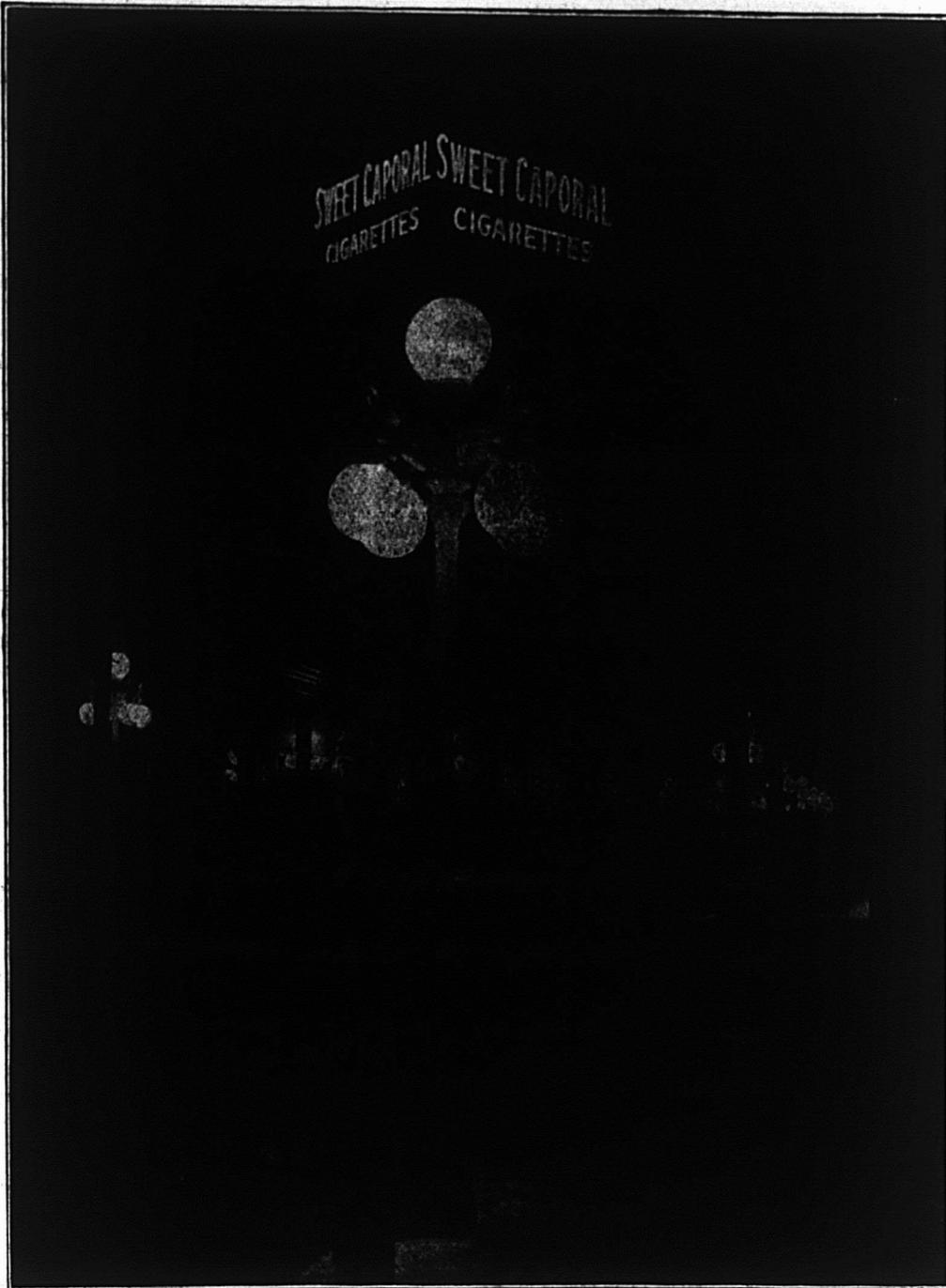
qu'il y soit disposé ou non. Le résultat net de cette opération c'est qu'il faut déduire le prix des consommations où des cigares du montant de son billet.

Quand il se rend compte de cela, il peut très bien arriver qu'il ne puisse s'empêcher de paraître mécontent et qu'il pense que le débitant de liqueurs cherche constamment à gagner de l'argent et n'aime pas à en sortir de sa caisse.

Bien que cela puisse être de peu d'importance au jour et

au moment où cela se passe, il est fort possible que cela en ait le jour de votation quand viendra sur le tapis la question du non-octroi des licences.

Le détaillant qui fait ses affaires en suivant de bons principes d'affaires est respecté comme un homme d'affaires. Il y a nombre d'excellentes preuves de ce que nous avançons. Tous les détaillants peuvent arriver à se faire considérer comme de vrais hommes d'affaires.



### A QUÉBEC DANS LA SOIRÉE

Dans la vignette ci-dessus on voit bien une "enseigne dans le ciel" très connue à Québec ; on a photographié cette enseigne pendant la nuit et par conséquent cette photographie donne une excellente idée de l'effet produit. Cette enseigne au haut d'un toit s'élève au-dessus de l'édifice Merger, qui est le plus haut de tout Québec ; il a dix étages. Il y a trois énormes enseignes électriques sur le toit. Deux d'entre elles sont visibles dans l'illustration ci-dessus : la troisième est dans une autre direction. Ces trois enseignes, portant le nom fameux des "Cigarettes Sweet Caporal" peuvent se voir d'extrêmement loin.

# NOS PRIX COURANTS

Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou manufacturiers.

<b>ABSINTHE</b>		<b>CHAMPAGNES</b>			
Pernod Fils (12)	La cse 14.50	Deutz & Gelderman (14) Bout. ½ Bout.		"Doctor's Friend," p. cs., 12 bouteilles	10.50
Gunpp. Pernod (14)	13.50	Extra sec, Vintage 1904.	33.00 35.00	"V.O.," vieux brandy fin, p. cs., 12 bouteilles	12.00
<b>AMERS</b>		Brut, Vintage 1904.	33.00 35.00	"V.S.O.P.," vieux brandy fin, p. cs., 12 bouteilles	15.00
Amer Picon (12)	11.00	Gratien & Meyer (14) Bt. ½ Bt.		"X.X.O.," vendange 1875, (long cou), p. cs., 12 bouteilles	24.00
Girlings Orange (14)	9.00	Caisses ou paniers	12.00 14.00	"Special Reserve," vieux de 50 ans, p. cs., 2 bouteilles	36.00
Levert & Shudel Orange (14)	9.00	Ve Pommery, Fils & Cie (12)		<b>GIN</b>	
Tot (14)	7.50	Sec, ou Extra Sec.	31.00 33.00	Jimenez & Lamothe (14)	
<b>BIERES</b>		Brut (vin naturel)	33.00 35.00	***	Bout. 11.00
Robert Porter & Co., London, Eng. (14)		G. Rosset & Cie (14)		1865 Liqueur	Bout. 18.00
Bulldog brand Bass's Ale, p. cs., 12 qts.	2.55	Extra sec, Vintage 1904.	18.00 20.00	En fûts	4.50 à 4.75
Bulldog brand, Bass's ale, p. 12 pts.	1.65	<b>CLARETS</b>		Greenlees & Co., London, Eng. (14)	
<b>BIGARREUX</b>		Bordeaux Claret Co. (14)		"London Dry," p. cs., 12 bout.	7.50
Teyssonneau (12)		Côtes	3.50 4.50	"Old Tom," p. cs., 12 bouteilles	7.50
Bigarreaux au Marasquin.	9.00 10.50	Bon Paysan	3.60 4.60	"Old Tom" and "London Dry," le gallon, en baril, depuis	2.50
<b>BOURGOGNES BLANCS</b>		Bon Bourgeois	4.00 5.00	Burnett (15)	
Bouchard, Père & Fils (12)		St-Julien	4.50 5.50	London Dry	7.50
Chablis	bout. ½ bout. 8.00 9.00	Château Brûlé	5.00 6.00	Old Tom	7.50
Chablis, 1889	11.75	St-Estèphe	7.00 8.00	Blankenhewm & Nolet's Distillerderij, Rotterdam, Hollande (14)	
F. Chauvenet (15)		Pontet Canet	9.00 10.00	"Key Brand," caisses rouges, 15 grandes bouteilles	11.50
Montrachet (mar. Guiche)	20.00 10.00	Nathaniel Johnston & Fils (12)		"Key Brand," caisses vertes, 12 bouteilles moyennes	5.50
Chablis Supérieur	7.25 8.25	Ordinaire	4.25 5.25	"Key Brand," caisses violettes, 24 petites bouteilles	6.00
Dufouleur Père & Fils, Nuit, St-Georges, France (14)		Château Chamfleuri	4.25 5.25	"Old Geneva Afrikander," 24 ½ jars en pierre	13.00
"Chablis," p. cs., 12 qts	9.00	St-Loubès	5.25 6.25	"Old Geneva Afrikander," 12 jars en pierre	12.00
"Meursault," p. cs., 12 qts.	14.50	"Club"	5.50 6.50	<b>LIQUEURS FRANÇAISES</b>	
"Clos Vougeot," p. cs., 12 qts.	21.00	Médoc	5.75 6.75	Bénédictine (12)	Ltr. ½ Ltr. 20.00 21.00
<b>BOURGOGNE IOUSSEUX</b>		Margaux	6.00 7.00	12 litres	
Bouchard, Père & Fils (12)		St-Julien	6.00 7.00	Marie Brizard & Roger (12)	
Bourgogne Mousseux	15.00 16.50	St-Estèphe	7.00 8.00	Anisette	13.50
Beaune	17.00 18.50	Château Dauzac	9.50 10.50	Curaçao, Orange ou Blanc	12.50
Nuits	19.00 20.50	Pontet Canet	11.00 12.00	Marasquin	13.00
Chambertin	22.50 24.00	Margaux Supérieur	11.00 12.00	Kummel, Superfin	12.00
<b>BOURGOGNES ROUGES</b>		Château Beaucaillou	15.00 16.00	Kummel Cristallisé	12.50
Bouchard, Père & Fils (12)		Château Léoville	19.00 20.00	Green Peppermint	13.00
Mâcon	6.50 7.50	Château Larose	19.00 20.00	Crème de Menthe, Blanche	13.00
Beaujolais	8.00 9.00	Château Margaux	21.00 22.00	Cherry Cordial	12.50
Beaune	9.00 10.00	Château Lafitte	22.00 23.00	Cherry Brandy	12.50
"Club"	7.00 8.00	<b>COCKTAILS</b>		Blackberry Brandy	12.50
Pommard	10.00 11.00	Cook & Bernheimer Co. (14) La cse		Kirsch	15.50
Nuits	12.00 13.00	Manhattan, Martini, Tom Gin,		Bitter Triple	12.00
Chambertin	16.50 17.50	Vermouth, Gin, Whiskey, American	9.50	Liqueurs assorties	13.00
Clos de Vougeot	22.00 23.00	<b>COGNACS</b>		Crème de Menthe Verte	13.00
F. Chauvenet (15)		Boutelleau Fils & Cie, Cognac, France (14)		Crème de Moka	13.00
Clos-de-Vougeot	25.50 26.50	"Colombe au Rameau d'Or," p. cs., 12 qts.	9.50	Crème de Cassis	13.00
Chambertin	18.50 19.50	"Colombe au Rameau d'Or," p. cs., 24 demi bouteilles	10.00	Crème de Noyau	13.00
Romanée	18.50 19.50	"Colombe au Rameau d'Or," p. cs., 32 fls	10.50	Eau-de-vie de Dantzick	13.00
Corton (Clos-du-Roi)	15.50 16.50	"Doctor's Special," p. cs., 12 bouteilles	12.00	Orange Bitters	9.50
Nuits	13.00 14.00	"V.O. 1875," p. cs., 12 bouteilles	13.50	Punch au Kirsh	11.00
Volnay	12.50 13.50	"V.S.O.P.," 1858, p. cs., 12 bouteilles	18.00	Peach Brandy	15.00
Pommard	11.50 12.50	"V.V.S.O.P.," 1820, p. cs., 12 bouteilles	30.00	Cse de 12 bout., bout. de 26 oz.	11.50
Beaune	10.00 11.50	Jos. Bremon & Cie, Cognac, France (14)		Cse de 12 bout., bout. de 35 oz.	14.00
Moulin-à-Vent. Mâcon vieux Supérieur	9.00 10.00	Par caisse de 12 pintes	6.50	Levert & Schudel, "Real Dutch" (14)	
Beaujolais	7.00 8.00	Par caisse de 24 flasks	7.50	Anisette, p. cs., 12 bouteilles	13.50
Mâcon (Choix)	6.50 7.50	Par caisse de 48 demi flasks	8.50	Apricot Brandy, p. cs., 12 bout.	15.00
Dufouleur Père & Fils, Nuit, St-Georges, France (14)		M. Carlat & Cie, Cognac, France (14)		Peach Brandy, p. cs., 12 bout.	15.00
"Macon," p. cs., 12 qts.	7.50	"Trois Etoiles," p. cs., 12 bout.	8.00	Crème de Menthe, blanche ou verte, 12 grandes carafes rondes	16.50
"Beaujolais," p. cs., 12 qts.	8.00	"Trois Etoiles," p. cs., 24 demi bouteilles	9.00	Crème de Menthe, blanche ou verte, 12 grandes carafes carrées	16.50
"Moulin à Vent," p. cs., 12 qts.	8.50	Cognac City Distillers' Association, Cognac, France (14)		Crème de Menthe, blanche ou verte, 12 bouteilles pyramides	13.50
"Beaune," p. cs., 12 qts.	9.50	"Trois Etoiles," vieux brandy, p. cs., 12 bouteilles	9.50	Crème de Cassis, p. cs., 12 bout.	13.50
"Nuits," p. cs., 12 qts.	11.00	"Trois Etoiles," vieux brandy, p. cs., 24 demi bouteilles	10.00	Crème de Cacao, p. cs., 12 bout.	13.50
"Volnay," p. cs., 12 qts.	11.50	"Trois Etoiles," vieux brandy, p. cs., 32 flasks	10.50		
"Pommard," p. cs., 12 qts.	12.00	"Cachet d'Or," p. cs., 12 longues bouteilles	11.00		
"Corton," p. cs., 12 qts.	14.50				
"Chambertin," p. cs., 12 qts.	16.50				
"Clos Vougeot," p. cs., 12 qts.	21.00				
F. Chauvenet-Sparkling					
Red Cap	22.00 24.00				
Pink Cap	22.00 24.00				
White Cap	22.00 24.00				

Curacao, blanc, orange ou topaz, par 12 cruches	13.50
Kummel, Dutch ou Russe, 1/2 cruches	13.50
Kirschwasser, par 12 bouteilles	13.50
Maraschino, par 12 bouteilles	13.50
H. Odewahn (14)	
Cherry Brandy	12.00
C. Terrand (14)	
La petite Chartreuse	18.00 19.00
Lawrence A. Wilson Co., Montréal (14)	
Wilson's Blackberry Brandy, p. caisse	10.50
"Royal Crown," vieux Blackberry Brandy Anglais, p. cs.	9.00
"Hungarian" blackberry brandy, p. cs.	9.00

**MOSELLE**

Kock, Lauteren & Co. (12)	
Zeltinger	8.00 9.00
Brauenberg	7.50 8.50
Pisport	8.50 9.50
Scharzberg—1895	12.00
Moselle Mousseux	18.00 19.50
H. Sichel Söhne (14)	
Moselle Mousseux	
Muscatel ou Extra Dry	17.50 19.00

**OLD TOM & DRY GINS**

Gordon (12)	
Londón Dry	7.50
Old Tom	7.50
Sloe Gin	9.25
Greenless & Co. (14)	
Old Tom	7.50
Sloe	8.50
Londón Dry	6.50
Au gallon	2.50 à 3.00

**OPORTO**

J. W. Burmester, Oporto, Portugal (14)	
"Royal Port," p. cs., 12 bout.	6.00
"Cruzado," p. cs., 12 bouteilles	8.00
"Newfoundland Style," p. cs., 12 bouteilles	11.00
"Rich Douro," p. cs., 12 bout.	12.00
"Toreador," p. cs., 12 bouteilles	13.00
"Old Crusted," p. cs., 12 bout.	14.00
"Blue Label Royal," p. cs., 12 bouteilles	18.00
White port, "Trois Couronnes," p. cs., 12 bouteilles	12.50
White port, "Perles d'Or," p. cs., 12 bouteilles	9.50
<b>Au gall.</b>	
1 Grappe	2.00 à 2.25
Diamant 1	2.50 à 2.60
2 grappes	2.75 à 2.85
3 grappes	3.00 à 3.10
4 grappes	3.60 à 3.75
4 Diamants	3.85 à 3.50
3 couronnes	4.60 à 4.75
Gonzalez Byass (14)	
T. Port Wine	2.50
Tawny	3.00 à 3.25
Ruby Dry	4.00 à 4.25
MacKenzie & Co., Ltd. (12)	
Au gallon	2.25 à 10.00
Sandeman & Co. (12)	
Superior Old	12.00
"Club"	18.00
"1800"	30.00
Au gallon	2.50 à 15.00

**PORTER ANGLAIS**

Guinness' (14)	Pt. Chop.
Bull Dog Brand	2.50 1.60
Bull Dog Brand Nips	1.15
Guinness' (4)	
Emb. de E. & J. Burke	2.60 1.65

**RHUMS**

Marie Brizard & Roger (12)	Bt. 1/2 Bt.
Charleston	12.50
P. S. Clément	10.00
Jamaïque au gallon	5.00

**SAUMUR MOUSSEUX**

Ackerman-Laurance (15)	Bt. 1/2 Bt.
"Dry-Royal"	15.75 16.75
1/2 Bout. paniers 1 doz.	
paquets de 4 paniers	18.00

**SAUTERNES**

Union Générale Vinicole des Charentes et de la Gironde (14)	
"Graves", p. cs., 12 bout.	6.00
"Sauternes", p. cs., 12 bout.	7.00
"Barsac", p. cs., 12 bout.	8.00
"Haut Sauternes," p. cs., 12 bout.	10.00
"Château Yquem," p. cs., 12 bout.	25.00
Nathaniel Johnston & Fils (12)	
Barsac	6.00 7.00
Sauternes	6.00 7.00
Graves	6.00 7.00
Haut Sauternes	11.50 12.50
Château Yquem	20.00 21.00

**SHERRIES**

Gonzalez, Byass & Cie, Jerez de la Frontera, Espagne (15)	
"Royal," p. cs., 12 bouteilles	6.00
"Favorita," p. cs., 12 bouteilles	8.00
"Club," p. cs., 12 bouteilles	10.00
"Cristina," p. cs., 12 bouteilles	11.00
"Fino," p. cs., 12 bouteilles	11.50
"Amontillado," p. cs., 12 bout.	12.00
"Idolo," p. cs., 12 bouteilles	12.50
"Oloroso," p. cs., 12 bouteilles	13.00
"Victorioso," p. cs., 12 bouteilles	14.00
"Jubilee," p. cs., 12 bouteilles	15.00
"Old East India," p. cs., 12 bout.	18.00
"Monarca," p. cs., 12 bouteilles	18.00
<b>Au gall.</b>	
Pendon	2.00
Claro	2.50
Giralda	3.00
Old Brown	3.25
Fino	3.75
Amontillado	4.00
Vino de Pasto	4.00
Oloroso	4.25
Las Torres	4.50
Victorioso	5.50
Jubilee	6.00
S. Hermanos	4.50
Mackenzie & Co., Ltd. (12)	
Au gallon	1.50 à 10.00
Sanderman Buck & Co. (Julian Pémarin) (12)	
Pale Sec	12.00
Montilla Fino très sec	12.00
"Club"	18.00
Selected Old	36.00
"Jubilee"	50.00
Au gallon	1.50 à 10.00

**VERMOUTH**

Noilly, Prat & Co. (12)	7.50
Martini & Rossi (14)	6.50

**VINS DE MARSALA**

Florio & Sicily	Gall.	Caisse 12 bout.
Marsala Superior	1.35	
Marsala Virgin	2.25	5.50
Marsala S. O. M.	2.50	6.00

**TARRAGONES**

Carey, Hermanos & Co.	
Vin de messe	1.25 à 2.00

**VINS DU RHIN**

Kock Lauteren & Co. (12)	
Laubenheim	6.50 7.50
Bodenheim	8.00 9.00
Nierstein	8.50 9.50
Steinwein in Boxbeutels	11.00
Liebfraumilch	13.50 14.00
Giesenheim	10.00 17.00
Hochem	17.00 18.00
Johannisberg	21.00 22.00
Claus Johannisberg, 1893	30.00
Hock Mousseux	18.00 19.50

H. Sichel Sohne, Mayence, Allemagne (15)	
"Laubenheimer"	7.00 8.00
"Niersteiner"	9.00 10.00
"Hocheimer"	10.50 11.50
"Rudesheimer"	13.00 14.00
"Liebfraumilch"	16.00 17.00
"Rauenthaler"	20.00 21.00
"Schloss Johannesberg," p. cs., 12 pintes	30.00
"Steinwein," p. cs., 12 pintes	12.00
"Sarkling Hock," p. cs., 12 pintes	20.00
"Zeltinger," p. cs., 12 pintes	7.00
"Brauneberger," p. cs., 12 pintes	10.00
"Piesporter," p. cs., 12 pintes	10.50
"Mosenblumchen," p. cs., 12 pts.	12.50
"Berncastler," étiquette bleue	15.00
"Piesporter Goldtropfchen," p. cs., 12 pintes	18.00
"Erdrer Treppchen," p. cs., 12 pintes	24.00
"Berncastler Doctor," original, p. cs.	30.00

**VINS TONIQUES**

Vin Mariani (14)	9.00
Wilson's Invalids' Port (14)	9.00
"Red Heart" (15)	9.00

**WHISKEYS AMERICAINS**

Cook & Bernheimer (14)	La cse
Bourbon Gold Lion	10.00
Old Valley	Ptes. 11.50
Old Valley	1/2 flasks 16.00

**WHISKEYS CANADIENS**

Jos. E. Seagram (16)	La cse
"Star" Rye	Pintes
"Star" Rye	Flasks, 32s.
"Star" Rye	Flasks, 64s.
White Wheat	Pintes.
White Wheat	Flasks, 32s.
No. "83" Rye	Pintes.
No. "83" Rye	Flasks, 16s.
Hiram Walker & Sons (8)	La cse
Canadian Club, 5 ans d'âge, Pts	10.00
Canadian Club	Flasks, 16s. 10.50
Canadian Club	1/2 Flasks, 32s. 11.00
imperial	Pintes 7.75
Imperial	Flasks, 16s. 8.25
Imperial	1/2 Flasks, 32s. 8.50
Baronial	Pintes 6.25
Baronial	32 Flasks 7.00

**Clef à la liste précédente.**

Pour trouver l'agent des marchandises cotées plus haut, voyez le numéro après le nom de la marchandise et comparez avec le numéro dans la liste suivante :

- |                         |                            |                                    |
|-------------------------|----------------------------|------------------------------------|
| 1. John Hope & Co.      | 12. Law, Young & Co.       | 15. J. M. Douglas & Co.            |
| 2. Hiram, Walker & Sons | 13. L. A. Wilson Co., Ltd. | 16. Meagher, Bros. & Co., Limited. |

# Cigares et Tabacs

## LA SITUATION DES TABACS

### LE TABAC A LA HAVANE.

La Havane, 14. — Nous sommes maintenant dans la saison pluvieuse; il y a des orages presque tous les jours et par suite les "escogidas" travaillent ferme. La grève à San Antonio de Los Banos a été réglée lundi dernier, les patrons se sont rendus aux demandes des grévistes. Mais cette victoire sera peut-être bien d'une durée assez courte.

Les affaires sont calmes au marché local des feuilles. Pendant la dernière semaine, les ventes ont porté sur environ 1,500 balles ainsi réparties: Vuelta Abajo, 700 balles; Partido, 300 balles, et Remedios, 500.

Les acheteurs ont été les suivants: Américains, 600 balles; exportateurs à Buenos-Ayres, 300 balles; manufacturiers locaux de cigarettes, 600 balles.

Les exportations de cigares, par le port de La Havane, à bord du vapeur "Saratoga", se sont élevées à 768 caisses, soit 3,840,000 cigares. Les exportations de feuilles de tabac par le port de La Havane durant la semaine qui s'est terminée le 7 juin ont été: Pour tous les ports des Etats-Unis, 1,524 balles; pour Brème, 21 balles; pour Hambourg, 23 balles; pour Buenos-Ayres, 303 balles, et pour Valparaiso, 55

### Arrivages de tabac de l'intérieur du pays.

Pendant la semaine qui s'est terminée le 5 juin 1913.	Balles.	Depuis le 1er janvier 1913.	Balles.
Vuelta Abajo	6,115		33,504
Semi Vuelta	990		4,490
Partido	74		1,637
Remedios	318		3,025
Oriente	25		901
<b>Totaux</b>	<b>7,522</b>		<b>43,557</b>

Parmi les acheteurs récemment arrivés, on remarquait Sidney Goldberg, président de la S. Batt & Co., de New-York; Benigno Balbin, de Balbin Bros., et Francisco Gonzalez Longo, de Garcia et Vega, Tampa; W. J. Lightbourn, de Key West; est reparti M. Théodore Garbade, de H. Upmann & Cie.

On a fait une jolie fête à Don Pepin Rodriguez, à son départ de La Havane le 8 juin, car il compte ici une quantité considérable d'amis. Il s'est embarqué sur le "Saratoga". A la manufacture Romeo y Julieta on travaille avec autant d'ardeur que jamais sous la direction de Don Ramon Arguelles.

Les nouvelles reçues de la manufacture Partagas sont très satisfaisantes; on y a reçu récemment de fortes commandes d'Angleterre et d'Amérique du Sud.

H. Upmann & Cie déclarent que les affaires sont normales pour cette saison. Hoyo de Monterey, a, d'après son gérant, Don Jose Lastra, acheté une certaine quantité, cette année, des "vegas" de choix de San Juan y Martinez.

A la manufacture "La Escepsion" on travaille autant que de coutume en cette saison.

Les affaires sont actives aussi chez Henry Clay and Bock and Co.

A la Castaneda on a reçu de bonnes commandes d'Angleterre, de la République Argentine et de l'Allemagne.

A la Belinda on travaille plus que l'an dernier, à pareille date.

A La Flor de A. Fernandez Garcia on a reçu d'assez fortes commandes d'Europe et de l'Amérique du Sud; son nouveau représentant, B. F. Alexander, va sans aucun doute faire parler de lui bientôt aux Etats-Unis et au Canada.

Les affaires sont normales à la manufacture Sol.

La quantité des commandes reçues à la manufacture Elite, de F. Rodriguez & Cie, n'est peut-être bien satisfaisante, mais ce sont de bonnes commandes portant sur des tabacs de haute qualité.

Allones, Ltée, déclare ouvertement que les affaires sont calmes en ce moment, mais comme cette compagnie est bien pourvue de "vegas" de choix de Vuelta Abajo, elle fera forcément d'importantes affaires quand la nouvelle feuille de tabac sera bonne à travailler.

L'activité est assez grande à la manufacture Flor El Todo, de Segundo Alvarez & Cie. La manufacture Eden a été agrandie et peut fournir maintenant quotidiennement 50,000 cigares.

Les affaires sont également prospères à La Flor de Jose Otero.

### LA COMPAGNIE DES TRAMWAYS ET SON NOUVEAU REGLEMENT

La Compagnie des Tramways de Montréal vient d'édicter un nouveau règlement qui, depuis le premier jour de juillet, interdit aux voyageurs de fumer dans les voitures fermées, même sur l'arrière plateforme. A notre avis, ce n'est pas là une réforme, mais bien un empiètement sur les droits et prérogatives reconnus aux voyageurs dans tous les pays du monde. La compagnie l'admet implicitement par le fait que le règlement général comporte un correctif disant que les fumeurs seront tolérés dans les voitures ouvertes, mais seulement sur les quatre derniers sièges. Sette restriction est encore de trop.

La compagnie donne pour raison à l'adoption de ce règlement que la circulation sur les arrière plateformes y gagnera d'autant. Ce n'est pas probable. Pour qui a l'occasion de voyager en tramways, à Montréal, il est évident que les quelques fumeurs qui stationnent à l'arrière des voitures n'ont jamais empêché l'encombrement jusqu'à trop plein. Et si cet encombrement est pour ainsi dire perpétuel, il s'accroît davantage aux heures où les employés de banques, de bureaux de commerce et de manufactures rentrent de leur travail après avoir été une journée entière privés du plaisir d'un cigare ou d'une bonne pipe.

Pour plaire à la petite proportion de ceux qui n'aiment

# UN CIGARE

**Qui vous dessillera les yeux.**

Les Statistiques montrent que des hommes en proportion considérable ne peuvent pas distinguer le rouge du vert—ils sont atteints de daltonisme et ne le savent pas. Presque toujours un sens de différenciation d'un genre ou d'un autre nous manque. Le cigare "**Concha Fina**" fera voir au fumeur qu'il paie des prix ridicules pour des cigares importés, sans obtenir pour cela un article meilleur.

**Le "CONCHA FINA" Davis (Havane clair),  
Est vendu à raison de 3 pour 25c.**

Il s'est acquis une renommée, de l'Atlantique au Pacifique, et sa qualité seule est le secret de son succès remarquable.

**S. DAVIS & SONS, LIMITED, MONTREAL**  
Fabricants des fameux "**NOBLEMEN**", deux pour vingt-cinq cents.



## Les Connaisseurs

FUMENT LA

### PIPE "PETERSON"

Tous les marchands de tabac soucieux de leur réputation devraient avoir cette marque en magasin.

Seule et unique maison au Canada réparant et fabriquant les pipes et articles de fumeurs en tous genres.

Propriétaires des  
**MARKES BIEN CONNUES**



Seuls dépositaires des Tabacs et Cigarettes  
de la Régie Française.

## GENIN TRUDEAU & CIE., Limitée.

22 RUE NOTRE-DAME OUEST, - - MONTREAL.

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 manifesterà 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
Bésil	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	9,549,742

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

## RUMEUR CONTROUVEE

### M. J. B. Duke reste à la tête de la British-American Tobacco Company

MM. James B. Duke, William R. Harris, John S. Hignett et Lawrence Hignett ont dernièrement démissionné comme directeurs de l'Imperial Tobacco of Great Britain, ce qui a fait naître la rumeur allant à dire que M. Duke avait abandonné son poste de chef de l'Exécutif de la British-American Tobacco Co. Or, non seulement il n'abandonne pas la présidence du bureau des directeurs de la British-American Tobacco Co., mais, au contraire, il consacra plus de temps que jamais au développement des affaires de cette compagnie. MM. John S. et Lawrence Hignett restent aussi dans le bureau de direction de la British-American Tobacco Co.

## SUGGESTIONS A PROPOS DES ETALAGES AUX VITRINES.

### Le journal de commerce.

Ne jetez pas le journal de commerce après l'avoir lu. Il est aussi utile aux commis qu'au patron qui vient de le lire et ils devraient avoir la chance de prendre connaissance des articles qu'il contient.

### Pour attirer le fumeur.

On active le mouvement des affaires dans un débit de tabacs surtout au moyen d'articles tentants pour les fumeurs — au moyen de suggestions. Parfois les fumeurs n'ont plus des désirs aussi vifs et ils ne manifestent plus autant d'intérêt pour les cigares, cigarettes et le tabac en général. C'est alors qu'il appartient au marchand, derrière son comptoir, de les intéresser à une nouvelle marque ou à un nouveau modèle. Il est sage d'en agir ainsi, par intervalles, avec la plupart des clients, même s'il survient qu'un peu plus tard ils reprennent du goût pour leur ancienne marque favorite.

### Il faut connaître son stock.

Si le propriétaire d'un magasin connaît bien son stock, cette connaissance lui permet de servir le plus rapidement possible la clientèle et d'effectuer un plus grand nombre de ventes.

La politesse, c'est là une grande chose, mais ce n'est pas toujours le commis poli qui vend le plus de marchandises — c'est celui qui connaît le mieux son stock, car il peut servir une douzaine de clients tandis que l'autre n'en sert qu'un.

La vente au détail est un art qui ne s'acquiert que par la promptitude de la pensée et la première chose à faire, c'est de se bien rendre compte du stock qu'on possède.

"Connaître le stock", cela ne veut pas dire simplement: "Oui, nous avons cela", et le remettre immédiatement au client, ou dire: "Non, nous ne l'avons pas", et savoir qu'on ne l'a pas; cela signifie aussi qu'on connaît les marchandises; leurs prix, la manière dont elles sont faites, qui les fabrique, les diverses grosseurs de chaque article, dans chacune des marques, parmi des marchandises du même genre.

### Pour s'assurer une bonne clientèle il faut tenir de bonnes marchandises.

Il y a nombre de magasins de cigares où l'on n'a jamais vendu que des marchandises de prix moyens ou bas simple-

ment parce que le chef de l'établissement s'est toujours figuré que les articles de meilleure qualité ne se vendraient pas. Il peut très bien s'être formé cette opinion en remarquant que personne ne venait lui demander des marchandises de haute qualité; il en a conclu que par suite, il n'en vendrait pas.

Les gens n'iront pas dans un magasin pour y chercher des marchandises qu'ils savent n'y pas être. Ils n'iront pas demander des cigares importés dans un débit où l'on se spécialise dans la vente des cigares des plus communs; ils n'iront pas chercher des cigarettes à 20c et 25c le paquet dans un débit de tabacs où l'on met en évidence des cigarettes à cinq cents le paquet. C'est là une bonne raison pour que dans le magasin où l'on ne tient pas les marchandises de haute qualité, il n'y ait pas de demande pour ces marchandises.

Emmagasinez une certaine quantité d'articles de haute qualité, faites savoir aux gens que vous en tenez; ils viendront vous voir et vous en acheter. Plus vous aurez fait savoir au public que vous tenez ce genre de marchandises, plus vous aurez de demandes.

Tenez les marchandises, les marques que le public demande; ayez les marchandises pour lesquelles vous pouvez créer la demande et vous pourrez vous assurer d'une clientèle stable.

D'une façon générale, on peut affirmer que les gens qui d'habitude fument des cigares ou des cigarettes à cinq cents goûteront à des articles de meilleure qualité de temps à autre et il est peu sage de ne pas tenir en magasin quelques-uns de ces articles de haute qualité, même si vous faites des affaires surtout au moyen de la vente de marques à bas prix et à prix moyens.

### L'exposition de pipes dans les étalages aux vitrines.

Il ne faut rejeter en principe l'idée d'installer dans vos vitrines des

L'expérience a prouvé, en nombre de cas, que c'était là commettre une erreur. Le temps qu'on perd, l'argent qu'on dépense pour faire un bel étalage de pipes, tout cela est très largement compensé par la forte augmentation du volume des ventes.

On pourrait montrer quantité de lettres provenant de gens d'affaires faisant la commande d'une pipe d'un genre particulier. L'auteur d'une lettre de ce genre donne une description détaillée de la pipe, de sa place dans la vitrine; il dit qu'il l'a vue en parcourant les rues de la ville, mais n'a pas eu assez de temps pour entrer dans le magasin et en faire l'emplette.

C'est en été qu'on vend le plus de pipes; c'est donc le bon moment pour faire un bel étalage de pipes à sa devanture.

## LE TABAC AMERICAIN EN FRANCE.

Depuis le premier de l'an les importations ont beaucoup augmenté.

Le goût des fumeurs français pour le tabac des Etats-Unis a augmenté remarquablement au cours des douze derniers mois. Il est entré en France sept fois plus de tabac américain en janvier et en février 1913 que pendant les mois correspondants de l'année précédente. La valeur des importations de tabac pendant janvier et février 1913 s'est élevée à \$80,000. Il y a pendant toute l'année des acheteurs français aux Etats-Unis pour le tabac. L'an dernier, le gouvernement français a encaissé un revenu net de plus de \$105,000, en raison du monopole qu'il exerce sur la vente du tabac dans la République.

# NOS PRIX COURANTS

Marques spéciales de marchandises dont les maisons, indiquées en caractères noirs, ont l'agence ou la représentation directe au Canada ou que ces maisons manufacturent elles-mêmes. — Les prix indiqués le sont d'après les derniers renseignements fournis par les agents ou les manufacturiers.

## IMPERIAL TOBACCO COMPANY OF CANADA, Limited.

CIGARETTES		Par mille
Richmond Straight Cut No 1, 10s	11.00	
Sweet Caporal, en boîtes de 10	8.50	
Athlete, boîtes de 10 ou pqts 10s.	8.50	
Old Judge, en boîtes de 10s.	8.50	
<b>Gold Crest.</b>		
En btes de 20 à coulisse 500	3.33	6.00
<b>Vanity Fair.</b>		
En btes de 10 à coulisse 500	3.65	7.30
<b>Vice Roy (Petits Cigares)</b>		
En btes de 10 à coulisse 500	4.25	8.50
New Light (tout tabac) 10s...	8.50	
Sub Rosa (tout tabac)...	8.50	
<b>Le Roy (Petits Cigares)</b>		
En boîtes de 10	8.50	
Derby en pqts de 6 (600) 3.93; 10s	6.55	
Columbia, en btes à coulisse de 10	11.00	
Old Gold, 6 (600) 3.78; 1/10s.	6.30	
Prince, 7, (700) 4.02; 10s.	5.75	
Sweet Sixteen, pqts, 7s, 4.02; 10s.	5.75	
Murad, (Turques), bouts en papier	12.00	
Hassan (Turques)—		
En boîtes de 10	8.50	
Mecca (Turques)—		
En boîtes de 10	8.50	
Mogul (Turques) bouts en papier ou en liège	12.00	
Dardanelles (Turques) bouts en papier 12.25, en liège ou argent.	12.50	
Yildiz (Turques) bouts en or, 10s	15.00	
Yildiz Magnums, bouts en papier, en liège ou en or, 10s. et 100s.	20.00	
Virginia Brights, bte de 600, \$3.50	5.83	
Gloria, 7s (700) 4.02; 10s.	5.75	
High Admiral, 10s	7.00	
Guinea Gold	12.00	
Otto de Rose, 10s.	13.00	
Bouquet, boîtes à coulisse, 7s. 350; 2.01	5.75	
Pin Head, btes à coulisse, 6s. 600; 3.50	5.84	
<b>Piccadilly—</b>		
En boîtes de 10	18.50	
<b>Pall Mall (Egyptiennes)—</b>		
Bouts en liège seulement.		
En boîtes de 10	18.50	
<b>Pall Mall (King Size)—</b>		
En boîtes de 10	25.00	
<b>Imperial Tobacco Co.'s—</b>		
Egyptiennes No 1 (Plain).		
En boîtes de 10	18.00	
<b>Imperial Tobacco Co.'s—</b>		
Egyptiennes No 2 (Liège ou papier)		
En boîtes de 10	11.00	
<b>Imperial A. A.—</b>		
En boîtes plates de 10	27.00	
<b>Imperial A. A. I—</b>		
En boîtes plates de 10	35.00	
<b>Mon Plaisir—</b>		
En boîtes de 20	10.50	
<b>Duke of Durham—</b>		
En boîtes à coulisse de 10	7.00	
<b>Pedro—</b>		
En boîtes de 10	7.00	
<b>Old Chum Cigarettes—</b>		
En boîtes de 10	8.00	

<b>Effendi (Egyptiennes)—</b>		
Liège ou papier.		
En boîtes de 10	12.00	
<b>Maspero Frères, cigarettes Nilo-</b>		
meter—		
En boîtes de 10	20.00	
<b>Egyptian Deities No. 1.</b>		
En btes de 10 à coulisse, 100	2.70	27.00
<b>Egyptian Deities No. 3.</b>		
En btes de 10 à coulisse, 100	2.00	20.00

### CIGARETTES DE WILLS

<b>Three Castles.</b>		
	<b>Par M.</b>	
Btes fer blanc herm. de 50	15.00	
Btes fer bl. plates fantaisie de 10	16.00	
En cartons de 10	15.00	
<b>Three Castles (Gold-tipped).</b>		
En btes fer blanc plates de 50	19.00	
En btes fer blanc plates de 10	20.00	
<b>Gold Flake.</b>		
En btes fer blanc herm. de 50	12.50	
En paquets de 10	12.50	
En boîtes à coulisse de 10	12.50	
<b>Capstan (Doux).</b>		
En btes fer blanc herm. de 50	12.00	
En cartons (avec bouts) de 10	12.00	
En cartons de 10	12.00	
<b>Capstan (Moyen).</b>		
En btes fer blanc herm. de 50	12.00	
En cartons de 10	12.00	
En cartons de 10 (avec bouts)	12.50	
<b>Wild Woodbine.</b>		
En paquets de 10	12.50	

### CIGARETTES DE LAMBERT & BUTLER.

<b>Garrick Mixture.</b>		
	<b>Par M.</b>	
En btes fer-blanc herm. de 50	19.00	
En boîtes de 10 rembourrées	19.00	
<b>Tabacs à cigarettes.</b>		<b>La lb.</b>
B. C. No 1, pqts, 1/12, btes 5 lbs.	1.00	
Puritan, pqts, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00	
Athlete, paquets ou boîtes, 1/12, boîtes 5 lbs.	1.05	
Derby, en boîtes de fer blanc ½s.	.95	
Vanity Fair, pqts, ½s, btes 5 lbs.	1.20	
Sultana, pqts, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00	
Gloria, pqts, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00	
Southern Straight Cut, paquets, 1/12s, btes 5 lbs.	1.00	
Old Judge, pqts, 1/9s, btes 5 lbs.	1.45	
Sweet Caporal, pqts 1/13s, btes 2 lbs.	1.15	
Houde's Straight Cut No 1, pqts, 1/12s, boîtes 5 lbs.	1.00	
Harem (Turque), pqts, 1/16s, boîtes 5 lbs.	1.35	
½ lb boîtes de fer blanc.	1.40	
Houde's (Turques)—		
1/20 pqts, 5 lbs. boîtes	1.70	
Hochfeiner (Turques)—		
1/16 pqts, 5 lbs. boîtes	1.10	

<b>Osman (Turque)—</b>		
1/16 pqts. 5 lbs boîtes	1.15	
<b>Tabacs coupés à fumer.</b>		
<b>Old Chum—</b>		<b>La lb.</b>
En boîtes de fer blanc, 1/6s	.95	
En boîtes de fer blanc, ¼ lb.	.80	
En boîtes de fer blanc, 1 lb.	.80	
Pqts. 1/10s boîtes 5 lbs.	.79	
En sacs, 1/5s, boîtes 5 lbs.	.83	
<b>Puritan Cut Plug—</b>		
Pqts. 1/11s, boîtes 5 lbs.	.85	
En boîtes de fer blanc, ¼ et ½ lb.	.85	
En boîtes de fer blanc, 1/5s.	.93	
En boîtes de fer blanc, 1 lb.	.83	
<b>Full Dress—</b>		
En boîtes de fer blanc, 1/5 et ½ lb	.95	
<b>Meerschaum—</b>		
Pqts. 1/10s, boîtes 5 lbs.	.79	
En boîtes de fer blanc, ¼ lb.	.80	
En sacs 1/5, boîtes 5 lbs.	.83	
<b>Ritchie's Smoking Mixture—</b>		
Pqts. 1/10s, boîtes 5 lbs.	.80	
<b>Ritchie's Cut Plug—</b>		
Pqts. 1/10s, boîtes 5 lbs.	.71	
<b>Unique—</b>		
Pqts. 1/15s, boîtes 5 lbs.	.65	
Pqts. 1 lb., boîtes 5 lbs.	.61	
Pqts. ½ lb., boîtes 5 lbs.	.60	
<b>Calabash Mixture—</b>		
1 lb. boîtes en fer blanc, cartons		
2 lbs.	1.15	
½ lb. boîtes en fer blanc, cartons		
2 lbs.	1.15	
½ lb. boîtes en fer blanc, cartons		
2 lbs.	1.20	
½ lb. boîtes en fer blanc, cartons		
2 lbs.	1.35	
<b>NATIONAL SNUFF CO., LTD.</b>		
<b>Landry's Light Snuff—</b>		
		<b>Barillets ou Jarres</b>
Rose No. 1	32	
Merise	32	
Rose extra	36	
Macaba	38	
Scoth (pqts 1 lb. et boîtes 5 lbs)	50	
Scoth, en jarres de 5 lbs.	52	
<b>Houde's Dark Snuff—</b>		
Naturel	33	
Rose No. 1	34	
Rose & Bean	34	
Rose Extra	36	
Merise	34	
Macaba	41	
Scoth en pqts 1 lb. et btes 5 lbs.	50	
Scoth en jarres 5 lbs.	52	
<b>Copenhagen—en boîtes 1/12 lb.</b>	90	
Velvet, 1/10 bte, cartons, 3 lbs.	1.28	
<b>Horseshoe—en boîtes de 1/12 lb.</b>	90	
<b>Tabacs américains à fumer. La lb.</b>		
<b>Pride of Virginia—</b>		
1/10 lb. boîtes en fer blanc, cartons	1.33	
<b>Old English Curve Cut—</b>		
1/10 lb. boîtes en fer blanc, cartons 2½ lbs.	1.33	
½ lb. boîtes en fer blanc (fermeture hermétique)	1.40	
<b>Rose Leaf (coupé fin à chiquer)—</b>		
1 oz. torquettes, en 1 lb. drums,	1.20	

<b>Van Bibber Cut Plug.</b>	
Btes fer bl. 1/10 lb. 2½ lb. cartons. (Foncé ou aromatique)	1.28
<b>Mayo's Cut Plug.</b>	
Paquets 1/10 5 lbs. cartons. . . . .	1.00
<b>Paterson's Seal—</b>	
1/5 lb. boîtes, cartons 5 lbs. . . . .	1.09
<b>Tuxedo Granulated Plug—</b>	
1/10 boîtes en fer-blanc, 2½ lbs. cartons . . . . .	1.35
<b>Lucky Strike—</b>	
½ btes en fer blanc 3 lbs. cartons	1.28
1/5 lb. boîtes en fer blanc, cartons 5 lbs. . . . .	1.28
1/10 lb. boîtes en fer blanc, cartons 2½ lbs. . . . .	1.33
½ lb. boîtes en fer blanc . . . . .	1.26
1 lb. boîtes en fer blanc . . . . .	1.24

**IMPERIAL TOBACCO COMPANY OF CANADA, Limited.**

(Empire Branch)

Tabacs à chiquer

Stag, barres, 5 1/3 à la livre . . . . .	0.38
Bobs, 6 et 12, à la livre . . . . .	0.46
Pay Roll, barres, 7 ½s. Palettes 7s	0.56
Club, 6s. et 12s. . . . .	0.40
Black Watch, 6s. . . . .	0.44
Currency, 6 ½s. et 12s. . . . .	0.46
Empire Navy, barres, 14 oz. . . . .	0.51

Tabacs à fumer

Shamrock, 2 x 4, 6s. . . . .	0.45
Pedro, barres, 16 oz. 5s. . . . .	0.55

Tabacs hachés

Great West, (sacs) 8s. . . . .	0.59
Regal Cube Cut, btes fer-blanc, 9s.	0.70
Taxi, Crimp Cut, btes fer-blanc, 10s.	0.78

**THE B. HOUDE CO., LTD., QUEBEC.**

Tabacs coupés à fumer.

<b>Casino—</b>	
pqts ¼, boîtes 5 lbs. . . . .	27
pqts 1/6, boîtes 5 lbs. . . . .	24
pqts ½ et 1 lb. . . . .	20
<b>Carillon (à fumer et à chiquer)</b>	
pqts 1/10 boîtes de 5 lbs. . . . .	40
<b>Lion Brand—</b>	
sac papier 1/10, boîtes 5 lbs. . . . .	35
<b>Tri-Color—</b>	
boîtes de 1lb. . . . .	32
<b>Rainbow—</b>	
pqts 1/9, boîtes 5 lbs. . . . .	70
boîtes en fer blanc ½ lb. . . . .	73
boîtes en fer blanc ¼ lb. . . . .	78
sacs 1/5, boîtes de 5 lbs. . . . .	78
<b>Crema—</b>	
pqts 1/14, boîtes de 5 lbs. . . . .	52
<b>Patriot—</b>	
boîtes en fer blanc de 1 lb. . . . .	25
<b>Tabacs Naturels, coupés, à fumer.</b>	
<b>Parfum d'Italie—</b>	
pqts 1/12, boîtes de 5 lbs. . . . .	48
<b>Red Cross—</b>	
pqts de 1/10, boîtes de 5 lbs. . . . .	40
pqts de ½ lb. . . . .	40
pqts de 1/7, boîtes de 5 lbs. . . . .	55
<b>Rouge et Quesnel—</b>	
pqts 1/10, boîtes de 5 lbs. . . . .	38
pqts 1/5, ½ et 1 lb. . . . .	35
<b>Bellefeuille—</b>	
pqts 1/6, boîtes de 5 lbs. . . . .	24
pqts 1/3 lb. . . . .	24
pqts de 1 lb. . . . .	20
<b>Prairie—</b>	
pqts 1/10, boîtes de 5 lbs. . . . .	38

**Tabacs à Cigarettes**

<b>Rugby—</b>	
1/9 (boîtes à coulisse), boîtes 5 lbs. . . . .	67
pqts 1/14, boîtes de 5 lbs. . . . .	60
pqts ½ et 1 lb. . . . .	60
<b>Petit Bleu—</b>	
pqts 1/12 et ½, boîtes de 5 lbs.	50
pqts ½ et 1 lb., sous étain . . . . .	40
<b>L. L. V.—</b>	
pqts ½ lb., sous étain . . . . .	40
pqts 1/12, boîtes de 5 lbs. . . . .	48
<b>Petit Poucet—</b>	
pqts 1/12, boîtes de 5 lbs. . . . .	48
<b>Le Petit Jaune—</b>	
pqts 1/12, boîtes de 5 lbs. . . . .	46
<b>Calabresse—</b>	
pqts 1/14, boîtes de 5 lbs. . . . .	60
<b>Swoboda—</b>	
boîtes à coulisse 1/9, boîtes de 5 lbs. . . . .	64
<b>Carlo—</b>	
pqts 1/14, boîtes de 5 lbs. . . . .	55
<b>Ali Baba—</b>	
pqts 1/14, boîtes de 5 lbs. . . . .	60
btes à coulisse 1/9, btes de 5 lbs.	65
<b>Tabac à chiquer en tablettes</b>	
<b>Spun Roll—</b>	
pqts 1/16, boîtes de 1 lb. . . . .	60
<b>Tabac naturel coupé et pressé</b>	
<b>Original—</b>	
pqts ½ et ¼, boîtes de 5 lbs. . . . .	60
<b>Tabac Coupé, Tranché, en Palettes.</b>	
<b>Bamboo (Curved Cut)—</b>	
boîtes en fer blanc, 1/10, bts 3 lbs.	75
<b>Caribou—</b>	
boîtes 1/7, boîtes de 5 lbs. . . . .	50

**Demandez le Tabac Naturel Haché à Fumer**

**“TRICOLORE”**

**DOUX ET AGREABLE AU GOUT.**

Manufacturé par ... **THE B. HOUDE COMPANY, LIMITED, QUEBEC.**

Le commerçant qui fait de la réclame dans une revue commerciale opère un bon placement d'argent. La somme qu'il y engage ne peut manquer de lui rentrer, centuplée.



PAR DECISION ROYALE

“CANADIAN CLUB”

WHISKY

“IMPERIAL”

WHISKY

---

DISTILLÉS ET EMBOUTEILLÉS PAR  
**HIRAM WALKER & SONS, LIMITED.**

WALKERVILLE, ONTARIO, CANADA.

---

ENTREPOTS:

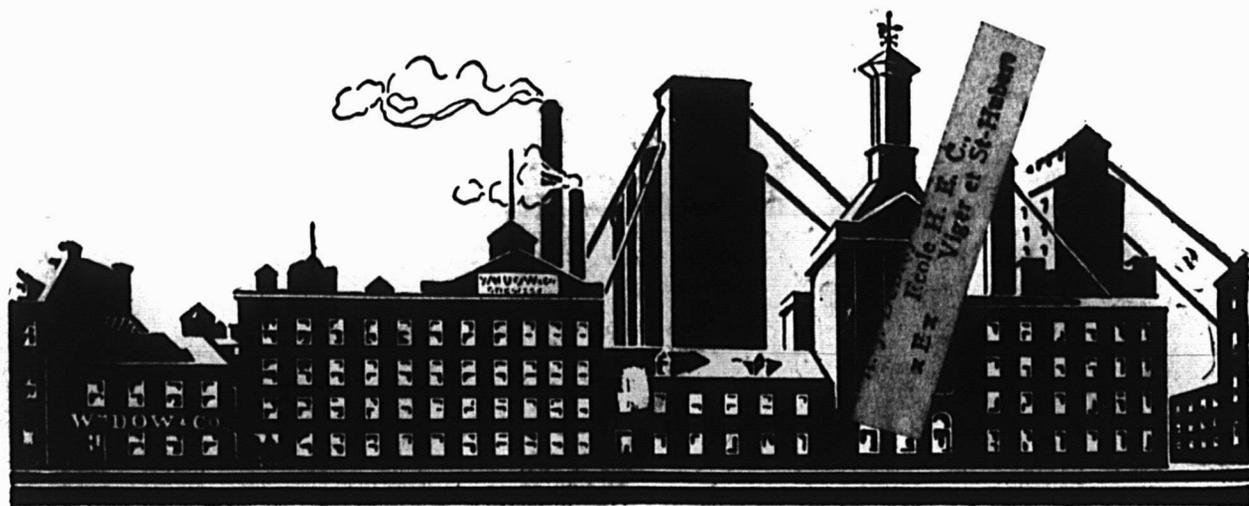
LONDON, NEW-YORK, CHICAGO,

VILLE DE MEXICO,

VICTORIA, C. B.

Agents: WALTER R. WONHAM & SONS

6 Rue St-Sacrement, MONTREAL



Il y a plus de cent ans, les ALES et le PORTER de W. DOW & CO., étaient les types d'excellence au Canada et, aujourd'hui, ils maintiennent toujours leur position ; leur qualité et leur valeur n'ont pas changé.

# ALES & PORTER de DOW.

Malgré le coût plus élevé de la production, la qualité est toujours la meilleure. Aucun procédé n'est employé pour diminuer le prix du brassage. Les produits de DOW sont toujours à un plein degré de maturation. La demande pour les produits de DOW est énorme. —  
En avez-vous un bon stock en mains ?

## The National Breweries, Limited.

Successeurs de W. DOW & CO.,

MONTREAL.